

SURAT TUGAS

Nomor: 42-R/UNTAR/PENELITIAN/II/2025

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

SARWO EDY HANDOYO, Dr., S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul : Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Usaha
Nama Media : Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
Penerbit : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun : Vol. 06/ No. 04/2024/Oktober
URL Repository : <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/32747>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

06 Februari 2025

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : a0720accd70c5265a90602f28be1298c

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta Barat 11440
P: 021 - 5695 8744 (Humas)
E: humas@untar.ac.id

 Untar Jakarta

 untar.ac.id

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana



UNTAR

FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 6/04/Oktober/2024

DAFTAR ISI

FAKTOR PENENTU <i>PRICE EARNING RATIO</i> EMITEN SEKTOR BARANG KONSUMSI PERIODE 2018-2022 Anggi Rantinus Tamba, Ignatius Roni Setyawan	848-856
PEMASARAN MEDIA SOSIAL, ULASAN PELANGGAN, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI Anggun Aisyah Syahri, Arifin Djakasaputra	857-864
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>FINANCIAL SATISFACTION</i> Anna Yulyana Chandra, Hendra Wiyanto	865-874
PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP KEWIRAUSAHAAN DAN PRAKERIN TERHADAP KESIAPAN BERWIRAUSAHA Antonius, Sarwo Edy Handoyo	875-882
PENGARUH <i>ATTRACTIVENESS, TRUSTWORTHINESS</i> DAN <i>EXPERTISE</i> <i>SOCIAL MEDIA INFLUENCER</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> Caroline Jesica Emily Liem, Carunia Mulya Firdausy	883-890
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA, STRES KERJA, MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA Charles Agatha Lie, Yanuar	891-900
ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN PRODUK BARU PADA UKM TEKSTIL JAKARTA Christopher, Andi Wijaya	901-910
OPTIMALISASI KINERJA USAHA UMKM KULINER: MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK, DAN DUKUNGAN KELUARGA Dheandra Aulia, Ida Puspitowati	911-919
PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN Dimas Haryo Wicaksono, Joyce A. Turangan	920-927
PERAN E-WOM, NEGARA ASAL PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI <i>SMARTPHONE</i> HUAWEI Edbert Kent, Cokki	928-936
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA SARJANA MANAJEMEN UNIVERSITAS TARUMANAGARA Gabriela Ribka Mocosandib, Kartika Nuringsih	937-946

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA/I UNIVERSITAS TARUMANAGARA Gelion, Arifin Djakasaputra	947-956
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA INOVASI PRODUK DIMEDIASI OLEH INOVASI TERBUKA Grace Patricia, Rodhiah	957-963
PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i> , <i>BRAND EXPERIENCE</i> , MELALUI <i>BRAND TRUST</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION SMARTPHONE</i> Kennt Lorents, M. Tony Nawawi	964-973
EFIKASI DIRI BERWIRAUSAHA, MOTIVASI BERWIRAUSAHA, DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KULINER Laura Rebeca Chandra, Nur Hidayah	974-982
PENGARUH <i>CUSTOMER REVIEW</i> DAN <i>BRAND TRUST</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION NATURE REPUBLIC E-COMMERCE SOCIOLLA</i> Marcella Nasya Chandra, Sanny Ekawati	983-991
PENGARUH KOMPETENSI TERHADAP KINERJA MELALUI <i>EMPLOYEE ENGAGEMENT</i> PADA PEGAWAI <i>RETAIL</i> DI JAKARTA Marchela Yovanka Radista, Edalmen	992-1000
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL Mario Natanael Jonathan, Carunia Mulya Firdausy, Richard Andrew	1001-1009
KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN MERUPAKAN JEMBATAN PENGHUBUNG ANTARA PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL DENGAN NIAT BERWIRAUSAHA Mellisa, Hetty Karunia Tunjungsari	1010-1017
PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, INOVASI DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA Misshell Chai, Sarwo Edy Handoyo	1018-1027
PENGARUH KARAKTERISTIK PEKERJAAN DAN KOMPENSASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT PRUDENTIAL Michelle Laudia Bella, Kurniati W. Andani	1028-1036

PENGARUH KERJASAMA TIM DAN PELATIHAN TERHADAP KINERJA MELALUI KEPUASAN KERJA PADA KARYAWAN Oliver Budi Wangge, Ronnie R. Masman	1037-1045
PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP INTENSI KEWIRAUSAHAAN HIJAU Sherafina Angelia, Nur Hidayah	1046-1054
DETERMINAN NIAT UNTUK MEMBELI PRODUK SKINCARE: PERAN MEDIASI DARI NILAI YANG DIPERSEPSIKAN Tiffany Alvera, Galuh Mira Saktiana	1055-1064
<i>PURCHASE DECISION</i> PADA PRODUK KECANTIKAN MELALUI <i>SOCIAL MEDIA INFLUENCER</i> DAN <i>GENDER</i> SEBAGAI MODERASI Valencia Rosaline Yong, Frangky Slamet	1065-1073
PENTINGNYA PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA Vanessa Griselda, Ida Puspitowati	1074-1081
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>REPURCHASE INTENTION</i> SHOPPE DENGAN <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> SEBAGAI VARIABEL INTERVENSI Veriana Anggrainy, Andi Wijaya	1082-1091
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENGADOPSIAN <i>E-COMMERCE</i> UMKM MELALUI MEDIASI PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN Vieve, Louis Utama	1092-1101
PERAN EFIKASI DIRI DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN BERWIRAUSAHA DIMODERASI DUKUNGAN KELUARGA Vivien Lee, Mei Ie	1102-1116
KEEFEKTIFAN MANAJEMEN RISIKO DAN STRATEGI INVESTASI TERHADAP PROFITABILITAS PADA <i>TRADING FOREX</i> Dionisius Lumbantobing, Yusbardini	1117-1024

Editorial Team

Editor in Chief

Keni Keni

<https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=zT6UWRIAAAAJ>

Universitas Tarumanagara, Indonesia

Fakultas Ekonomi



SINTA ID : 5987760

Scopus[®]

Managing Editor

Frangky Slamet 

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Ida Puspitowati 

<https://scholar.google.com/citations?user=qRci5egAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Lydiawati Soelaiman 

<https://scholar.google.com/citations?user=DG8v8rwAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Hetty Karunia Tunjungsari 

<https://scholar.google.com/citations?user=w5Cf-aAAAAJ&hl=en&oi=sra>

Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, INOVASI DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA

Misshell Chai¹, Sarwo Edy Handoyo^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: misshell.115200281@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: sarwoh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 31-01-2024, revisi: 10-09-2024, diterima untuk diterbitkan: 11-10-2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat. Metode penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang di bagikan kepada 100 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM PLS. Hasil analisis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat.

Kata kunci: pemanfaatan media sosial, inovasi, modal usaha, keberlanjutan usaha

ABSTRACT

The aim of this research is to determine and analyze the influence of the use of social media, innovation and business capital on the sustainability of MSME businesses in West 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 100 respondents. Data analysis used SEM PLS analysis. The results of the analysis conclude that there is an influence of the use of social media, innovation and business capital on the sustainability of MSME businesses in West Jakarta.

Keywords: use of social media, innovation, business capital, sustainability business

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

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

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.

Keberlanjutan suatu bisnis juga dipengaruhi oleh kemampuan pengusaha untuk melakukan inovasi (Irfan, dkk, 2023). Inovatif adalah kecenderungan perusahaan untuk menggunakan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen, dan proses kreatif yang mungkin berhasil dalam memperkenalkan produk atau jasa baru, hal-hal baru atau proses teknologi. Inovasi dianggap sebagai sebuah penyedia solusi untuk permasalahan yang rutin atau baru. Menurut Drucker (2012), Inovasi adalah alat spesifik bagi perusahaan, dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda. Berry (1998, dalam Arshad, et al. 2014:46) menyatakan inovasi dipahami oleh beberapa diantara kita, sebagai suatu kemampuan perusahaan untuk terlibat di dalam ide-ide baru atau berpikir kreatif bahwa ide tersebut dapat menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Lai dan Widjaja (2023) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Inovasi dapat dipertimbangkan pada produk atau tingkat teknologi (Yang, 2008). Dalam konteks inovasi produk, faktor-faktor penting yang harus dipertimbangkan adalah desain, penelitian pasar, atribut produk dan pemasaran atau promosi (Arshad, et al. 2014:48). Inovasi teknologi terutama berkonsentrasi tentang bagaimanakah cara untuk menambahkan atribut baru untuk produk, yang diminta oleh pasar atau tentang bagaimanakah untuk menghasilkan produk yang efisien. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan inovasi merupakan prioritas bagi pengusaha, dan mereka selalu bangga akan hal tersebut sebagaimana pula sebagai upaya untuk menciptakan beberapa keunggulan kompetitif bagi perusahaan mereka.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Gautam (2016) yang menyimpulkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Hasil tersebut dikarenakan adanya keterbatasan pengusaha dalam berinovasi. Pada penelitian ini, inovasi yang dilakukan sebagian besar responden adalah inovasi membuat produk baru. Namun untuk inovasi yang dilakukan belum mampu mendongkar kinerja usaha. Maka hal ini menunjukkan UMKM masih memiliki keterbatasan untuk

berinovasi. Tidak semua pengusaha memiliki ide untuk membuat sesuatu yang baru terhadap produknya, menerapkan cara produksi yang baru. Pada penelitian ini UMKM berhasil menerapkan ide-ide kreatif untuk melakukan sebuah inovasi. Tetapi inovasi-inovasi yang dilakukan ternyata belum cukup mendorong atau memberi pengaruh untuk meningkatkan kinerjanya.

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 dkk., 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 Angraini 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.

Kajian teori

Media sosial diartikan sebagai suatu media yang digunakan oleh dua orang atau lebih, dalam berinteraksi secara online (Permana, 2018). Menurut Henderi, dkk dalam Purbohastuti (2017:4) 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.

Inovatif merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam produk dan pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi (Widodo, 2013: 205). Menurut Haryo, dan Yengky (2014: 11) inovatif adalah kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan produk baru atau metode produksi baru, membuka pasar baru atau sumber-sumber pasokan baru, atau mendefinisikan ulang industri. Fontana (2011:25) mendefinisikan inovasi sebagai: Proses pengenalan produk atau sistem baru yang membawa kesuksesan ekonomi bagi perusahaan dan kesuksesan sosial bagi konsumen serta komunitas atau lingkungan yang lebih luas.

Menurut Sukirno (2016:76) Modal usaha atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa.

Sedangkan menurut Jumingan (2017:123) modal kerja adalah sejumlah dana yang dikeluarkan untuk membelanjai operasi perusahaan tersebut dari hari ke hari, misalnya untuk memberi uang muka pada pembelian bahan baku atau barang dagangan, membayar upah buruh dan gaji pegawai, dan biaya-biaya lainnya.

Konsep keberlanjutan usaha ini sendiri berorientasi pada pencapaian kinerja dalam jangka panjang yang merupakan hal penting pada suatu usaha. Keberlangsungan usaha didukung oleh beberapa faktor penyebab bisnis menjadi kuat dan mampu bertahan. Keberlanjutan usaha itu dapat diketahui dari keberhasilan suatu perusahaan untuk melakukan inovasi baik itu dalam hal produk, pemasaran selain itu dalam pengelolaan karyawan dan pelanggan serta dalam pengembalian suatu modal. Keberlanjutan usaha bagi pelaku usaha akan memberikan manfaat untuk bisa menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan pendapatan usahanya (Ratnasari, 2020).

Menurut Widayanti dkk. (2017) keberlanjutan usaha adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertumbuhan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha. Definisi keberlanjutan usaha menurut Rusyida (2023:5) yaitu bentuk konsistensi dari suatu usaha, keberlangsungan dilihat sebagai suatu proses berlangsungnya usaha yang meliputi pertumbuhan, perkembangan, strategi, dan pengembangan usaha yang akan berpusat pada keberlangsungan dan ketahanan usaha

Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan usaha

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 Jossierand, 2019). Media sosial dapat membantu untuk mempromosikan produk secara online dengan cara yang hemat biaya, mengekspos kepada pelanggan potensial baru, membina hubungan yang baik dengan konsumen, memperkuat merek yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja usaha (Luthen dan Soelaiman, 2022).

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.

Pengaruh inovasi terhadap keberlanjutan usaha

Inovasi adalah salah satu instrumen dasar pertumbuhan strategies untuk masuk pasar baru, meningkatkan pangsa pasar yang ada dan untuk menyediakan perusahaan dengan keunggulan kompetitif. Termotivasi oleh meningkatnya persaingan di pasar global, perusahaan sudah mulai memahami pentingnya inovasi, karena teknologi cepat berubah dan persaingan global yang parah dengan cepat mengikis nilai tambah produk dan jasa yang ada. Dengan demikian, inovasi merupakan komponen yang tak terpisahkan dari strategi perusahaan selama beberapa alasan seperti untuk menerapkan proses manufaktur yang lebih produktif, untuk tampil lebih baik di pasar, untuk mencari reputasi positif dalam persepsi pelanggan dan sebagai hasilnya untuk

mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Inovasi memberikan perusahaan sebuah orientasi strategis untuk mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan oleh karena itu semakin baik inovasi maka semakin tinggi tingkat kesuksesan bisnis (Gunday *et al.*, 2009).

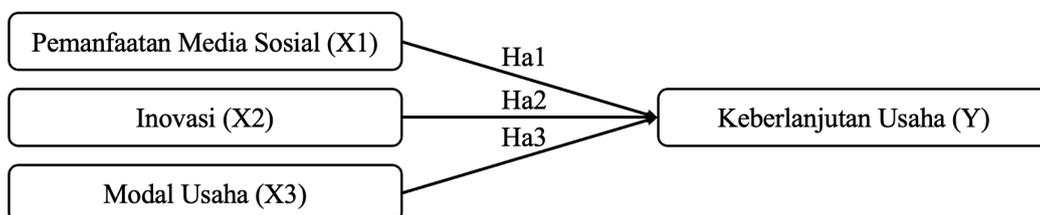
Irfan, dkk, (2023) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha usaha. Inovasi secara luas dianggap sebagai salah satu sumber terpenting dari keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam lingkungan yang semakin berubah, karena mengarah pada peningkatan produk dan proses, membuat kemajuan berkelanjutan yang membantu perusahaan untuk bertahan hidup, memungkinkan perusahaan tumbuh lebih cepat, lebih efisien, dan pada akhirnya menjadi lebih menguntungkan daripada *non-inovator*. Kemudian dalam penelitian Lai dan Widjaja (2023) juga menyimpulkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha. Mereka menemukan bahwa kecenderungan perusahaan terhadap inovasi adalah sangat penting dalam lingkungan kompetitif untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih tinggi.

Pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan usaha

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan dan diperlukan pelaku usaha dalam memenuhi pembiayaan operasional usaha dimulai dari berdirinya usaha hingga berjalannya usaha tersebut. Modal tidak terbatas hanya dalam bentuk uang melainkan juga termasuk aktiva lain yang dapat mendukung jalannya operasional perusahaan, tanpa adanya modal yang memadai maka akan mempengaruhi keberlangsungan dan keberlanjutan usaha kedepannya dan ini juga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Berdasarkan penelitian Irfan, dkk (2023) serta penelitian 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. Konsep keberlanjutan usaha ini sendiri berorientasi pada pencapaian kinerja dalam jangka panjang yang merupakan hal penting pada suatu usaha. Keberlangsungan usaha didukung oleh beberapa faktor penyebab bisnis menjadi kuat dan mampu bertahan. Salah satu faktor yang dapat mendukung keberlanjutan suatu usaha adalah adanya dukungan modal. Modal merupakan hal yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM untuk membantu usahanya terus beroperasi

Kerangka pemikiran dan hipotesis

Kerangka pemikiran di dalam penelitian ini adalah keberlanjutan usaha sebagai variabel Y dan dipengaruhi oleh pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha sebagai variabel X. Maka dapat dikemukakan kerangka pemikiran sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Ha1: Terdapat pengaruh signifikan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan Usaha UMKM di Jakarta.

Ha2: Terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta.

Ha3: Terdapat pengaruh signifikan modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat, namun tidak dengan suatu eksperimen tetapi dilakukan dengan cara pengamatan terhadap data dari faktor yang diidentifikasi menjadi penyebab dan sebagai pembanding (Sugiyono, 2013:56). Populasi penelitian ini adalah seluruh pengusaha UMKM di Grogol, Jakarta Barat. Pengambilan sampel dilakukan secara tidak acak dengan menggunakan teknik *judgement sampling*. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jumlah sampel berlandaskan pada Sarstedt, Ringle, & Hair (2017) yang menyarankan rentang sampel 5-10 kali jumlah indikator, sehingga jumlah minimal responden adalah (18 indikator x 5 = 90 responden) penulis menggenapkan jumlah responden sebanyak 100 responden. Menurut Supranto (2011:239), jumlah sampel sebanyak 30 responden merupakan persyaratan minimal dalam suatu penelitian, dimana semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat.

Skala pengukuran data menggunakan skala interval dalam bentuk skala Likert dan variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dalam bentuk sebuah pertanyaan atau pernyataan. Skala yang digunakan dimulai dari terendah dengan skor 1 (Satu) yang menunjukkan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga tertinggi dengan skor 5 (Lima) yang menunjukkan Sangat Setuju (SS). Instrumen yang digunakan dalam bentuk kuesioner. Dimana penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara online melalui platform *Google Form* dan media sosial.

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen adalah pemanfaatan media sosial, inovasi dan modal usaha. Variabel dependen adalah keberlanjutan usaha. Berikut indikator pada penelitian ini.

Tabel 1. Indikator variabel
Sumber: Pasolo *et al.* (2023)

Variabel	Indikator	Skala
Pemanfaatan Media Sosial	Saya memanfaatkan Media sosial menjadi tempat pemasaran yang strategis.	Interval
	Pemanfaatan Media sosial membuat usaha usaha semakin berkembang.	
	Media sosial memperluas koneksi pangsa pasar saya.	
	Saya rutin berbagai informasi seputar produk di jejaring sosial.	
Inovasi	Saya biasanya mengadopsi metode operasi kreatif.	Interval
	Saya biasanya merancang sendiri metode produksi baru daripada mengadopsi metode produksi orang lain.	
	Saya memasarkan produk baru sejak tiga tahun terakhir.	
	Saya biasanya mengadopsi metode penyelesaian masalah sendiri untuk digunakan organisasi.	
Modal Usaha	Modal usaha saya dari modal pribadi.	Interval
	Saya memiliki akses perbankan untuk mendapatkan pinjaman modal dengan mudah.	
	Saya dapat menggunakan dana dari modal tambahan saya untuk membeli peralatan agar lebih lengkap.	
	Dalam menjalankan usaha ini saya tidak mendapat hambatan dalam memperoleh modal.	
Keberlanjutan Usaha	Usaha Saya mengalami pertumbuhan penjualan.	Interval
	Jumlah karyawan Saya bertambah.	
	Pertumbuhan Pangsa Pasar meningkat setiap tahun.	
	Modal untuk mengembangkan usaha selama ini selalu mengalami peningkatan.	
	Laba perusahaan dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan.	
	Aset perusahaan terus meningkat setiap tahun.	

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas

Pada hasil validitas konvergen, didapatkan semua angka $> 0,5$ pada nilai *outer loadings* untuk setiap pernyataannya, dan didapatkan semua angka $> 0,5$ pada nilai *Average Variance Extracted / AVE* maka pernyataan yang digunakan sudah valid secara validitas konvergen. Selain itu, pada hasil validitas diskriminan, peneliti menggunakan nilai *Cross Loadings* dimana nilai korelasi antara pernyataan terhadap variabel nya sendiri harus lebih besar daripada pernyataan terhadap variabel lainnya berdasarkan hasil kalkulasi SmartPLS 3, didapatkan semua angka pada pernyataan terhadap variabel-nya sendiri lebih besar daripada terhadap variabel lainnya maka pernyataan sudah valid secara validitas diskriminan.

Hasil uji reliabilitas

Pada hasil reliabilitas, maka berdasarkan hasil yang dikalkulasi oleh program SmartPLS 3, didapatkan semua angka pada nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap pernyataannya adalah $> 0,7$ dan pada nilai *Composite Reliability* didapatkan semua angka untuk setiap pernyataannya adalah $> 0,7$. Maka pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel berdasarkan kedua nilai reliabilitas, yakni *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

Hasil uji R-square (R²) dan GoF (Goodness of Fit)

Uji R-square (R²) yang dihasilkan sebesar 0,688 (bersifat kuat) pada variabel “keberlanjutan usaha” Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar sebesar 68,8% variasi keberlanjutan dapat dijelaskan oleh variasi pemanfaatan media sosial, Inovasi, dan modal usaha. Sisanya sebesar 31,2% dijelaskan oleh variabel lain. Kemudian untuk Hasil uji GoF, didapatkan nilai GoF sebesar 0,681 yang berarti bahwa keseluruhan dalam keberlanjutan model prediksi yang ditinjau pada tingkat kesesuaian antara *inner model* dengan *outer model* adalah besar karena di atas 0,36.

Hasil uji hipotesis

Tabel 2. Hasil uji hipotesis (*bootstrapping*)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O/STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Pemanfaatan Media Sosial → Keberlanjutan Usaha	0,352	0,341	0,117	3,000	0,003
Inovasi → Keberlanjutan Usaha	0,240	0,253	0,105	2,290	0,022
Modal Usaha → Keberlanjutan Usaha	0,408	0,410	0,061	6,693	0,000

Diskusi

Hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan media sosial terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha karena hasil dari nilai t-statistik pemanfaatan media sosial sebesar 3,000 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan p-values sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hasil ini sesuai dengan penelitian Bado, dkk (2023) dan Chatterjee, et al (2021) menyatakan bahwa Pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Nawawi (2023) serta penelitian Tanti dan Dewi (2020) juga menyatakan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha Media sosial ialah suatu alat yang dapat digunakan untuk menjalin hubungan antar seseorang tanpa harus bertemu secara langsung. Media sosial tidak hanya digunakan untuk menjalin hubungan sosial, tetapi juga dapat digunakan untuk melakukan promosi produk suatu perusahaan. Banyaknya manfaat penggunaan media sosial dalam mengembangkan UMKM merupakan salah satu faktor

pendorong yang kuat bagi UMKM untuk terus memanfaatkan media sosial dalam rangka mengembangkan usahanya, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi. Pengusaha UMKM perlu memanfaatkan media sosial secara optimal dan secara konsisten melakukan update informasi setiap hari untuk mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk.

Hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa variabel inovasi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha karena hasil dari nilai t-statistik inovasi sebesar 2,290 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan *p-values* sebesar 0,022 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hasil ini sesuai dengan penelitian Irfan, dkk, (2023) serta penelitian Lai dan Widjaja (2023) yang menyimpulkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Selain itu penelitian Rahayu dan Hidayah (2023) juga menyimpulkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Inovasi adalah salah satu instrumen dasar pertumbuhan strategies untuk masuk pasar baru, meningkatkan pangsa pasar yang ada dan untuk menyediakan perusahaan dengan keunggulan kompetitif. Termotivasi oleh meningkatnya persaingan di pasar global, perusahaan sudah mulai memahami pentingnya inovasi, karena teknologi cepat berubah dan persaingan global yang parah dengan cepat mengikis nilai tambah produk dan jasa yang ada. Dengan demikian, inovasi merupakan komponen yang tak terpisahkan dari strategi perusahaan selama beberapa alasan seperti untuk menerapkan proses manufaktur yang lebih produktif, untuk tampil lebih baik di pasar, untuk mencari reputasi positif dalam persepsi pelanggan dan sebagai hasilnya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Inovasi memberikan perusahaan sebuah orientasi strategis untuk mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan oleh karena itu semakin baik inovasi maka semakin tinggi tingkat kesuksesan bisnis

Untuk hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel modal usaha memiliki nilai t-statistik sebesar 6,693 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan *p-values* sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Irfan, dkk (2023) serta penelitian Tanti dan Dewi, (2020) menemukan adanya pengaruh positif modal usaha terhadap keberlanjutan UKM. Hal tersebut didukung oleh Anggraini dan Nawawi (2023) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan dan diperlukan pelaku usaha dalam memenuhi pembiayaan operasional usaha dimulai dari berdirinya usaha hingga berjalannya usaha tersebut. Modal tidak terbatas hanya dalam bentuk uang melainkan juga termasuk aktiva lain yang dapat mendukung jalannya operasional perusahaan, tanpa adanya modal yang memadai maka akan mempengaruhi keberlangsungan dan keberlanjutan usaha kedepannya dan ini juga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Konsep keberlanjutan usaha ini sendiri berorientasi pada pencapaian kinerja dalam jangka panjang yang merupakan hal penting pada suatu usaha. Keberlangsungan usaha didukung oleh beberapa faktor penyebab bisnis menjadi kuat dan mampu bertahan. Salah satu faktor yang dapat mendukung keberlanjutan suatu usaha adalah adanya dukungan modal. Modal merupakan hal yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM untuk membantu usahanya terus beroperasi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat.
- b. Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat.
- c. Modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM di Jakarta Barat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

- a. Para pelaku UMKM diharapkan untuk lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial karena untuk dapat bersaing mengikuti perkembangan zaman dan juga pemasaran menggunakan media sosial atau secara online dapat menghemat biaya dan bisa mengefektifkan waktu karena bisa dilakukan dimana saja. Dengan mempromosikan produk UMKM menggunakan media sosial pelaku UMKM dapat meningkatkan strategi penjualan yang lebih tinggi sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi pelaku UMKM agar produknya diketahui oleh masyarakat luas.
- b. Bagi para pengusaha diharapkan selalu berinovasi meningkatkan kualitas produk yang dibuatnya dengan mengikuti trend jaman sekarang sehingga akan memberikan kepuasan lebih tinggi bagi konsumen yang akan membeli. Selain itu pengusaha sebaiknya selalu meng update dan membuat produk baru minimal tiap tiga tahun sekali karena hal tersebut merupakan indikator yang memiliki pengaruh paling rendah keberlanjutan usaha.
- c. Terkait dengan modal usaha, pelaku UMKM disarankan untuk melakukan perencanaan dan pengelolaan modal agar dapat meningkatkan usaha yang dikerjakan. Pelaku UMKM diharapkan dapat mengatur sumber modal yang didapat. Sumber modal dapat diperoleh dari diri sendiri dan dari pinjaman. Pelaku UMKM bisa menambah modal dari pinjaman bank atau lembaga lain untuk mengembangkan usahanya. Semakin banyak modal yang didapat, usaha akan semakin mudah untuk dikembangkan. Dengan demikian pelaku UMKM diharapkan bisa mengelola modal dalam menjalankan usahanya
- d. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha, ada baiknya menghubungkan dengan variabel lain yang mungkin berpengaruh yang belum diteliti dalam penelitian ini seperti, strategi pemasaran, kemampuan, skill, kreativitas dan sebagainya. Selain faktor lain dapat juga menggunakan sampel yang dengan jumlah yang lebih banyak dan populasi yang diambil juga dapat diteliti secara lebih luas tidak terpusat hanya di daerah Jakarta Barat.

REFERENSI

- Anggraeni, F. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2018). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Internal (Studi Kasus pada Kelompok Usaha "Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1286-1295.
- Arshad, A. S., Rasli, A., Arshad, A. A., & Zain, Z. M. (2014). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: A Study of Technology-based SMEs in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 1(3), 46-53. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.006>
- Azzahra, C. I., Suyanto, S., & Darmayanti, E. F. (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
- Drucker, P. F. (2012). *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga

- Haryo Santoso dan Yengky Imam Susanto (2014) Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Di Klaster Industri Mebel Kabupaten Blora. *Journal of Industrial Engineering Management*. Volume : Vol 9, No.1: 1-10
- 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.
- Lai, A. & Widjaja, O. H. (2023) Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(3), 576-584. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Luthen, M. D. & Soelaiman, L. (2022). Factors Affecting the Use of Social-Media TikTok to Improve SME Performance. Dalam *International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities*, 212-217. <https://dx.doi.org/10.2991/assehr.k.220404.033>
- Mention, Anne-Laure, Barlatier, Pierre-Jean, & Josserand, Emmanuel, (2019). Using social media to leverage and develop dynamic capabilities for innovation. *Technological Forecasting and Social Change*. 144(C): 242-250.
- 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
- 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*.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni (2017) Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*. 12 (2): 212-231
- Rahayu, P. R. & Hidayah, N. (2023) Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha terhadap Perkembangan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 448-456. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23415>
- 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
- Sukirno, Sadono. (2016). *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta : Rajawali Pers
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153.
- Widodo. (2013). Model Peningkatan Kinerja UKM Berbasis Orientasi Entrepreneurs. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol 4 No 2*.1-15.
- Yang, J. T. (2008). Individual attitudes and organisational knowledge sharing. *Tourism Management*. 29(2): 345-353.

SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/
Badan Riset dan Inovasi Nasional



Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Nomor: 230/E/KPT/2022
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode I Tahun 2022
Nama Jurnal Ilmiah

Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan

E-ISSN: 26570025

Penerbit: Universitas Tarumanagara

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 5

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 2 Nomor 3 Tahun 2020 sampai Volume 7 Nomor 2 Tahun 2025

Jakarta, 30 December 2022
Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Republik Indonesia,

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP 196107061987101001