



## Pengaruh Penggunaan Social Media dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang

Muhammad Azka Safri Annandhif<sup>1\*</sup>, Fauza Salsabila<sup>2</sup>, Farida Indriani<sup>3</sup>, Mahfudz<sup>4</sup>  
<sup>1234</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang

e-mail: \*<sup>1</sup>[mazkasafri@students.ac.id](mailto:mazkasafri@students.ac.id), <sup>2</sup>[fauzasalsabila@students.undip.ac.id](mailto:fauzasalsabila@students.undip.ac.id)

\*Corresponding Author

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan sosial media dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Semarang baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel penelitian ini adalah UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Semarang sejumlah 107 sampel. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Berdasarkan penelitian ini penggunaan media sosial memberikan dampak yang baik pada kinerja UMKM di Kota Semarang, begitu juga dengan penerapan orientasi kewirausahaan memberikan dampak yang baik pada kinerja UMKM di Kota Semarang. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk memberikan informasi bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM sehingga perlu dicermati oleh para pelaku usaha untuk meningkatkan penggunaan media sosial untuk menambah kinerja UMKM, yang selanjutnya diharapkan dapat berdampak pada meningkatnya kesejahteraan mereka.

**Kata kunci:** Sosial Media, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja, UMKM

### Abstract

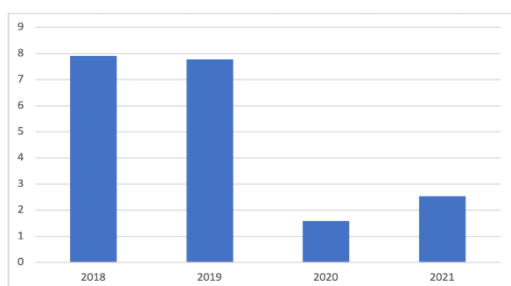
*The purpose of this study is to determine and analyze the influence of social media use and entrepreneurial orientation on the performance of MSMEs in the food and beverage sector in Semarang City both partially and simultaneously. This research is a descriptive quantitative research. The sample of this study is MSMEs in the food and beverage sector in Semarang City totaling 107 samples. Data was analyzed using SEM-PLS. The results showed that the use of social media and entrepreneurial orientation had a positive and significant effect on the performance of MSMEs in Semarang City. Based on this research, the use of social media has a good impact on the performance of MSMEs in Semarang City, as well as the implementation of entrepreneurial orientation has a good impact on the performance of MSMEs in Semarang City. The implication of this study is to provide information that the use of social media affects the performance of MSMEs so that it needs to be observed by business actors to increase the use of social media to increase the performance of MSMEs, which is further expected to have an impact on improving their welfare.*

**Keywords:** Social Media, Entrepreneurship Orientation, Performance, MSMEs

## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam beberapa aspek, seperti dalam sektor ekonomi dengan menjadi penyedia lapangan kerja utama. Selain itu, UMKM juga berperan sebagai penggerak utama dalam pengembangan ekonomi lokal dan memberdayakan masyarakat. Keberhasilan sektor UMKM yang inovatif menjadi kunci dalam upaya pemulihan ekonomi setelah dampak yang ditimbulkan oleh pandemi Covid-19. Dengan jumlah UMKM yang banyak dan tingginya tingkat pembelian oleh masyarakat, sektor ini memiliki potensi besar untuk menjaga pertumbuhan ekonomi. Data menunjukkan bahwa di Indonesia, terdapat sekitar 64,2 juta unit UMKM yang beroperasi. Dari jumlah tersebut, sekitar 99,6% adalah usaha mikro, sementara usaha kecil, menengah, dan besar masing-masing menyumbang sekitar 0,30%, 0,07%, dan 0,01% (UKMIndonesia.id, 2023). Dalam subsektor kuliner UMKM, kontribusinya sangat signifikan, mencapai lebih dari 455 triliun atau sekitar 41% dari total produk domestik ekonomi kreatif yang mencapai 1,134 triliun pada tahun 2020 (Kompas.com, 2021).

**Gambar 1 Nilai Pertumbuhan PDB Industri Makanan dan Minuman**



**Sumber:** (Databoks, 2022)

Gambar 1 merupakan data grafik pertumbuhan PDB industri sektor makanan dan minuman di Indonesia. Pada tahun 2020 ke tahun 2021 adanya perubahan yang sangat drastis pada pendapatan domestik bruto sektor makanan. Hal ini merupakan dampak dari adanya Covid-19 yang melanda seluruh belahan dunia. Namun, bisa dilihat ditahun 2021 mengalami kenaikan seiring dengan perkembangan pertumbuhan pengguna media sosial di Indonesia.

Pertumbuhan dan sumbangsih UMKM dalam perekonomian merupakan hasil dari penggunaan media sosial. Pemanfaatan media sosial telah menjadi fenomena umum di tengah masyarakat modern, terutama di lingkungan bisnis. Berbagai platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube memberikan peluang yang beragam bagi perusahaan untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi dengan pelanggan, mitra, dan pihak-pihak terkait lainnya.

Penggunaan sosial media berfungsi untuk mengkomunikasikan gagasan dan informasi dengan cepat kepada khalayak banyak atau orang-orang yang mereka ingin untuk saling terhubung. Penggunaan media sosial juga menumbuhkan rasa keterhubungan di antara pengguna, sehingga tercipta percakapan yang informal. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial juga memiliki potensi untuk memengaruhi berbagai aspek kinerja perusahaan, termasuk inovasi, kepuasan pelanggan, dan performa keuangan.



Meskipun demikian, hubungan antara pemanfaatan media sosial dan kinerja perusahaan bersifat kompleks dan dinamis.

Hal ini sangat tergantung pada faktor-faktor tertentu, seperti jenis, tujuan, dan frekuensi penggunaan media sosial, karakteristik perusahaan, industri, lingkungan, dan hasil konkret dari implementasi media sosial. Oleh karena itu, studi mengenai dampak penggunaan media sosial terhadap kinerja perusahaan dan faktor-faktor yang mendasarinya menjadi sangat penting dan relevan.

Selain penggunaan media sosial yang masif digunakan pada saat ini, orientasi kewirausahaan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan khususnya pada sektor UMKM. Dimana pemilik maupun pendiri usaha terjun langsung dalam pengelolaan perusahaan.

UMKM menunjukkan keragaman yang signifikan dalam karakteristik mereka, ditandai dengan fleksibilitas yang cukup besar dan semangat kewirausahaan terpuji yang mendorong inovasi. Mereka datang dalam berbagai ukuran, mencakup kemampuan teknologi yang berbeda dan menawarkan berbagai layanan dan produk. Keragaman ini memainkan peran penting dalam mempromosikan industrialisasi di daerah yang kurang berkembang dan pedesaan, sehingga mengurangi kesenjangan regional. Ini, pada gilirannya, berkontribusi pada distribusi kekayaan dan pendapatan nasional yang lebih adil (Chatterjee & Kumar Kar, 2020). Orientasi kewirausahaan, atau dikenal sebagai entrepreneurial orientation, merupakan suatu rangkaian proses terstruktur dalam suatu perusahaan yang mencakup inovasi, sikap proaktif, dan kesiapan mengambil risiko. Keberadaan orientasi kewirausahaan dalam kepemimpinan UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnis tersebut, memungkinkannya memenuhi tuntutan

pasar dan bersaing efektif dengan perusahaan lain. Aspek-aspek utama dari orientasi kewirausahaan mencakup inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif.

Pelaku bisnis, khususnya, harus memiliki sikap kewirausahaan yang kuat dan kemampuan tertentu. Beberapa penelitian telah dilakukan tentang hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis (Wijaya & Rahmayanti, 2023). Pelaku bisnis yang memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi akan aktif untuk melakukan inovasi yang dapat meningkatkan nilai dari bisnis yang dijalani.

Dalam konteks ini, inovasi merujuk pada kemauan perusahaan untuk melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap bisnisnya, dengan tujuan meningkatkan daya saing melalui penciptaan produk baru dan perbaikan dalam proses produksi. Pengambilan risiko dalam orientasi kewirausahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mengambil risiko terhadap proyek dengan potensi hasil yang lebih besar, daripada menghindari risiko dengan keuntungan yang lebih dapat diprediksi. Terakhir, sikap proaktif dalam orientasi kewirausahaan mencakup kemauan untuk mengambil peluang pasar dan menciptakan permintaan, dengan tujuan menjadi pemimpin dalam persaingan pasar (Rafiki et al., 2021) (Medhika et al., 2018).

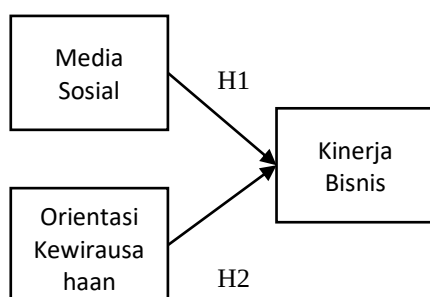
Belum banyak penelitian yang menguji secara bersamaan antara pengaruh penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis UMKM. Padahal disisi lain UMKM memerlukan perilaku orientasi kewirausahaan dari pelaksananya untuk menjalankan bisnis secara baik (Elvina, 2020). Selain orientasi kewirausahaan penggunaan media sosial juga menjadi salah proses dalam penciptaan nilai bagi perusahaan (Martín-Rojas et al., 2023).

Kinerja UMKM dapat dihitung berdasarkan kenaikan aset, pendapatan maupun omset. Evaluasi kinerja tidak hanya bergantung pada tingkat produktivitas dan pencapaian saat ini dari karyawan, melainkan juga melibatkan catatan hasil kerja karyawan dari masa ke masa. Hal ini memungkinkan untuk menilai sejauh mana karyawan telah melaksanakan tugasnya dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Kinerja UMKM yang baik dapat memberikan dampak yang baik bagi kesejahteraan pelaku UMKM.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif yaitu, penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian yang dilakukan kali ini menggunakan SEM-PLS dengan jumlah sampel 107 responden. Setiap indikator penelitian diukur dengan menggunakan skala likert 1-5 poin skala dan drajat persetujuan dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM berbasis PLS (Partial Least Square).

Model penelitian yang digunakan sebagai berikut :



H1 : Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis

Tabel Instrumen Penelitian

| Variabel                | Indikator                                                                   |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Media Sosial            | 1. Situs jejaring<br>2. Estimasi pengguna<br>3. Interaktivitas              |
| Orientasi Kewirausahaan | 1. Inovasi<br>2. Proaktif<br>3. Pengambilan Risiko                          |
| Kinerja Bisnis          | 1. Peningkatan Aset<br>2. Peningkatan Penjualan<br>3. Peningkatan Pelanggan |

Sumber : (Chatterjee & Kumar Kar, 2020; Gede et al., 2018)(Hanafizadeh et al., 2021)(Hanaysha, 2022)

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Validitas konvergen (*convergent validity*)

Validitas konvergen digunakan untuk mengukur besaran dari korelasi antara konstruk pada variabel latennya. Sehingga dapat dilihat jika nilai loading factor >0.7 maka maka dapat dikatakan idela, artinya indikator tersebut valid untuk mengukur konstruk atau variabel yang dibentuknya, dalam penelitian lain bersifat empiris nilai loading factor >0,5 masih dapat di terima

|      | EO    | FP    | SMU   |
|------|-------|-------|-------|
| EO1  | 0,964 |       |       |
| EO2  | 0,879 |       |       |
| EO3  | 0,953 |       |       |
| FP1  |       | 0,947 |       |
| FP2  |       | 0,932 |       |
| FP3  |       | 0,953 |       |
| FP4  |       | 0,936 |       |
| SMU1 |       |       | 0,965 |
| SMU2 |       |       | 0,871 |
| SMU3 |       |       | 0,949 |

### Composit reability

Rehabilitasi konsistensi internal merupakan metode untuk mengukur konsistensi hasil tes pada berbagai item. Keberadaan hubungan yang kuat antar elemen-elemen menunjukkan bahwa item dalam skor mencerminkan konstruksi yang seragam. Dalam tes ini, peringkat ketergantungan dikombinasikan. Jika nilai keandalan komposit lebih dari 0,7, konstruksi dianggap sangat dapat diandalkan, sementara jika keandalan komposit  $> 0,6$ , dianggap cukup dapat diandalkan.

|     | Composite Reliability |
|-----|-----------------------|
| EO  | 0,953                 |
| FP  | 0,969                 |
| SMU | 0,950                 |

### Cronbach Alpha

Adanya Cronbach Alpha dengan konsistensi setiap jawaban yang diperiksa meningkatkan nilai uji reliabilitas dalam PLS. Cronbach Alpha dapat dikatakan baik apabila  $\alpha \geq 0,6$

|     | Cronbach's Alpha |
|-----|------------------|
| EO  | 0,924            |
| FP  | 0,958            |
| SMU | 0,920            |

### Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan resampling bootstrap dengan pengujian menggunakan SEM (structural equation modeling) dari program software partial least square (PLS) SmartPLS 3.0 Pada tahap pengujian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang terdapat pada penelitian. Perumusan hipotesis ini akan menganalisis batasan statistik dengan nilai  $> 1.985$ . jika hasil yang diperoleh memenuhi syarat maka hipotesis penelitian dapat diterima. Nilai probabilitas yaitu nilai P-Value dengan alpha sebesar 5% atau kurang dari 0,05%.

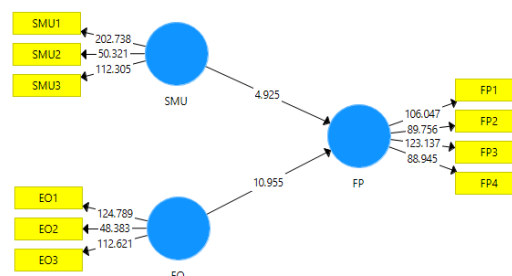
Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Smart PLS 3 didapatkan hasil sebagai berikut :

### Dampak langsung (Direct Effect)

Apabila nilai koefisien jalur positif, berarti kenaikan nilai satu variabel diikuti dengan peningkatan nilai variabel lain (artinya satu variabel masih berpengaruh besar terhadap variabel lain, begitu pula sebaliknya).

|           | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Deviation (STDEV) | T Statistics ( O /STDEV) | P Values |
|-----------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| EO -> FP  | 0,676               | 0,682           | 0,062                      | 10,955                   | 0,000    |
| SMU -> FP | 0,316               | 0,311           | 0,064                      | 4,925                    | 0,000    |

Gambar 2



1. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja bisnis

Penggunaan media sosial memberikan dampak pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari nilai T statistic 4.295 dan P Value 0,000. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Semarang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanafizadeh et al., 2021; Hanaysha, 2022) yang juga menunjukkan hasil positif dan signifikan pada hubungan



penggunaan sosial media dan kinerja bisnis.

Media sosial mampu untuk memberikan dampak bagi kinerja UMKM karena dengan penggunaan media sosial yang baik persebaran informasi mengenai produk maupun jasa yang dipasarkan oleh UMKM akan lebih luas. Selain itu pengaruh dari media sosial juga mampu memberi citra yang positif dari pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian atau menggunakan jasa dari UMKM tersebut.

2. Pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja bisnis

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kinerja bisnis. Hal ini ditunjukkan dengan hasil dari nilai T statistic 10,955 dan P value 0,000. Hal ini menunjukkan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Semarang.

Hal ini sesuai dengan penelitian (Medhika et al., 2018) dan (Wijaya & Rahmayanti, 2023) yang menunjukkan orientasi kewirausahaan memberikan dampak positif signifikan terhadap kinerja.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini diperoleh berdasarkan hasil temuan yang telah dilakukan sebelumnya memberikan arti bahwa semakin tinggi penggunaan media sosial oleh pelaku UMKM maka akan

semakin tinggi pula hasil kinerja yang didapat oleh UMKM.

- b. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penerapan orientasi kewirausahaan oleh pelaku usaha maka semakin tinggi kinerja yang terbentuk pada UMKM di Kota Semarang. Penerapan orientasi kewirausahaan yang dilakukan oleh UMKM memberikan peningkatan hasil pada kinerja.

#### V. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan beberapa saran yang dapat peneliti berikan khususnya bagi pelaku UMKM sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM seperti modal intelektual, orientasi pasar, dan keunggulan bisnis. Sehingga penelitian selanjutnya akan memberikan penambahan ilmu pengetahuan serta menghasilkan penelitian yang lebih baik.
2. Penerapan penggunaan sosial media dapat meningkatkan kinerja UMKM, maka dari itu disarankan bagi pelaku UMKM dapat mempergunakan dan memanfaatkan media sosial bagi perkembangan bisnisnya. Apalagi pada era globalisasi yang mendorong informasi dapat tersebar secara lebih luas, penggunaan media sosial dapat membantu peningkatan pelanggan maupun peningkatan omset bagi perusahaan.
3. Orientasi kewirausahaan memberikan dampak yang positif bagi kinerja UMKM. Bagi pelaku UMKM diharapkan untuk menerapkan orientasi kewirausahaan sehingga





kinerja dari UMKM dapat mengalami peningkatan.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Chatterjee, S., & Kumar Kar, A. (2020). Why do small and medium enterprises use social media marketing and what is the impact: Empirical insights from India. *International Journal of Information Management*, 53(December 2019), 102103. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102103>
- Elvina. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM. *Journal Sosial Humaniora Pendidikan*, 4(1).
- Gede, N., Medhika, A. J., Gusti, ; I, Ketut, A., Ni, G. ;, Yasa, N. K., Ayu, G., Giantari, K., Nyoman, N., & Yasa, K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM. In *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* (Vol. 1, Issue 2).
- Hanafizadeh, P., Shafia, S., & Bohlin, E. (2021). Exploring the consequence of social media usage on firm performance. *Digital Business*, 1(2). <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100013>
- Hanaysha, J. R. (2022). Impact of social media marketing features on consumer's purchase decision in the fast-food industry: Brand trust as a mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100102. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100102>
- Martín-Rojas, R., Garrido-Moreno, A., & García-Morales, V. J. (2023). Social media use, corporate entrepreneurship and organizational resilience: A recipe for SMEs success in a post-Covid scenario. *Technological Forecasting and Social Change*, 190(December 2022), 122421. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122421>
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja UKM. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 183–195. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.29>
- Rafiki, A., Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., & Sari, P. B. (2021). Organizational learning, entrepreneurial orientation and personal values towards SMEs' growth in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(1), 181–212. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0059>
- Wijaya, N. S., & Rahmayanti, P. L. D. (2023). The role of innovation capability in mediation of COVID-19 risk perception and entrepreneurship orientation to business performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 227–236. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.10.004>