

# Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng

Gusti Agung Surya Tanti<sup>1</sup>, Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi<sup>2</sup>

Program Studi S1 Akuntansi  
Jurusan Ekonomi dan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Singaraja, Indonesia

e-mail: {[agung.surya.tanti@undiksha.ac.id](mailto:agung.surya.tanti@undiksha.ac.id), [ekadianita@undiksha.ac.id](mailto:ekadianita@undiksha.ac.id)}

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) Milenial di Kecamatan Buleleng. Seluruh UMKM di Kecamatan Buleleng dipilih menjadi populasi penelitian, dan sampel yang digunakan sebanyak 73 responden. Data diuji melalui beberapa proses seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas. Untuk pengujian hipotesis, analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS *Statistics 20 For Windows* digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial, (2) kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial, dan (3) modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial.

**Kata kunci:** Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, Modal Usaha, dan Keberlanjutan Bisnis.

## ABSTRACT

*This research was aimed to investigate the effect of the use of social media, creativity, and business capital on the sustainability of the Millennial Micro, Small and Medium Enterprises (SMEs) business in Buleleng District. All SMEs in Buleleng District were chosen as the population and 73 respondents were used in in this research. Data was tested through several processes such as validity test, reliability tests, the classic assumption test in the form of the normality test, heteroscedasticity test and multicollinearity test. For testing the hypothesis, multiple linear regression analysis with the help of SPSS Statistics 20 For Windows software. The results of this study indicate that, (1) the use of social media has a positive and significant effect on Millennial SMEs business sustainability, (2) creativity has a positive and significant effect towards Millennial SMEs business sustainability, and (3) business capital has a positive and significant effect towards Millennial SMEs business sustainability.*

**Keywords:** Utilization of Social Media, Creativity, Business Capital, and Business Sustainability.

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

UMKM dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang bisa dilakukan dimanapun serta siapapun dapat melakukannya. Internet dan berbagai platform daring (*online*) terutama media sosial, memfasilitasi bisnis yang memungkinkan usaha rumahan, usaha kecil dan menengah dapat menarik konsumen lebih banyak, alhasil siapa pun dapat melakukan bisnis dengan harga pemasaran yang sangat murah dan terjangkau (Kordi, 2020). Dikutip dari

salah satu website resmi (Liputan6.com, 2019), menjelaskan bahwa *e-commerce* Ralali.com mendorong Generasi Milenial untuk menjadi wirausahawan baru, yang mana untuk mendukung Generasi Milenial menjadi wirausahawan baru, digelar kegiatan Workshop. Hal tersebut menggambarkan jika pelaku UMKM yang merupakan generasi milenial cukup banyak, terutama pelaku usaha UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk menjalankan usahanya. Pentingnya pemberian dorongan menjadi pelaku bisnis kepada Generasi Milenial karena

mereka berpotensi besar dalam menggerakkan roda perekonomian Indonesia dan juga diprediksi 70% jumlah populasi di Tanah Air 2030 mendatang akan didominasi oleh Generasi Milenial (proxsisgroup.com, 2018).

Pada wilayah Kabupaten Buleleng, dari tahun 2014 sampai dengan 2018 terdapat peningkatan garis kemiskinan yang dapat dilihat dari bertambahnya garis kemiskinan di tiap tahunnya yaitu sebanyak 306.221 (2014), 327.357 (2015), 350.902 (2016), 372.399 (2017), 395.578 (2018). Jadi, dapat disimpulkan bahwa garis kemiskinan meningkat tiap tahunnya.

Namun, dari peningkatan garis kemiskinan tersebut justru menunjukkan penurunan persentase penduduk miskin di Kabupaten Buleleng. Suryamin (2016), menduga terjadinya peningkatan atau kenaikan garis kemiskinan dikarenakan perlunya margin perdagangan untuk pendistribusian produk dari kota ke desa yang menyebabkan tarifnya bertambah. Dari kenaikan garis kemiskinan yang berbanding terbalik dengan persentase angka kemiskinan, mengindikasikan bahwa masyarakat mampu memenuhi kebutuhan hidupnya melebihi garis kemiskinan yang ditetapkan karena melakukan suatu kegiatan usaha. Akan tetapi, penurunan persentase angka kemiskinan di Kabupaten Buleleng masih tergolong relatif tinggi.

Dari peningkatan garis kemiskinan tersebut, tentu menjadi pertimbangan bagi para pelaku usaha dalam pengembangan usahanya, dan diketahui bahwa kenaikan harga barang dapat meningkatkan garis kemiskinan. Selain itu, garis kemiskinan juga dapat mencerminkan jumlah pengangguran yang ada. Karena pengangguran yang tak kunjung mendapatkan pendapatan (dari bekerja), tentu tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dan hal tersebutlah yang menyebabkan persentase kemiskinan khususnya pada Kabupaten Buleleng masih lebih besar bila dibandingkan dengan persentase kemiskinan Provinsi Bali. Masyarakat yang tidak mau memikirkan cara untuk mendapatkan pendapatan tambahan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, menjadi salah satu

faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pengangguran dan kemiskinan. Hal tersebut tentu akan menjadi sebuah pertanyaan, terkait keberlangsungan suatu kegiatan usaha karena daya beli masyarakat yang rendah akibat dari kemiskinan tersebut. Perputaran modal yang lambat disebabkan oleh daya beli masyarakat yang rendah, karena tingkat angka kemiskinan pada Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan setiap tahunnya, mulai dari 2014 sampai 2018.

## **Landasan Teori**

### **a) Keberlanjutan Usaha**

Keberlanjutan Usaha didefinisikan sebagai konsep penting dalam penentuan keputusan dalam melakukan pelaporan tahunan mengenai keberlanjutan operasi perusahaan akuntansi konvensional (Sari, 2018). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) belum ditemukan konsep keberlanjutan. Menurut Bansal dan Jardine (2014) dalam artikelnya yang berjudul *Business sustainability: It is about time* menyatakan bahwa keberlanjutan usaha merupakan suatu usaha untuk membuat apapun yang dibutuhkan dapat terpenuhi tanpa adanya kemampuan generasi masa depan yang dikorbankan, serta keberlanjutan bertujuan untuk mengamankan ekuitas antar generasi.

### **b) Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha mikro menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 didefinisikan sebagai “usaha ekonomi produktif baik itu dibangun oleh perorangan maupun badan usaha perorangan yang mempunyai maksimal lima puluh juta rupiah kekayaan bersih tanpa meliputi aset tanah dan bangunan tempat usaha, serta menghasilkan maksimal tiga ratus juta rupiah penjualan per tahun”.

Usaha kecil menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 didefinisikan sebagai “usaha ekonomi produktif yang dibangun oleh perorangan maupun badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan Usaha Kecil maupun Usaha Besar dan yang mempunyai kekayaan lebih dari lima puluh juta rupiah dengan batas maksimal lima ratus juta rupiah tidak meliputi aset tanah dan bangunan tempat usaha, atau menghasilkan tiga

ratus juta rupiah dan maksimal dua milyar lima ratus juta rupiah penjualan per tahun”.

Usaha menengah menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2008 didefinisikan sebagai “usaha ekonomi produktif yang dibangun perseorangan maupun badan usaha yang bukan merupakan cabang perusahaan Usaha Kecil maupun Usaha Besar dan yang mempunyai kekayaan lebih dari lima ratus juta rupiah dengan batas maksimal sepuluh milyar rupiah tidak meliputi asset tanah dan bangunan tempat usaha, atau menghasilkan dua milyar lima ratus juta rupiah dan maksimal lima puluh milyar rupiah penjualan per tahun”.

#### **c) Generasi Milenial**

Kemajuan teknologi dan informasi, serta tersedianya kebebasan memilih dan berekspresi membuat Generasi Milenial tumbuh dengan bebas menjadi apapun yang mereka inginkan dalam konteks yang positif. Perubahan sifat orang tua jaman sekarang yang lebih suportif menjadi faktor penyebab utama dalam pembentukan generasi bebas (Melani, 2018). Dikutip dari (Republika, 2016), “sebutan lain dari Generasi Milenial atau generasi Y yakni *generation me* atau *echo boomers*”. Pada dasarnya belum ditemukannya kajian mengkhusus terkait penentuan golongan generasi akan tetapi dikategorikan berdasarkan tahun awal dan akhir oleh para pakar. Bagi mereka yang lahir pada 1980 - 1990, atau di awal 2000 maupun seterusnya dikategorikan sebagai Generasi Y. Generasi Milenial saat ini dikenal sebagai generasi “*No Gadget, No Life*” yang mana, dalam melakukan kegiatan sehari-hari para Generasi Milenial selalu memanfaatkan kecanggihan teknologi, baik dibidang pendidikan ataupun saat bekerja (Wijayanti, 2018).

#### **d) Pemanfaatan Media Sosial**

Media sosial diartikan sebagai suatu media yang digunakan oleh dua orang atau lebih, dalam berinteraksi secara online (Permana, 2018). Menurut Henderi, dkk dalam Purbohasuti (2017) menyatakan bahwa media sosial merupakan layanan berbasis web yang memberikan kesempatan bagi para penggunanya untuk membentuk profil

public ataupun semi publik dalam sistem terbatas, mengatur dengan siapa saja mereka terhubung, serta menjelajahi daftar koneksi dengan orang lain yang diciptakan oleh sistem.

#### **e) Kreativitas**

Tiap orang tentunya memiliki kreativitas dalam dirinya meskipun dalam hal yang berbeda. Menurut Widayatun dalam Putri (2019), “kreativitas merupakan suatu kemampuan yang dimiliki individu dalam memecahkan masalah, yang mampu mendorong untuk menciptakan berbagai ide, baik ide asli ataupun ide dari adaptasi yang berguna untuk perkembangan individu”. Sedangkan menurut Semiawan dalam Putri (2019), “kreativitas merupakan sebuah bakat yang dapat menciptakan gagasan baru dan menerapkannya dalam memecahkan suatu masalah”. Yang mana, individu yang memiliki kreativitas memiliki ciri-ciri seperti keluwesan, kelancaran, keaslian dalam pemikiran, memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, serta senang mencari pengalaman-pengalaman baru di lingkungan baru.

#### **f) Modal Usaha**

Modal merupakan sesuatu yang diperlukan oleh badan usaha dalam memenuhi pembiayaan operasional, dari mulai berdirinya badan usaha hingga berjalannya badan usaha. Modal tidak hanya tentang uang, tetapi modal juga merupakan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam suatu bidang usaha yang ditekuninya. Modal juga sering disebut kapital, yang mana tanpa adanya modal maka suatu kegiatan bisnis atau usaha tidak akan berjalan lancar (Darsono, 2006). Ditinjau dari pengertian modal usaha berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam Nugraha (2011), “modal usaha merupakan segala bentuk uang yang mana berperan sebagai hal pokok dalam berdagang, bertransaksi dan sebagainya, serta merupakan harta benda yang dapat menghasilkan sesuatu sehingga kekayaan bisa bertambah.” Berdasarkan sumbernya, ada dua jenis modal yakni modal dari dalam perusahaan yang dihasilkan pelaku usaha itu sendiri (internal) dan modal dari luar perusahaan, seperti pinjaman uang pada lembaga keuangan (eksternal).

### Rumusan Masalah

- 1) Apakah pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kecamatan Buleleng ?
- 2) Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kecamatan Buleleng ?
- 3) Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kecamatan Buleleng ?

### Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM milenial di Kecamatan Buleleng.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan UMKM milenial di Kecamatan Buleleng.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM milenial di Kecamatan Buleleng.

### Pengembangan Hipotesis

#### 1) Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Kusumawardhany (2018), menemukan adanya peningkatan kinerja inovasi dikarenakan meningkatnya kapasitas absorptive pada UMKM melalui situs jejaring sosialnya. Kinerja inovasi yang baik dapat menjaga keberlanjutan usaha. Hasil penelitian lainnya oleh Purwantini (2018) menyatakan bahwa penggunaan media social berdampak positif pada kinerja baik keuangan seperti penjualan maupun non-keuangan seperti layanan pelanggan, operasi internal, dan pemasaran. Hasil penelitian oleh Hadiana (2017), menyatakan hal yang sama dengan penelitian sebelumnya yaitu media sosial berpengaruh positif terhadap strategi bisnis UMKM, serta dengan berkembang pesatnya internet khususnya media sosial sangat membantu para pengusaha baru UMKM. Berdasarkan pemaparan diatas, terbentuklah hipotesis pertama dari penelitian ini yakni :

**H<sub>1</sub> : Pemanfaatan Media Sosial memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan UMKM.**

#### 2) Kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Penemuan Rahman (2015) terkait adanya pengaruh positif yang diberikan oleh tingkat kreativitas pada keberhasilan usaha itu sendiri dikarenakan tumbuhnya kepercayaan diri yang mampu menghilangkan rasa takut gagal dalam menjalankan usaha dan adanya nilai tambah yakni keberhasilan memasuki kategori pasar sebagai produk kreatif terpercaya. Hasil penelitian dari Apriani (2019) menyatakan keberlanjutan usaha UMKM juga dipengaruhi secara positif oleh kreativitas. Adapun hasil penelitian lain yang berpendapat sama yaitu hasil penelitian dari Rinto (2019), yang menemukan adanya pengaruh positif antara kreativitas dengan keberlanjutan usaha. Berdasarkan pemaparan diatas, terbentuklah hipotesis kedua dari penelitian ini yakni :

**H<sub>2</sub> : Kreativitas memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan UMKM**

#### 3) Modal Usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM.

Purwanti (2012) memaknai maksud dari modal usaha yang berpengaruh yakni modal usaha yang dapat menunjang usaha dan memudahkan dalam pendapatan modal usaha. Semakin besar modal serta semakin mudahnya modal usaha didapatkan maka usaha pun akan semakin berkembang. Amarul (2018) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh positif modal usaha terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Dalam penelitiannya, menjelaskan bahwa modal usaha yang ada dapat berkontribusi pada kelancaran usaha sehingga pengembangan modal pun terjadi melalui proses kegiatan usaha. Berdasarkan pemaparan uraian diatas, hipotesis ketiga yang diajukan yaitu :

**H<sub>3</sub> : Modal memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan UMKM.**

## 2. METODE

Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian kuantitatif, instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data dan hasil analisisnya bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirancang (Sugiyono, 2010).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. Jenis sumber data yang digunakan yakni data primer. Uji validitas, realibilitas, serta metode analisis data menggunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji kualitas data. Adapun analisis determinasi yang digunakan dalam menganalisis data, dan uji t untuk menguji hipotesisnya.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejumlah 88 kuesioner disebar kepada 88 responden dan kembali dengan jumlah 73 responden. Maka dari itu, tingkat pengembalian kuesioner penelitian (*response rate*) yaitu menunjukkan angka 83%. Dari 73 kuesioner penelitian yang kembali, semua kuesioner tersebut memenuhi syarat dan dapat dianalisis, serta kuesioner yang dapat diolah untuk dianalisis yaitu sejumlah 73 kuesioner.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel pemanfaatan media sosial memiliki skor minimum 33 dan skor maksimum 50. Skor rata-rata yang didapat yaitu 42,27 dengan standar deviasi (SD) senilai 4,51. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap pemanfaatan media social dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata.

Variabel kreativitas mempunyai skor minimum 18 dan skor maksimum 30. Rerata skor senilai 25,59 dengan SD senilai 3,15. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap kreativitas dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata.

Variabel modal usaha memiliki skor minimum 20 dan maksimum 55. Rerata skor 40,58 dengan SD senilai 7,10. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap modal usaha dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata.

Variabel keberlanjutan bisnis UMKM Milenial memiliki skor minimum 13 dan maksimum 25. Rerata skor senilai 20,21 dengan SD senilai 2,71. Adanya indikasi respon yang tidak bervariasi terhadap keberlanjutan bisnis dilihat dari sebaran skor variabelnya yang semakin dekat dengan skor rata-rata. Hasil uji statistik deskriptif dipaparkan dalam Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
X <sub>1</sub>	33	50	42,27	4,51
X <sub>2</sub>	18	30	25,59	3,15
X <sub>3</sub>	20	55	40,58	7,10
Y	13	25	20,21	2,71

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Validitas didefinisikan sebagai tingkat keakuratan suatu penelitian yang menunjukkan kebenaran walaupun responden yang dijadikan objek penelitian berbeda. Dibandingkan r-hitung dengan r-tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2. “Indikator atau pertanyaan

dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel pada taraf signifikansi 5% atau 0,05, begitupun sebaliknya” (Ghozali, 2011). Setelah diuji validitasnya, bisa dilihat adanya nilai signifikansi *Sig.(2-tailed)* untuk semua item di bawah  $\alpha = 0,05$  yang berarti seluruh item pernyataan

pada kuesioner untuk semua variabel dinyatakan valid.

Ghozali (2011) menyatakan bahwa “uji reliabilitas digunakan sebagai pengukur suatu kuesioner yang mana merupakan indikator dari suatu variabel yang bersifat reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,70”. Setelah diuji reliabilitasnya, ditemukan nilai variabel pemanfaatan media sosial 0,923 > 0,70, variabel kreativitas 0,936 > 0,70, variabel modal usaha 0,896 > 0,70, dan variabel keberlanjutan bisnis UMKM Milenial 0,885 > 0,70. Jadi, dapat

disimpulkan *Alpha Cronbach* dari semua variabel melebihi 0,70.

Adapun tujuan pengujian normalitas yakni untuk mengetahui ada atau tidaknya sebaran data dari model regresi variabel terikat dan variabel bebas. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dijadikan sebagai uji normalitas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji normalitas, menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni 0,437 yang melebihi 0,05 sehingga terlihat bahwa data terdistribusi dengan normal. Pada Tabel 2 berikut ini akan ditampilkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*

		<i>Unstandardized Residual</i>
N1		73
<i>Normal Parameters</i>	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std.Deviation</i>	1,79525054
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0,102
	<i>Positive</i>	0,073
	<i>Negative</i>	-0,102
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		0,869
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,437

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Dilakukannya uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mencari tahu adanya hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya. Dapat dikatakan tidak ada multikolinearitas jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada semua variabel, menunjukkan bahwa semuanya bernilai lebih dari 0,10 yakni pemanfaatan media sosial sebanyak 0,749, kreativitas sebanyak 0,522 > 0,10, dan modal usaha sebanyak 0,65. Sedangkan untuk rincian nilai VIF masing-masing variabel mempunyai nilai kurang dari 10 diantaranya, pemanfaatan media sosial sebanyak 1,335, kreativitas sebanyak 1,917, dan modal usaha 1,523. Jadi, dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas dan terikat mengalami korelasi yang lemah namun tidak mengalami multikolinearitas.

Menurut Gozali (2011), Uji heteroskedastisitas “berfungsi menguji

ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan yang lainnya”. *Sig.* antara variabel bebas dengan *absolute residual* (ABS) melalui pengujian heteroskedastisitas, dapat diketahui melebihi 0,05 dengan rincian pemanfaatan media sosial ( $X_1$ ) 0,122 > 0,05, variabel kreativitas ( $X_2$ ) 0,274 > 0,05, dan variabel modal usaha ( $X_3$ ) 0,483 > 0,05. Nilai probabilitas signifikansi dari semua variabel independen melebihi 0,05, sehingga bisa diketahui bahwa model regresi yang digunakan tidak menimbulkan gejala heteroskedastisitas.

Sugiyono (2010) menyatakan “adanya pengaruh antar dua variabel atau lebih bisa diketahui melalui analisis regresi linier berganda”. Pengujian variabel ditempuh melalui regresi linier dengan menjadikan pemanfaatan media sosial sebagai  $X_1$ , kreativitas sebagai  $X_2$  dan modal usaha sebagai  $X_3$  dan keberlanjutan bisnis UMKM Milenia

sebagai Y. Setelah pengujian didapatkan hasil seperti yang tertera pada Tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,365	2,251		-0,162	0,872
	X <sub>1</sub>	0,244	0,055	0,406	4,410	0,000
	X <sub>2</sub>	0,218	0,095	0,253	2,294	0,025
	X <sub>3</sub>	0,115	0,038	0,301	3,060	0,003

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Dari table di atas persamaan regresi yang terbentuk yaitu :

$Y = -0,365 + 0,244X_1 + 0,218X_2 + 0,115X_3 + \epsilon$ . Variabel pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>), kreativitas (X<sub>2</sub>), modal usaha (X<sub>3</sub>) bernilai konstan ditandai dengan nilai -0,365 tersebut, yang menyebabkan variabel kualitas laporan keuangan (Y) memiliki nilai -0,365 satuan.

Regresi X<sub>1</sub> berkoefisien positif sebanyak 0,244 yang mengindikasikan 2 hal yakni adanya pengaruh positif yang diberikan oleh pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>) pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dan terjadinya peningkatan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) sebanyak 0,244 apabila pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>) naik 1 satuan dengan tidak berubahnya variabel independent yang lain.

Regresi X<sub>2</sub> berkoefisien positif sebanyak 0,218 yang mengindikasikan 2 hal yakni adanya pengaruh positif yang diberikan oleh kreativitas pada

keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dan terjadinya peningkatan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) sebanyak 0,218 apabila kreativitas (X<sub>2</sub>) naik 1 satuan dengan tidak berubahnya variabel independent yang lain.

Regresi X<sub>3</sub> berkoefisien positif sebanyak 0,115 yang mengindikasikan 2 hal yakni adanya pengaruh positif yang diberikan oleh modal usaha (X<sub>3</sub>) pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dan terjadinya peningkatan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) sebanyak 0,115 apabila modal usaha (X<sub>3</sub>) naik 1 satuan dengan tidak berubahnya variabel independent yang lain.

Uji t dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). digunakan untuk menentukan analisis pengaruh pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>), kreativitas (X<sub>2</sub>), dan modal usaha (X<sub>3</sub>) terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y). Hasil pengujiannya bisa dilihat pada Tabel 4 berikut :

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	Prob Sig				
	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sig.	$\alpha = 5\%$	Keterangan
X1	4,410	1,997	0,000	0,05	Signifikan
X2	2,294	1,997	0,025	0,05	Signifikan
X3	3,060	1,997	0,003	0,05	Signifikan

(Sumber : data primer diolah, 2020)

Berdasarkan hasil uji t yang telah disajikan pada Tabel 4, menandakan nilai t-hitung X1 melebihi t-tabel (4,410 > 1,997) serta signifikansinya bernilai 0,000 < 0,05 yang bisa diartikan **H<sub>1</sub> diterima**

yakni pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y).

Nilai t-hitung X2 melebihi t-tabel (2,294 > 1,997) serta signifikansinya

bernilai  $0,025 < 0,05$  yang bisa diartikan **H<sub>2</sub> diterima** sehingga keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dipengaruhi oleh kreativitas (X<sub>2</sub>).

Nilai t-hitung X2 melebihi t-tabel ( $3,060 > 1,997$ ) serta signifikansinya bernilai  $0,003 < 0,05$  yang bisa diartikan **H<sub>3</sub> diterima** yang artinya modal usaha (X<sub>3</sub>) memberikan pengaruh yang positif pada keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y).

Pengaruh yang diberikan variabel-variabel X pada variabel Y didapatkan melalui uji koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted R Square*. Dapat diketahui *Adjusted R Square* 0,543 yang artinya 54,3% keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) mendapat pengaruh dari pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>), kreativitas (X<sub>2</sub>), dan modal usaha (X<sub>3</sub>), untuk 45,7% dipengaruhi faktor luar.

Tabel 5. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,750 <sup>a</sup>	0,562	0,543	1,834

(Sumber1: data primer diolah, 2020)

### Pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Setelah melalui uji t, bisa dilihat nilai t-hitung X1 melebihi t-tabel ( $4,410 > 1,997$ ) serta signifikansinya bernilai 0,000 yang melebihi 0,05 sehingga **H<sub>1</sub> diterima** yang artinya variabel pemanfaatan media sosial (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y).

Hal yang lumrah jika saat ini para pelaku usaha Milenial memanfaatkan media social dengan sangat baik dalam promosi produk atau jasa mereka. Menurut Huda (2018) dalam artikelnya menyatakan bahwa, generasi muda saat ini dapat berwirausaha melalui media sosial sebagai sarana untuk melakukan promosi. Dari promosi yang telah dilakukan di media sosial, para pengguna media sosial lainnya akan mulai mengenal atau paling tidak melihat dan mengetahui apa yang ditawarkan. Biasanya promosi yang dilakukan dikemas semenarik mungkin untuk memikat calon konsumen mampir pada lapak penjualan, misalnya menggunakan salah satu media social yakni *Instagram* yang sangat populer. Tujuan promosi dilakukan, yaitu meningkatkan penjualan. Dari adanya peningkatan penjualan tersebut, tentu akan berpengaruh terhadap keberlanjutan suatu usaha.

### Kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Setelah melalui uji t, bisa diketahui t-hitung X1 senilai 2,294 melebihi t-tabel senilai 1,997 dengan signifikansinya yakni sebanyak 0,025 yang melebihi 0,05 dan berarti **H<sub>2</sub> diterima**. Hal tersebut menunjukkan keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) dipengaruhi secara positif oleh kreativitas (X<sub>2</sub>).

Tentu, dalam sebuah usaha pasti ada sebuah persaingan antar pelaku bisnis UMKM Milenial. Yang mana, persaingan ini justru biasanya akan mendorong para pelaku usaha untuk melakukan peningkatan mutu produk maupun jasa yang mereka punya sehingga memberikan nilai tambah dan daya saing yang lebih kuat yang akan membuat bisnis tetap berlanjut. Setiap individu memiliki tingkat kreativitas yang berbeda-beda, tergantung dari kemampuan masing-masing individu tersebut. Dari kreativitas yang tinggi, akan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha yang mampu meningkatkan rasa percaya diri terhadap persaingan dan mampu menepis perasaan takut gagal dalam menjalankan kegiatan usaha.

### Modal Usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM

Setelah melalui uji t, bisa dilihat nilai t-hitung X3 melebihi t-tabel ( $3,060 > 1,997$ ) serta signifikansinya bernilai  $0,003 < 0,05$  yang berarti **H<sub>3</sub> diterima** sehingga keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y)

dipengaruhi secara positif oleh modal usaha ( $X_3$ ).

Besarnya suatu usaha tidak luput dari besarnya modal yang dimiliki. Dalam hal ini, tentu modal sangat berpengaruh terhadap pendapat usaha agar bisa terus berkembang. Modal yang memadai dapat mendukung keberlangsungan usaha sesuai target. Oleh sebab itu, kemampuan mengelola modal yang baik khususnya dalam penentuan besarnya dana yang dialokasikan untuk masing-masing bidang sangat diperlukan dalam menjalankan usaha. Kegiatan operasional serta pengembangan usaha yang lancar tak luput dari dukungan modal yang ada. Maka modal menjadi faktor penting yang bisa meningkatkan pendapatan melalui perluasan usaha yang dilakukan tersebut, sebagai bentuk dalam menjaga keberlanjutan bisnis yang dijalani.

#### **Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka implikasi penelitian ini yaitu; (1) Pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. Secara teoritis, dari para pelaku UMKM Milenial dapat mengembangkan wawasan terkait pemanfaatan media sosial, maka secara praktis hal tersebut mengimplikasikan para pelaku UMKM Milenial mampu meningkatkan penjualan, yaitu dengan memanfaatkan media sosial dengan baik, sebagai sarana dalam kegiatan promosi agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha kedepannya. (2) Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. Secara teoritis, dari para pelaku UMKM Milenial mampu mengasah kreativitas yang dimiliki, maka secara praktis hal tersebut mengimplikasikan bahwa upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM Milenial untuk lebih meningkatkan daya kreativitas agar dapat meningkatkan keberlanjutan usaha, yaitu dengan cara melakukan kegiatan yang dapat mengembangkan gagasan yang ada, sehingga dapat dengan mudah untuk menciptakan hal-hal yang baru. (3) Modal usaha berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng. Secara teoritis, dari para pelaku UMKM Milenial memiliki pengetahuan terkait pengelolaan modal usaha yang dimiliki, maka secara praktis hal tersebut mengimplikasikan para pelaku UMKM Milenial mampu mengembangkan usaha dan meningkatkan keberlanjutan usahanya, yakni dengan cara mengelola modal usaha dengan baik, yaitu dengan membuat alokasi dana sesuai dengan masing-masing kegiatan usaha. Karena, jika modal usaha dikelola dengan baik dan mampu meningkatkan modal usaha yang dimiliki, maka tentu banyak kegiatan usaha yang bisa dilakukan dan akan menjamin keberlanjutan bisnis.

#### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

##### **Simpulan**

Ditinjau dari penjabaran hasil analisis beserta pembahasan pada penelitian ini bisa ditarik kesimpulan bahwa secara positif dan signifikan, keberlanjutan bisnis UMKM Milenial dipengaruhi dengan signifikan oleh pemanfaatan media social, kreativitas serta modal usaha.

##### **Saran**

Adapun beberapa saran yang bisa diberikan setelah meninjau hasil penelitian ini, diantaranya; (1) Bagi Pelaku UMKM Milenial, pelaku UMKM Milenial mayoritas memanfaatkan media sosial dalam melakukan kegiatan usaha. Namun dalam penggunaan media sosial tersebut diharapkan menggunakannya dengan bijak dan meningkatkan keamanannya agar tidak diretas (*hack*) oleh oknum yang tidak bertanggungjawab. (2) Bagi Pemerintah, peran pemerintah yang paling diperlukan bagi para pelaku UMKM, yaitu penambahan modal yang bisa digunakan untuk menambah mutu dan nilai jual produk atau jasa yang ditawarkan sehingga usahanya terus berlanjut dan berkembang. (3) Bagi para peneliti berikutnya agar bisa menambahkan variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keberlanjutan UMKM, mengingat masih banyak terdapat faktor-faktor yang dapat digunakan untuk melakukan penelitian terkait keberlanjutan UMKM. Berdasarkan analisis Determinasi,

diperoleh *Adjusted R Square* senilai 0,543 yang mengindikasikan 54,3% variabel keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Y) mendapatkan pengaruh yang cukup signifikan dari pemanfaatan media sosial (X1), kreativitas (X2), dan modal usaha (X3), sementara 45,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Amarul. 2018. "Model Arisan Modal Usaha Dalam Mendukung Keberlanjutan Pengusaha Kecil Di Pasar Unit II Kabupaten Tulang Bawang Lampung". *Jurnal Organisasi Dan Manajemen, Volume 14, Nomor 2*, September 2018, 171-181. Fakultas Ekonomi Universitas Serang Raya.
- Apriani, Komang Debi. 2019. "Pengaruh Modal Usaha, Kreativitas, Literasi Keuangan, Dan Pemahaman Akuntansi Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kecamatan Buleleng". *Skripsi*. Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
- Bansal, Pratima And Mark R. Desjardine. 2014. "Business Sustainability: It Is About Time". Western University, Canada.
- Darsono. 2006. "Manajemen Keuangan". Jakarta : Diadit Media.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiana, Asep Id. 2017. "Analisis Jejaring Sosial Menggunakan Social Network Analysis Untuk Membantu Social CRM Bagi UMKM Di Cimahi". *Skripsi*. Universitas Jenderal Achmad Yani.
- Huda, Fatkhan Amirul. 2017. "Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Dalam Penelitian". Diakses Pada Tanggal 14 Februari 2020 Dalam <http://Fatkhan.Web.Id/TeknikPengumpulanDataDanAnalisisDalamPenelitian/>.
- Kordi, M Ghufuran H. 2020. "Galak Di Media Sosial". Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2020, Dalam <https://Makassar.Tribunnews.Com/2020/01/27/Galak-Di-Media-Sosial>.
- Kusumawardhany, Prita Ayu. 2018. "Pengaruh Kapasitas Absorptif Dan Situs Jejaring Sosial Terhadap Kinerja Inovasi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah.
- Melani, Agustina. 2018. "Ciptakan Solusi Bisnis Bagi Generasi Milenial". Diakses Pada Tanggal 25 Februari 2020, Dalam <https://Www.Liputan6.Com/Bisnis/Read/3243997/Ciptakan-Solusi-Bisnis-Bagi-Generasi-Milenial>.
- Nugraha, Listyawan Ardi. 2011. "Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Dan Sikap Kewirausahaan Terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri Kerajinan Perak Di Desa Sodo Kecamatan, Paliyan Kabupaten, Gunung Kidul". *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Permana, Rio Agung. 2018. "Manfaat Media Sosial Yang Harus Kamu Ketahui!". Diakses Pada Tanggal 19 Maret 2020, Dalam <https://Www.Kompasiana.Com/Rioagungpermana4748/5b3e3a16ab12e58ce2f3632/Manfaat-Media-Sosial-Yang-Harus-Kamu-Ketahui>.
- Proxsis Grup. 2018. "Mendorong Generasi Milenial Menjadi Pelaku Bisnis". Diakses Pada Tanggal 20 Februari 2020, Dalam <https://Www.Proxsisgroup.Com/Mendorong-Generasi-Milenial-Menjadi-Pelaku-Bisnis/>.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2017. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi". *Tirtayasa EKONOMIKA Volume 12, Nomor 2*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Purwanti, Endang. 2012. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal

- Usaha, Strategi Pemasaran, Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga”. *Jurnal Vol.5 No.9*. STIE AMA Salatiga.
- Purwanti, Anissa Hakim. 2018. “Analisis Pemanfaatan *Social Commerce* Bagi UMKM: Anteseden Dan Konsekuensi”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, XVI (1). Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Putri, Khrysti. 2019. “Pengertian Kreativitas Menurut Para Ahli”. Diakses Pada Tanggal 21 Januari 2020, Dalam <https://Duniakumu.Com/Pengertian-Kreativitas-Menurut-Para-Ahliwidayatunjames-R-Evanssantrockseman/>.
- Rahman, Dewi. 2015. “Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu Di Desa Gintangan, Kabupaten Banyuwangi)”. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*. Universitas Jember.
- Republik Indonesia. 2008. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah”. Jakarta.
- Republika. 2016. “Mengenal Generasi Milenial”. Diakses Pada Tanggal 6 Februari 2020 Dalam <https://www.Republika.Co.Id/Berita/Koran/Inovasi/16/12/26/Ois64613-Mengenal-Generasi-Millennial>.
- Rinto. 2019. “Pengaruh Keterampilan Berusaha Dan Kreativitas Kerja Terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga Yang Bermata Pencaharian Di Bidang Usaha Tenun Sarung Toraja Di Kecamatan Mappak Kabupaten Tana Toraja”. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Negeri Makassar.
- Sari, Ernatalia. 2018. Prinsip *Going Concern* Dalam Akuntansi Perusahaan. Diakses Pada Tanggal 19 Maret 2020, Dalam <http://www.Jtanzilco.Com/Blog/Detail/1199/Slug/Prinsip-Going-Concern-Dalam-Akuntansi-Perusahaan>.
- Sugiyono. 2010. “Metode Penelitian”. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Wijayanti, Sinta. 2018. “10 Ciri Dasar Generasi Millennial, Kamu Termasuk Gak Nih?”. Diakses Pada Tanggal 6 Februari, Dalam <https://www.Idntimes.Com/Life/Inspiration/Sinta-Wijayanti-D/10-Ciri-Dasar-Generasi-Millennial-C1c2/Full>.