

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA PADA UMKM KULINER DI JAKARTA**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : ALFANDY**  
**NPM : 115180498**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2024**

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA PADA UMKM KULINER DI JAKARTA**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : ALFANDY**  
**NPM : 115180498**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPIAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA  
2024**

## Pernyataan

Nama : ALFANDY  
NIM : 115180498  
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS  
Judul : Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Usaha pada UMKM Kuliner di Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri di bawah bimbingan Tim Pembimbing dan bukan hasil plagiasi dan/atau kegiatan curang lainnya.

Jika saya melanggar pernyataan ini, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Tarumanagara.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18-November-2024  
Yang menyatakan



ALFANDY  
NIM. 115180498

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : ALFANDI  
NIM : 115180498  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
KONSENTRASI : KEWIRASAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA PADA UMKM KULINER DI JAKARTA

Jakarta, 18 November 2024

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Alfandy  
Nim : 115180498  
Program Studi : S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

**Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Usaha Pada UMKM Kuliner di Jakarta**

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 19 Desember 2024 Dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua :Dr. Franky Slamet, S.E., M.M.,
2. Anggota : Nur Hidayah, S.E., M.M.  
Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.

Jakarta, Desember 2024

Pembimbing



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**JAKARTA**

(A) ALFANDY (115180498)

(B) PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA PADA UMKM KULINER DI JAKARTA

(C) xv + 66 hal, 2024, tabel 18; gambar 7; lampiran 3

(D) KEWIRASAHAAN

(E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner di Jakarta. Metode penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang di bagikan kepada 70 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM PLS. Hasil analisis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif pemanfaatan media sosial dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner di Jakarta.

(F) Daftar acuan 44 (2003-2023)

(G) Nur Hidayah, S.E., M.M.

## ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA

- (A) ALFANDY (115180498)
- (B) *THE INFLUENCE OF THE USE OF SOCIAL MEDIA AND BUSINESS CAPITAL ON BUSINESS SUSTAINABILITY IN CULINARY MSMEs IN JAKARTA*
- (C) xv + 66 page, 2023, table 18; figure 7; attachmen 3
- (D) ENTREPRENEURSHIP
- (E) *Abstract: The aim of this research is to determine and analyze the influence of the use of social media and business capital on the sustainability of culinary MSME businesses in Jakarta. The sample determination method uses a non-probability sampling method with purposive sampling type. The data collection method used a questionnaire which was distributed to 70 respondents. Data analysis used SEM PLS analysis. The results of the analysis conclude that there is a positive influence of the use of social media and business capital on the sustainability of culinary MSME businesses in Jakarta*
- (F) Reference 44 (2003-2023)

(G) Nur Hidayah, S.E., M.M.

## **HALAMAN MOTTO**

Jangan ubah dirimu hanya agar mereka menyukaimu.  
Hebatkan dirimu agar mau tidak mau mereka harus menerimamu.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk orang tua, saudara, teman, dosen dan semua pihak yang telah bertanya : “Kapan sidang?”, “Kapan wisuda?”.  
Kalian lah adalah alasanku untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, maka penulis dapat menyelesaika penelitian ini dengan sebaik-baiknya guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Selesainya penyusunan penelitian ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu perkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Nur Hidayah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan petunjuk, bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
3. Bapak Dr. Franky Slamet, S.E., M.M., Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, atas segala arahan dan motivasi yang diberikan kepada mahasiswa selama masa studi.
4. Segenap Dosen dan Staf Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan.
5. Papa dan mama tercinta, yang telah merelakan sebagian besar waktu saya yang seharusnya untuknya, demi terselesainya skripsi ini.
6. Sahabat saya semasa kuliah, yaitu Daniel Handaya Widjaja yang senantiasa memberikan dukungan emosional dan membantu dalam proses pembuatan skripsi ini.
7. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah ikut memberikan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan, mengingat keterbatasan kemampuan saya. Karenanya saya dengan tangan terbuka bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, November 2024

Penulis,

(Alfandy)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAANTIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	7
3. Pembatasan Masalah .....	7
4. Perumusan Masalah .....	7
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Gambaran Umum Teori .....	10
B. Definisi Konseptual Variabel.....	11
C. Kaitan Antar Variabel .....	14
D. Penelitian yang Relevan .....	16
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Desain Penelitian .....	20
B. Populasi, Teknik Peilihan Sampel dan Ukuran Sampel .....	20

C. Metode Pengumpulan Data .....	21
D. Operasionalisasi Variabel .....	21
E. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	23
F. Analisis Data .....	28
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Subyek Penelitian .....	31
B. Deskripsi Obyek Penelitian.....	35
C. Hasil Analisis Data.....	38
D. Pembahasan .....	43
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	46
B. Saran .....	46
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN.....	52
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	66

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Kriteria UMKM .....	2
Tabel 1.2	Penyebaran UMKM Menurut Wilayah di Provinsi DKI Jakarta	3
Tabel 2.1	Penelitian Yang Relevan .....	16
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	22
Tabel 3.2	<i>Convergent Validity</i> .....	23
Tabel 3.3	Hasil Uji <i>Cross Loading</i> .....	25
Tabel 3.4	<i>Avarage Variance Extracted</i> .....	26
Tabel 3.5	<i>Composite Reliability</i> .....	27
Tabel 3.6	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	28
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan usia .....	32
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan .....	33
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	34
Tabel 4.5	Obyek Penelitian Pemanfaatan Media Sosial .....	35
Tabel 4.6	Obyek Penelitian Modal Usaha.....	36
Tabel 4.7	Obyek Penelitian Keberlanjutan Usaha .....	37
Tabel 4.8	Hasil Koefisien Determinasi $R^2$ .....	41
Tabel 4.15	Hasil <i>F square</i> .....	42
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Hipotesis .....	42

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Model Penelitian .....
Gambar 3.1	Diagram <i>Loading Factors</i> .....
Gambar 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....
Gambar 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....
Gambar 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan .....
Gambar 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha .....
Gambar 4.5	Path Coefficients .....

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner.....	52
Lampiran 2. Hasil Kuesioner .....	57
Lampiran 3. Hasil uji PLS.....	61

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Permasalahan**

##### **1. Latar Belakang Masalah**

Kewirausahaan berperan penting di dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Banyak ahli menyebutkan bahwa kewirausahaan telah memberi kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan sosio-ekonomi suatu negara, seperti kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan nasional. Terlebih pada situasi krisis yang berkepanjangan, peran wirausahawan dirasakan sangat penting (Tambunan, 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang lebih dikenal dengan UMKM adalah kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh seseorang tanpa batasan usia dan modal besar. UMKM memiliki peran penting dalam upaya mewujudkan stabilitas ekonomi nasional, hal ini dikarenakan UMKM dapat membuka kesempatan kerja bagi pengangguran sehingga dapat menurunkan tingkat kemiskinan. Menurut *International Council for Small Business* (ICSB) dari semua pelaku bisnis, 90% adalah UMKM yang dapat menyumbang 60%-70% dari total lapangan pekerjaan yang ada dan 50% merupakan dari PDB. UMKM merupakan pendorong untuk pertumbuhan ekonomi dengan cara penyediaan peluang pekerjaan dan penyeimbangan sistem pasar.

Menurut Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil, mendefinisikan UMKM sebagai usaha kecil yang memiliki aset di luar tanah dan bangunan sama atau lebih kecil dari Rp 200 juta dengan omset tahunan hingga Rp 1 miliar. Sedangkan pengertian usaha menengah ialah badan usaha resmi yang memiliki aset antara Rp 200 juta sampai Rp 10 miliar.

Berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 99 Tahun 1998, UKM adalah rakyat berskala kecil dengan bidang usaha yang secara umum merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah persaingan usaha yang tidak sehat. Sedangkan pengertian UKM bedasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), UKM

adalah sebuah usaha rakyat yang dapat dilihat dari banyaknya tenaga kerja. Usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja antara 5-9 orang, sedangkan usaha menengah memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang.

Sedangkan kriteria Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menurut UU Nomor 20 Tahun 2008 digolongkan berdasarkan jumlah asset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 1.1  
Kriteria UMKM

No	Usaha	Kriteria Asset	Kriteria Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 juta
2	Usaha Kecil	> 50 juta – 500 juta	> 300 juta – 2,5 milyar
3	Usaha Menengah	> 500 juta-10 milyar	> 2,5 milyar – 50 milyar

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, (2019), UMKM mempekerjakan tenaga kerja sebanyak 119,6 juta orang pada tahun 2019. Jumlah ini meningkat 2,21% dibandingkan 117 juta orang tahun lalu. Jumlah ini setara dengan 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia. Sisanya 3,08% berasal dari usaha besar. Ada 109,8 juta (89%) tenaga kerja di usaha mikro, 5,93 juta (4,81%) di usaha kecil dan 3,79 juta (3,07 %) di usaha menengah. Sementara itu, total UMKM di Indonesia tercatat 65,47 juta unit. Jumlah ini mencapai 99,99% dari total unit usaha di Indonesia.

DKI Jakarta merupakan pusat dari perekonomian di Indonesia yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga kesejahteraan dapat tercapai. Oleh karena itu, dapat memberikan semangat dan kesempatan bagi masyarakat untuk memajukan usahanya. Secara makro perekonomian Provinsi DKI Jakarta sangat baik dengan pertumbuhan mencapai 6,23% dan diperkirakan akan tumbuh 6,4%. Hal tersebut dikarenakan 88% pelaku usaha di DKI Jakarta adalah UMKM atau IKM. (Data.com)

Tabel 1.2  
Penyebaran UMKM Menurut Wilayah di Provinsi DKI Jakarta

No	Wilayah	Jumlah UMKM
1	Kepulauan Seribu	3.735
2	Jakarta Selatan	224.245
3	Jakarta Timur	252.953
4	Jakarta Pusat	147.745
5	Jakarta Barat	305.076
6	Jakarta Utara	217.326
<b>Total</b>		<b>1.151.080</b>

Sumber (Depkop, 2023)

Berdasarkan sumber dari data Depkop 2023, sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di DKI Jakarta mengalami pertumbuhan hingga tahun 2023. Jumlahnya mencapai hingga 1.151.080unit, Jakarta Barat merupakan wilayah dengan UKM terbanyak dengan jumlah mencapai 305,076unit, Jakarta Timur dengan 252.953unit dan Jakarta Selatan sebanyak 224.245unit. UKM di Jakarta Utara berjumlah 217.326unit, Jakarta Pusat sebanyak 147.745 unit dan di Kepulauan Seribu terdapat 3.210 unit.

Sejarah membuktikan bahwa ketika krisis moneter 1998 dan kebangkrutan dimana-mana UMKM yang tetap bertahan atas keterpurukan pasca krisis ekonomi. Karakteristik UMKM yang mampu membuat bertahan disaat krisis yaitu umumnya UMKM menghasilkan barang konsumsi yang dimana jika pendapatan masyarakat meningkat, maka akan terjadi peningkatan permintaan juga dan apabila sebaliknya, permintaan tidak berkurang banyak, sebagian besar pembiayaan UMKM adalah *non-banking* yang artinya apabila bank terpuruk ketika krisis, tidak ada pengaruhnya terhadap UMKM, UMKM mayoritas memproduksi barang atau jasa tertentu, hal ini cendurung membuat UMKM fleksibel yang dapat mudah mengubah dan memilih jenis usahanya, UMKM tidak banyak bergantung pada faktor eksternal, seperti valuta asing dan bahan baku impor Irfan, dkk (2023).

Pada tahun 2019 silam dunia digemparkan dengan adanya wabah Virus Covid-19, hal ini menyebabkan macetnya sektor ekonomi dunia. Sama halnya di Indonesia sendiri banyak dari UMKM mengalami penurunan omzet, bahkan hingga

kebangkrutan. Sulitnya dalam pembiayaan, distribusi, sampai dengan mendapatkan bahan baku, menjadi kendala terbesar UMKM dalam menjaga keberlangsungan bisnisnya. Perlunya memiliki strategi untuk bersaing dalam pasar dan inovasi baru dapat dilakukan UMKM untuk tetap eksis dalam pandemi ini, terutama para pelaku usaha yang menjalankan usahanya di sektor perdagangan. Perdagangan yang dilakukan secara konvensional atau *offline* yaitu yang hanya berfokus pada kunjungan langgung sangat dirugikan karena pembatasan masyarakat dan aturan-aturan dari pemerintah. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dengan membatasi pergerakan orang dan barang sehingga mengharuskan masyarakat untuk berdiam diri dirumah jika tidak ada keperluan yang mendesak. Mengatasi hal tersebut, pelaku UMKM kini telah banyak beralih ke metode penjualan secara online dengan memanfaatkan penggunaan sosial media.

Masa-masa setelah pandemi menjadi masa yang sama beratnya, karena semua sektor harus berupaya keras untuk bisa bangkit dan beradaptasi dengan segala perubahan yang ada. Salah satu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dengan pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk berdagang. Para pelaku bisnis diharuskan untuk melek terhadap teknologi demi mempertahankan usahanya (Awali dan Rohmah, 2020). Di era digital saat ini, kreativitas seseorang dalam penggunaan teknologi informasi banyak digunakan untuk mengembangkan bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp juga berperan penting sebagai pendukung kegiatan usaha. Mulai dari kegiatan pemasaran hingga proses jual beli semua bisa dilakukan secara digital. Hal ini tentunya memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen. Dengan berkembangnya kreativitas berbasis teknologi yang dilakukan secara berkesinambungan, diharapkan dapat meningkatkan keberlanjutan UMKM. Media sosial memberikan kemudahan bagi para pelaku UKM guna dapat berinteraksi dengan konsumen, sehingga menimbulkan hubungan antara konsumen dengan pelaku UKM tetap terjaga. Perbedaan lokasi antara konsumen dengan pelaku UKM tidak menjadi penghalang untuk saling berinteraksi satu sama lain, dengan memanfaatkan media sosial pelaku UKM dapat mudah dan cepat merespon apa

yang diinginkan konsumen melalui fitur-fitur yang sudah ada di dalam media sosial dan kenyamanan konsumen juga sudah sangat terjamin. Pernyataan ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Bado, dkk (2023) menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Chatterjee, et al (2021) juga menyimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Penggunaan media sosial saat ini akan memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dan konsumen dalam bertransaksi secara lebih efektif dan efisien karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Penggunaan media sosial memungkinkan bisnis untuk menyediakan konten dan memberikan informasi untuk para konsumennya tanpa menggunakan fisik. Selain itu, penggunaan media sosial juga berfungsi sebagai *platform* yang efektif untuk tujuan strategis dan kinerja organisasi. Penggunaan media sosial yang efektif dapat mempercepat kinerja yang berkelanjutan, beberapa jenis informasi data dicapai melalui umpan balik, komunikasi dua arah dengan para pengguna media sosial maupun konsumen (Mention, Barlatier dan Josserand, 2019). Selain itu penggunaan media sosial menunjukkan aliansi bisnis dengan memungkinkan informasi kolaboratif dan berbagai pengetahuan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha yang belum memahami teknologi sehingga tidak dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut dengan sebaik-baiknya.

Selain itu menurut Irfan, dkk (2023) faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha adalah modal usaha. Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang dan sebagainya atau modal adalah harta benda (uang, barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk menambah kekayaan (Pamungkas, 2017). Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) modal yang besar akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha (Anggraeni dan Hardjanto, 2018). Modal usaha diperlukan ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha. Modal dapat berasal dari modal pribadi atau modal pinjaman dari

pihak lain seperti lembaga keuangan. Namun pada umumnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah lebih menggunakan modal pribadi yang tidak terlalu besar jumlahnya. 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. Tanti dan Dewi, (2020) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh positif modal usaha terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Nawawi (2023) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Namun dalam penelitian yang dilakukan Azzahra, dkk (2023) menyatakan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Besar kecilnya sebuah modal tidak dapat menjamin bahwa suatu usaha dapat terus berlanjut. Mudahnya akses untuk memperoleh modal tambahan membuat siapapun dapat mengelola sebuah usaha tanpa perlu khawatir akan kekurangan modal. Akan tetapi jika pelaku usaha tidak dapat mengelola modal dengan baik, hal ini tentunya dapat menghambat perputaran modal usaha.

Berdasarkan deskripsi dan beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan, penelitian ini penting dilakukan karena di masa pandemi Covid-19 banyak usaha-usaha yang gulung tikar karena tidak bisa mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Oleh sebab itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor keberlanjutan bisnis yang diantaranya yaitu, pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha. Penelitian ini merujuk pada penelitian Dewi dan Herawati (2023) yang membedakan adalah menambahkan variabel inovasi. Penambahan variabel ini ditujukan bahwa keberlanjutan bisnis di UMKM harus mengalami perubahan pada masa yang serba adaptasi teknologi. Utami dalam Hendratmoko (2021) mengatakan bahwa inovasi adalah sebuah kunci dari suatu bisnis industri kreatif, dimana dengan kita melakukan inovasi akan membuat bisnis semakin kompetitif, dan pelanggan akan melihat bisnis yang kita lakukan pertama kali dari sisi inovasinya bukan dari reputasinya (Purwantini dan Anisa, 2018). Perbedaan lainnya

adalah lokasi penelitian yang dilakukan, dalam penelitian Dewi dan Herawati (2023) dilakukan di Buleleng sedangkan ini dilakukan di wilayah Jakarta Barat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Usaha pada UMKM kuliner di Jakarta.**

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di identifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Banyaknya UMKM yang tidak mampu bertahan dalam persaingan.
- b. Banyaknya pelaku UMKM yang belum dapat mengakses media sosial
- c. Apakah dengan memanfaatan media sosial dapat berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?
- d. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha?

## **3. Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya ruang lingkup penelitian, maka penulis tidak dapat melakukan penelitian seluruhnya karena keterbatasan biaya, waktu dan tenaga penulis sehingga diperlukan pembatasan masalah dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dalam penelitian ini mencakup:

- a. Obyek yang diteliti ialah pemanfaatan media sosial dan modal usaha sebagai variabel yang mempengaruhi, serta keberlanjutan usaha sebagai variabel dipengaruhi
- b. Subjek yang diteliti adalah pelaku UMKM Bidang Kuliner yang ada di wilayah Jakarta Barat terutama di daerah Grogol.

## **4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah di atas, dapat diuraikan beberapa masalah yang dapat dikemukakan berupa pertanyaan berikut:

- a. Apakah pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM bidang kuliner di Jakarta Barat?
- b. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM bidang kuliner di Jakarta Barat?

## **B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh empiris pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM bidang kuliner di Jakarta Barat
- b. Untuk mengetahui pengaruh emperis modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM bidang kuliner di Jakarta Barat

### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

#### a. Manfaat teoritis

Dapat dijadikan bahan pengembangan ilmu pengetahuan dan penelitian dengan teori-teori kewirausahaan yang relevan sehubungan dengan masalah yang di teliti. Untuk menambah bahan referensi dan bahan masukan bagi penelitian berikutnya.

#### b. Manfaat Praktis

##### 1) Manfaat Penelitian Bagi Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu literatur atau referensi penelitian sejenis serta dapat memberi kontribusi pengetahuan dan wawasan kewirausahaan khususnya program Ekonomi dan Binsis dan umunya bagi seluruh mahasiswa Universitas Tarumanagara

##### 2) Bagi pelaku bisnis

Bagi pelaku bisnis penelitian ini dapat dijadikan salah satu refrensi dalam rangka melakukan peningkatan kinerja usaha dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Pelaku bisnis dapat mengetahui

unsur – unsur apa yang dapat meningkatkan kinerja usaha dalam mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

3) Bagi Pemerintah

Semakin banyak UMKM yang bertahan dan berkembang, maka akan berdampak pada perekonomian karena dapat menyediakan lapangan pekerjaan, mengatasi kemiskinan, dan meningkatkan daya saing bangsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ambrosini, V., Bowman, C. and Collier, N. (2009). Dynamic capabilities: an exploration of how firms renew their resource base. *British Journal of Management*, 20 (1): 9-24.
- Andiyanto, Frenky (2017) Analisis pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap keunggulan bersaing dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis (studi empiris pada industri pakaian jadi skala kecil dan menengah di Kabupaten Kudus). *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*. Vol 7, No. 1: 1-20
- Anggraeni, F. D., dan Hardjanto (2018). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) melalui fasilitas pihak eksternal dan potensi internal (studi kasus pada kelompok usaha emping jagung di kelurahan pandanwangi kecamatan blimming kota malang). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*. 1 (6):1286-129
- Anggraini, Adisty dan Zuhrial Nawawi (2023). Pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kota Medan. *Journal of Management & Business*. 2 (1): 30-45
- Aritonang, L.R. (2009). “Peramalan Bisnis”. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Awali, H., dan Rohmah, F. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak covid-19. *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. 2 (1): 1–14.
- Azzahra, Cika Irlia, Suyanto, dan Elmira Febri Darmayanti (2021). Pengaruh kreativitas, modal usaha, diversifikasi produk dan kebijakan pemerintah terhadap keberlanjutan bisnis UMKM (studi pada UMKM bidang perdagangan di kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Jurnal Akuntansi*. 2 (1): 104-112
- Bado, Basri, Muhammad Hasan, Andika Isma. (2023). Pengaruh pemanfaatan media sosial dan kreativitas terhadap modal sosial untuk keberlanjutan usaha UMKM milenial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 7 (2): 15582-15603
- Chatterjee, Sheshadri , Ranjan Chaudhuri , Georgia Sakka, Balakrishna Grandhi, Antonino Galati, Evangelia Siachou dan Demetris Vrontis (2021). Adoption of social media marketing for sustainable business growth of SMEs in emerging economies: the moderating role of leadership support. *Sustainability*, 1 (3): 1-16
- Dewi, Kadek Windayani Purnama dan Nyoman Trisna Herawati (2023) Pengaruh modal usaha, literasi keuangan dan penggunaan *social commerce* terhadap keberlanjutan usaha mikro, kecil dan menengah di Kecamatan Buleleng. 12 (2): 108-117

- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Guenther, E., Endrikat, J., & Guenther, T. W. (2016). Environmental management control systems: a conceptualization and a review of the empirical evidence. *Journal of Cleaner Production*. 13 (6): 147–171
- Hair, J. F., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM:Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hendratmoko (2021) Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Indonesia. *Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship*. 2(1): 251–266.
- Henseler, J., Ringle, C., dan Sinkovics. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing. *Advances in International Marketing*. Vol. 4 No.20 :277-319
- Irfan, Fahmi Muhammad, Suharto dan Hanif (2023) Pengaruh Modal Usaha dan *Product Innovation* Terhadap Eksistensi UMKM dengan Digital Marketing Sebagai Variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 9 (01): 1-20
- Jumingan. (2017). *Analisis laporan keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Koerniawan, Samuel dan Liliana Dew (2016) Implikasi Penerapan Seven Spirit pada Diri Pebisnis, Terkait Keberlanjutan Bisnis Entrepreneurship. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 11–18.
- Malhotra, Naresh K. (2012). *Riset pemasaran pendekatan terapan*. Jakarta: Index.
- Mention, Anne-Laure, Barlatier, Pierre-Jean and Josserand, Emmanuel, (2019). Using social media to leverage and develop dynamic capabilities for innovation. *Technological Forecasting and Social Change*. 144(C): 242-250.
- Nugraha, Listyawan Ardi. (2011). Pengaruh modal usaha, tingkat pendapatan, dan sikap kewirausahaan terhadap pendapatan usaha pengusaha industri kerajinan perak di Desa Sodo Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunung Kidul. *ejournal Administrasi Bisnis*. 5(1): 122-124.
- Pamungkas (2017). Pengaruh modal, kualitas sumber daya manusia (sdm) dan promosi terhadap pemberdayaan UMKM (studi kasus pada pemilik usaha di sekitar pasar Babadan, Ungaran). *Jurnal Manajemen Bisnis*. 6 (12): 45-65.
- Pasolo, Muhammad Ridhwansyah, Yaya Sondjaya, Muslim Muslim, Fitriawati (2023) Factors that influence business sustainability: evidence from MSMEs in Papua Province, Indonesia. *Journal of Management & Business*. 6 (1): 326 - 336
- Patma, Tundung Subali, Ludi Wishnu Wardana, Agus Wibowo, Bagus Shandy Narmaditya dan Farida Akbarina (2021) The impact of social media

- marketing for Indonesian SMEs sustainability: Lesson from Covid-19 pandemic. *Cogent Business & Management*. 8 (1): 1-16
- Permana, Erwin Putera (2018) Pengaruh media sosial sebagai sumber belajar ips terhadap motivasi belajar, kemampuan berpikir kritis dan berpikir kreatif siswa sekolah dasar. *Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*. 1(2):1-9
- Pottag, Anis Tiana (2022). Austainability business in family companies through good corporate governance practices related to aspects of business legality in the digital era. *International Journal of Review Management, Business and Entrepreneurship*. 2 (2): 47-54
- Purbohastuti, Arum Wahyuni (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*. 12 (2): 212-231
- Purwanti, Endang (2012). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan umkm di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*. 5 (9):13-28
- Purwantini, Anissa Hakim dan Friztina Anisa (2018). Analisis penggunaan media sosial bagi UKM dan dampaknya terhadap kinerja. *Industrial Management & Data Systems*. 115 (3): 570–588
- Ratnasari, D. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*. 4 (1), 13–24
- Rusyida, Wilda Yulia (2023) Kemampuan manajerial, literasi keuangan, dan mitigasi risiko terhadap keberlangsungan usaha UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*. 1 (1):1-19
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair Jr, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) : A useful tool for family business researchers. *Journal of Family Business Strategy*. 5: 105–115
- Sarwono, Jonathan dan Budiono, Herlina. (2012). *Statistik terapan: aplikasi (untuk riset skripsi, tesis dan disertasi menggunakan SPSS, AMOS, dan Excel)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma (2003). Research methods for business: a skill building aproach, New York-USA: John Wiley and Sons, Inc
- Sugiyono (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. (2016). *Makro ekonomi teori pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tambunan, Tulus; (2019). Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 2 (3): 25-58

- Tanti, Gusti Agung Surya dan Putu Eka Dianita Marvilianti Dewi (2020) Pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*. 11 (2): 320-330
- Thaib, Erwin Jusuf (2021). *Problematika dakwah di media sosial*. Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri
- Van Dijk. (2013). *The culture of connectivity: critical history of social media*. UK: Oxford University Press
- Wetzel, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using pls path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 177-195
- Widayanti, R., Damayanti, R., dan Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153.
- Yul Lee, Jeoung, Young Soo Yang, Pervez Ghauri, Byung Il Park (2022) The impact of social media and digital platforms experience on sme international orientation: the moderating role of covid-19 pandemic. *Journal of International Management*. 28(2)