

PENGARUH MEDIA SOSIAL, KREATIFITAS DAN MODAL USAHA TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA UMKM DALAM KERANGKA MAQASHID SYARIAH

Tassa Al-Dawiyah, Sugianto

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: tassadawiyah@gmail.com

sugianto@uinsu.ac.id

Abstrak:

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis korelasi media sosial, kreativitas serta modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan asosiatif dengan metode kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwasanya media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Sementara itu kreativitas dan modal usaha secara parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Berdasarkan uji simultan media sosial, kreativitas dan modal usaha berpengaruh positif serta signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Persentase pengaruh variabel dependen terhadap keberlanjutan usaha yaitu sebesar 24,5 persen. Dalam kerangka maqashid syariah media sosial termasuk penjagaan harta karena bermanfaat sebagai media strategis promosi usaha. Kreativitas termasuk dalam penjagaan akal, modal usaha penjagaan harta dan keberlanjutan termasuk penjagaan keturunan dan agama. Media sosial perlu sebagai ajang promosi usaha, kreativitas untuk pengembangan produk dan modal usaha untuk pengembangan dan perluasan usaha.

Kata Kunci: *Media Sosial, Kreativitas, Modal Usaha, keberlanjutan UMKM*

Abstract:

The purpose of this study was to find out and analyze the correlation of social media, creativity and business capital on the sustainability of SMEs businesses. This research uses a descriptive and associative approach with quantitative methods. The results of the analysis show that social media has no significant effect on business sustainability. Meanwhile, creativity and business capital partially have a positive and significant impact on business sustainability. Based on the simultaneous test of social media, creativity and business capital show positive and significant impact on business sustainability. The percentage of the influence of the dependent variable on business sustainability is 24.5 percent. Within the maqasid sharia framework, social media includes safeguarding assets because it is useful as a strategic media for business promotion. Creativity is included in protecting the mind, working capital to protect assets and sustainability, including protecting heredity and religion. Social media is necessary as a venue for business promotion, creativity for product development and business capital for business development and expansion.

Keywords: *Social Media; Creativity; Business Capital; SMEs Sustainability*

Pendahuluan

Dewasa ini perkembangan teknologi informasi semakin cepat. Perkembangan zaman menuntut hampir semua sendi kehidupan baik itu sektor ekonomi, pendidikan, hiburan dan lainnya terhubung dalam system teknologi serta digitalisasi. Hal ini tak terkecuali pada perdagangan dalam kegiatan ekonomi. Dalam aktivitas ekonomi Indonesia sendiri, salah satu sektor usaha yang mendominasi lapangan usaha yang ada di Indonesia ialah sektor usaha kecil, mikro dan menengah atau yang lebih akrab disapa dengan UMKM. UMKM merupakan pilar ekonomi bangsa yang begitu besar kontribusi dan pengaruhnya baik terhadap PDB maupun serapan tenaga kerja. Dengan meningkatnya globalisasi, perkembangan zaman serta digitalisasi menjadikan semua sektor harus beradaptasi dengan teknologi. Tak terkecuali pada UMKM itu sendiri, dengan meluasnya globalisasi, perkembangan teknologi yang begitu cepat, terlebih lagi revolusi industry, menuntut para pelaku UMKM untuk memutar otak agar berkreativitas mengikuti perkembangan zaman agar tidak mengalami ketertinggalan, tetap eksis dan memiliki usaha yang berkelanjutan.¹ Agar usaha tetap *sustainable* maka para pelaku UMKM harus mempertahankan dan menambah modal usaha, berkreativitas mengikuti trend dan perkembangan zaman, serta akrab dengan media sosial. Namun sayangnya modal usaha, kreativitas serta media sosial merupakan salah satu masalah utama UMKM, pasalnya modal usaha selalu dikaitkan dengan akses permodalan yang seringkali sulit dijangkau, sementara kreativitas dan media sosial merupakan bagian dari masalah sumber daya manusia. Pasalnya berdasarkan informasi menyebutkan bahwasanya pelaku UMKM didominasi oleh usia yang tak lagi muda, dengan proporsi 60% untuk usia pelaku UMKM diatas 35 tahun dan 40% untuk usia pelaku UMKM dibawah 35 tahun.² Hal ini menjadi sebuah permasalahan dimana dengan usia yang tak lagi muda para pelaku UMKM harus dihadapkan dengan perubahan zaman sehingga digitalisasi serta komputersasi merupakan hal yang ditakuti.³ Selain itu, 46,6 juta UMKM atau 77,6% dari seluruh UMKM belum pernah mendapatkan pembiayaan dari bank atau lembaga lainnya.⁴ Apabila hal ini tidak diatasi maka bisnis yang dijalankan UKM akan stagnan, tidak mampu berkembang bahkan tidak dapat bertahan hingga akhirnya harus tutup usaha yangberimbas pada PDB Negara serta serapan tenaga kerja.

Berbicara terkait dengan usaha yang berkelanjutan (*sustainability*) terdapat faktor yang perlu diperhatikan agar eksistensi usaha tetap terjaga yaitu sumber daya. Sumber daya terdiri dari dua bentuk yakni sumber daya yang berwujud serta sumber daya yang tak berwujud. Sumber daya yang berwujud ialah sumber daya asset yang terkait dengan modal usaha dapat berbentuk uang, tanah, gedung, dan tenaga kerja. Sedangkan sumber daya yang tak berwujud dapat berbentuk modal manusia seperti

¹ Echwan Fauzi and Anjar Priyono, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM Di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor', *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01.05 (2022), 51-66.

² Arie Wiboeo Khurniawan, Muklas Rivai, and Turijin, 'Pengembangan Kewirausahaan SMK: Profil Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia', *Vocational Education Policy: White Paper*, 1.5 (2019), 1-23 <<http://classtap.pbworks.com/f/SkillSoft+-+Blended+Elearning.pdf>>.

³ Rina Anggraeni, 'Usia Pelaku UMKM Kebanyakan Tak Muda Lagi, Digital Dan Komputer Ditakuti', *Sindonews*, 2021 <<https://ekbis.sindonews.com/read/433618/34/usia-pelaku-umkm-kebanyakan-tak-muda-lagi-digital-dan-komputer-ditakuti-1621580719>> [accessed 9 February 2023].

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, 'Peran Industri Jasa Keuangan Dalam Mendukung Inklusi Dan Digitalisasi UMKM', 2022 <<https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1220/peran-industri-jasa-keuangan-dalam-mendukung-inklusi-dan-digitalisasi-umkm>> [accessed 28 November 2022].

pengetahuan, keterampilan dan sebagainya. Selain itu sustainabilitas atau keberlanjutan usaha juga tak terlepas dari usaha yang dilakukan terkait dengan pemasaran tentang bagaimana agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran. Terkait dengan sumber daya yang berwujud yakni identik dengan modal usaha.⁵

Modal usaha atau akses permodalan merupakan masalah klasik yang tak kunjung tuntas yang dihadapi oleh UMKM.⁶ Dengan total keseluruhan UMKM di Indonesia yang menembus angka 64 juta unit usaha bahwasanya kredit yang telah tersalurkan pada usaha mikro sebesar 25,40%, pada usaha kecil sebesar 30,10% dan pada usaha menengah sebesar 44,50%.⁷ Namun kenyataannya, masih ada lebih dari 46,6 juta atau setara dengan 77,6% UMKM yang belum memperoleh pembiayaan, menurut data yang dikeluarkan oleh Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI).⁸ Disisi lain jumlah pengguna sosial media di Indonesia hampir mencapai angka 100 juta orang.⁹ Hal ini merupakan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jaringan, melebarkan usaha dan menggaet pelanggan dari berbagai daerah. Namun sayangnya UMKM yang telah masuk pada system digital baru berkisar 19,5 juta usaha.¹⁰ Dahulunya aktivitas perdagangan dilakukan secara tradisional, akan tetapi seiring berjalannya waktu dengan kemajuan teknologi dan intervensi revolusi industry dapat memudahkan segala aktivitas termasuk perdagangan.¹¹ Akan tetapi balik lagi pada permasalahan bahwasanya pelaku UMKM didominasi oleh usia yang tak lagi muda. Dan orang-orang pada usia yang tak lagi muda akan mengalami kendala dalam beradaptasi dan penggunaan sosial media. Sama halnya dengan melakukan suatu kreativitas dan membuat inovasi.

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan dalam menggali hal-hal yang mempengaruhi sustainabilitas atau keberlanjutan usaha pada UMKM. Diantaranya salah satu studi yang dilakukan oleh Azzahra dkk (2021). Dimana penelitiannya dilakukan pada UMKM bidang perdagangan di Kota Metro pada tahun 2021. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwasanya kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM sementara itu modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha

⁵ Eliora Lorensa and Nur Hidayah, 'Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04.03 (2022), 739–48.

⁶ Diana Adriani and I Gst. Bgs. Wiksuana, 'Inklusi Keuangan Dalam Hubungannya Dengan Pertumbuhan Umkm Dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Bali', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7.12 (2018), 6420 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p02>>.

⁷ M R Rita, Y W Nugrahanti, and A B Kristanto, *Strategi Penguatan Kinerja Umkm*, *Researchgate.Net* (Salatiga: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, 2021) <https://www.researchgate.net/profile/Ari-Kristanto-2/publication/356162186_Strategi_Penguatan_Kinerja_UMKM_Sinergitas_Pemerintah_Penyedia_Dana_dan_Pengusaha/links/618e47293068c54fa5d6aa78/Strategi-Penguatan-Kinerja-UMKM-Sinergitas-Pemerintah-Penyedia-Dana>.

⁸ Otoritas Jasa Keuangan.

⁹ Silvester Dian Handy Permana and Maya Cendana, 'Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Sustainability Bisnis UMKM', *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7.2 (2019), 163–69.

¹⁰ Salinatri, 'Digitalisasi Dorong UMKM Lebih Berkualitas – G20 Presidency of Indonesia', *G20 Indonesia 2022*, 2022 <<https://www.g20.org/idn/digitalisasi-dorong-umkm-lebih-berkualitas/>> [accessed 10 October 2022].

¹¹ Samsurijal Hasan, Kurniawan Adha, and Utami Yerikania, 'Strategi Kelayakan Dan Peningkatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran UMKM Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus: Kota Bangkinang, Kampar, Riau', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 19.2 (2022), 191–200.

UMKM.¹² Penelitian lainnya dilakukan oleh Permana dan Cendana (2019). Penelitiannya dilakukan dengan melihat fokus pada pemanfaatan sosial media sebagai strategi *sustainability* bisnis UMKM. Hasil analisisnya menyatakan bahwasanya *sustainability* bisnis UMKM tergantung pada kestabilan serta peningkatan jumlah transaksi. Maka diperlukan sebuah promosi yang dilakukan melalui media sosial dan non media sosial untuk meningkatkan volume transaksi.¹³ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Prasanna dkk (2019). Penelitian ini merupakan penelitian literatur review dengan seluruh paper yang bersumber dari belahan dunia yang terkait dengan tema kemajuan teknologi, tantangan global, yang berkorelasi dengan kelangsungan hidup UMKM. Berdasarkan tinjauan literature tersebut bahwasanya ada enam kekuatan pendorong kelangsungan hidup UMKM yakni modal sosial, hubungan dengan korporasi nasional dan transnasional, inovasi, berbagi dan jaringan, teknologi informasi serta adaptasi teknologi.¹⁴ Atas dasar beberapa penelitian tersebut mengindikasikan bahwasanya adaptasi teknologi, modal serta kreativitas menjadi salah satu penentu keberlanjutan atau sustainabilitas bisnis UMKM.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang telah dijabarkan sebelumnya, masih terdapat beberapa kekurangan dan celah untuk kemudian dilengkapi dan disempurnakan. Berdasarkan penelitian terdahulu yang mengkaji korelasi variabel yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis UMKM hanya terbatas pada sisi keuangan saja, atau sumber daya manusianya saja. Sehingga penelitian ini menggunakan kombinasi yang lebih lengkap baik dari aspek finansial, sumber daya manusia serta adopsi teknologi yakni variabel media sosial, kreativitas dan modal usaha. Selain itu penelitian ini juga mencoba menggali kerangka maqashid syariah yang belum pernah digali pada penelitian sebelumnya dalam kaitan media sosial, kreativitas serta modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Penelitian ini menjadi esensial untuk memberikan wawasan serta pengetahuan yang relevan dan tepat terkait dengan manfaat media sosial, kreativitas serta modal usaha, yang kemudian dapat memberikan gambaran pada pelaku UMKM, pemerintah maupun stakeholder terkait dalam mengambil keputusan dan membuat kebijakan yang tepat agar keberlanjutan UMKM dapat terus terjaga bahkan meningkat guna memberikan sumbangsih yang lebih besar terhadap PDB Negara dan penyerapan tenaga kerja serta kesejahteraan masyarakat pelaku UMKM tersebut.

Metode Penelitian

Metodologi kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh hasil dan analisis penelitian. Dengan menganalisis hubungan antar variabel menggunakan pendekatan kuantitatif, maka hipotesis yang berkaitan dengan masalah penelitian diajukan dan akan dilakukan

¹² Cika Irlia Azzahra, Suyanto, and Elmira Febri Darmayanti, '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 AKTIVA*, 2.1 (2021), 104-12.

¹³ Permana and Cendana.

¹⁴ R. P.I.R. Prasanna and others, 'Sustainability of SMEs in the Competition: A Systemic Review on Technological Challenges and SME Performance', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 2019, Vol. 5, Page 100, 5.4 (2019), 100 <<https://doi.org/10.3390/JOITMC5040100>>.

pengujian.¹⁵ Setelah itu, akan diberikan gambaran tentang topik di mana temuan penelitian dapat diterapkan secara sistematis dan terukur.¹⁶

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah kumpulan orang yang kualitas dan atributnya telah ditentukan sebelumnya. Karakteristik atau sifat tersebut dinamakan dengan variabel.¹⁷ Sedangkan sampel sendiri ialah bagian dari jumlah serta serta karakteristik yang dipunya oleh populasi. Sampel juga dapat dikatakan sebagai bagian kecil dari populasi yang diperoleh melalui prosedur khusus sehingga data mewakili populasinya.¹⁸ Adapun populasi dalam penelitian ini yakni seluruh UMKM yang terdata di Kabupaten Asahan, Sumatera Utara. Dikarenakan jumlah populasi cukup banyak maka dilakukan pengambilan sampel penelitian untuk diuji nantinya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan *probability sampling*.¹⁹ Berdasarkan data yang telah diperoleh pada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Asahan maka diperoleh data UMKM yang terdaftar sebanyak 13572 Selanjutnya untuk menentukan berapa jumlah sampel yang akan digunakan maka penelitian ini memanfaatkan rumus Slovin untuk mendapatkan jumlah sampel penelitian yang ideal. Dengan penetapan *Margin of error* sebesar 10 persen atau 0,1. Berikut ini disajikan perhitungan dari rumus Slovin tersebut.

$$n = N : (1 + Ne^2)$$

$$n = 13572 : (1 + 13572 \times (100\%^2))$$

$$n = 13572 : (1 + 13572 \times (0,1^2))$$

$$n = 13572 : (1 + 13572 \times 0,01)$$

$$n = 13572 : 136,72$$

$$n = 99,2$$

keterangan:

n = Ukuran atau jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Margin error

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang menggunakan rumus Slovin diketahui bahwasanya jumlah sampel yang menjadi responden penelitian sebanyak 99 sampel. Maka dari itu sampel penelitian ini digenapkan menjadi 100 sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah suatu langkah ataupun cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data yang akan dianalisis nantinya. Proses pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yakni data primer seta data sekunder. Data primer yang berhasil dikumpulkan dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner pada responden penelitian. Penyebaran angket tersebut dilakukan melalui penyebaran link googleform yang berisi 32 pertanyaan terkait dengan variabel penelitian yang harus dijawab oleh responden berdasarkan pendapatnya masing-masing. Sementara itu data sekunder diperoleh melalui studi pustaka atau jurnal ilmiah yang terkait dengan penelitian, data yang bersumber dari

¹⁵ Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 1st edn (Sleman: Deepublish, 2020).

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012).

¹⁷ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011).

¹⁸ Sugiyono.

¹⁹ Pooja Bhardwaj, 'Types of Sampling in Research', *Journal of the Practice of Cardiovascular Science*, 5.3 (2019), 157-63 <<https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs>>.

website atau instansi yang kredibel, media buku, dan penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Operasionalisasi Variabel

Media sosial ialah suatu sarana yang digunakan untuk berbagi informasi antar individu maupun instansi berupa video, teks dan gambar. Indikator media sosial pada penelitian ini yaitu *relationship*, komunikasi, dan kemudahan akses informasi.²⁰ Kreativitas merupakan suatu keahlian untuk menciptakan suatu produk baru. Adapun indikator dari kreativitas ialah keaslian pada tingkat kebaruan produk kemungkinan dapat direalisasikan, kelayakan produk yang terkait kualitas dan ide produk serta tingkatan transformasi suatu produk.²¹ Modal ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk membiayai operasional usaha mulai dari dibentuk hingga beroperasi. Indikator modal usaha ialah struktur permodalan, pemanfaatan modal tambahan, hambatan dalam mengakses modal eksternal serta kondisi usaha setelah penambahan modal.²² Keberlanjutan (*sustainability*) usaha ialah suatu kondisi usaha yang didalamnya terdapat metode-metode untuk mempertahankan, melindungi dan melakukan pengembangan sumber daya serta mencukupi segala kebutuhan yang ada dalam usaha tersebut. Adapun indikator keberlanjutan ialah peningkatan omset penjualan, peningkatan volume penjualan, peningkatan jumlah *customer*, perluasan media pemasaran serta branding..²³ Dari keempat variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala likert dengan skala 1 sampai 5. Adapun skala tersebut merupakan terjemahan dari evaluasi verbal yang sering digunakan dalam kuesioner, maka mencakup informasi di bawah ini: Sangat tidak setuju (STS) ditunjukkan dengan skala 1, tidak setuju (TS) ditunjukkan dengan skala 2, netral (N) ditunjukkan dengan skala 3, setuju (S) ditunjukkan dengan skala 4, dan sangat setuju (SS) ditunjukkan dengan skala 5.²⁴

Teknik Analisis Data

Prosedur yang digunakan atau tindakan yang dilakukan untuk mengolah data yang dikumpulkan disebut sebagai analisis data. Aplikasi atau software SPSS 25 digunakan untuk melakukan analisis regresi linier berganda pada data karena penelitian ini melibatkan penelitian kuantitatif. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, antara lain pengecekan keakuratan data, pengujian asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Dengan mengevaluasi validitas dan reliabilitas data, kualitas data dievaluasi. Uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas semuanya berfungsi sebagai uji asumsi klasik. Selanjutnya, ada tiga komponen uji hipotesis: uji parsial, uji simultan, dan koefisien determinasi.

1. Uji kualitas data

- a. Uji validitas, adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan reliabilitas alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengevaluasi ketepatan alat penelitian agar dapat menyampaikan informasi yang dapat dipercaya. Instrument penelitian dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

²⁰ Ferdiansyah and Bukhari.

²¹ Harini, Silaningsih, and Putri.

²² Siti Fatimah, M. Yahya, and Khairatun Hisan.

²³ Wijayanti and Hanandia.

²⁴ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Sleman: Deepublish, 2020).

- b. Uji reliabilitas, Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keterandalan sesuatu.²⁵ Suatu data dapat dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0,7 sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0,7 maka dikatakan item tersebut tidak reliabel.
2. Uji asumsi klasik
 - a. Uji normalitas, menentukan apakah residual atau variabel perancu dalam model regresi memiliki distribusi normal. Jika garis diagonal menghubungkan data yang diplot (titik-titik) yang mewakili data sebenarnya, model regresi dikatakan memiliki distribusi normal.
 - b. Uji mulikolinieritas, uji ini digunakan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model penelitian. Dasar pengambilan keputusan tidak terjadi gejala multikolinieritas yakni apabila nilai Tolerance > 0,100 dan nilai VIF < 10,00.
 - c. Uji heteroskedastisitas, Uji ini digunakan untuk menguji apakah varian dari satu pengamatan residual dibandingkan dengan pengamatan yang lain bersifat heteroskedastis dalam model regresi. Jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, itu adalah dasar untuk memutuskan apakah akan melakukan uji heteroskedastisitas scatterplot.
3. Uji hipotesis
 - a. Uji parsial (t), uji hipotesis dengan menggunakan uji t ditujukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y. Apakah variabel media sosial, kreatifitas dan modal usaha (X1,X2, X3) berpengaruh terhadap variabel keberlanjutan UMKM (Y).
 - b. Uji simultan (f), dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas dalam hal ini ialah media sosial, kreatifitas dan modal usaha secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat yaitu keberlanjutan UMKM.
 - c. Koefisien determinasi, untuk menghitung persentase kontribusi variabel bebas dan terikat secara bersama-sama digunakan koefisien determinasi. Koefisien ini menunjukkan seberapa baik % variasi independen model dapat menjelaskan variasi dependen.
4. Uji model, dengan bantuan analisis ini, maka akan dapat menentukan seberapa besar pengaruh media sosial (X1), inovasi (X2), dan modal usaha (X3) terhadap variabel dependen yakni keberlanjutan UMKM (Y). Berikut persamaan regresinya :

$$KU = \alpha + \beta_1MS + \beta_2KR + \beta_3MU + \epsilon$$

Keterangan :

KU	: Keberlanjutan Usaha
α	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi
MS	: Media Sosial
KR	: Kreativitas
MU	: Modal Usaha
ϵ	: Standar Error

²⁵ Elidawaty Purba and others, *Metode Penelitian Ekonomi*, ed. by Ronal Watrianthos (Yayasan Kita Menulis, 2021).

Hasil dan Pembahasan

Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Berikut ini disajikan tabel yang berisi informasi mengenai uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS 25.

Tabel 1. Uji Validitas

Instrumen Penelitian	R hitung	R tabel	Keterangan
Media Sosial (X1)			
P 1	0.784	0.1986	Valid
P 2	0.886	0.1986	Valid
P 3	0.829	0.1986	Valid
P 4	0.911	0.1986	Valid
P 5	0.907	0.1986	Valid
P 6	0.847	0.1986	Valid
P 7	0.750	0.1986	Valid
P 8	0.899	0.1986	Valid
P 9	0.876	0.1986	Valid
P 10	0.841	0.1986	Valid
Kreativitas (X2)			
P 1	0.878	0.1986	Valid
P 2	0.907	0.1986	Valid
P 3	0.884	0.1986	Valid
P 4	0.857	0.1986	Valid
P 5	0.893	0.1986	Valid
P 6	0.868	0.1986	Valid
Modal Usaha (X3)			
P 1	0.204	0.1986	Valid
P 2	0.462	0.1986	Valid
P 3	0.547	0.1986	Valid
P 4	0.565	0.1986	Valid
P 5	0.456	0.1986	Valid
P 6	0.600	0.1986	Valid
P 7	0.529	0.1986	Valid
P 8	0.812	0.1986	Valid
P 9	0.779	0.1986	Valid
P 10	0.765	0.1986	Valid
P 11	0.835	0.1986	Valid
Keberlanjutan (Y)			
P 1	0.821	0.1986	Valid
P 2	0.920	0.1986	Valid
P 3	0.915	0.1986	Valid
P 4	0.910	0.1986	Valid
P 5	0.725	0.1986	Valid

Sumber : Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel uji validitas tersebut di atas, diketahui bahwa semua 32 elemen atau indikator pertanyaan dapat ditentukan asli karena r hitung $>$ r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Berikut ini disajikan tabel mengenai hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu software SPSS 25.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Media Sosial (X1)	0.957	10	Reliabel
Kreativitas (X2)	0.942	6	Reliabel
Modal Usaha (X3)	0.819	11	Reliabel
Keberlanjutan (Y)	0.893	5	Reliabel

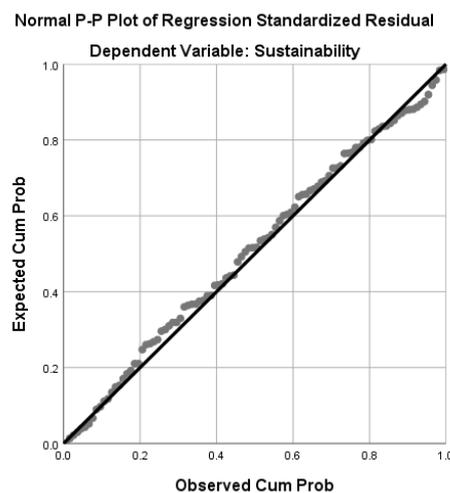
Sumber : Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas didapati seluruh variabel dalam penelitian ini mendapat nilai Cronbach's Alpha yang melebihi angka 0,6. Maka dari itu berdasarkan ketetapan yang ada seluruh variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berikut ini disajikan gambar yang menunjukkan hasil uji normalitas dengan menggunakan uji normal p-plot yang dinaalisis dengan menggunakan software SPSS 25.



Gambar 2. Uji Normalitas

Merujuk pada gambar 2 hasil uji normalitas dengan menggunakan uji normal p-plot bahwasanya model regresi dikatakan berdistribusi normal karena data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinieritas

Berikut ini disajikan tabel hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan alat analisis software SPSS 25.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Toleranc e	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial	.616	1.623
	Kreatifitas	.700	1.428
	Modal Usaha	.777	1.287

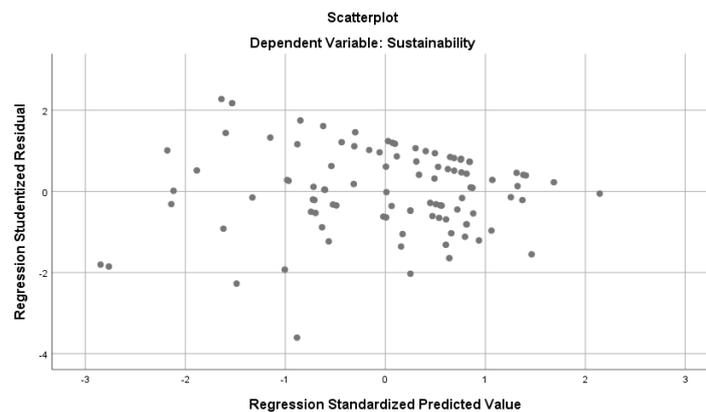
a. Dependent Variable: Keberlanjutan

Sumber : Outpust SPSS, 2023

Mengacu pada tabel 3 uji multikolinieritas yang disajikan di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas media sosial, kreativitas dan modal usaha terbebas dari multikolinieritas karena ketiga variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini disajikan gambar yang memberikan informasi mengenai hasil uji heteroskedastisitas yang dianalisis dengan menggunakan alat software SPSS 25.



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Titik-titik pada grafik scartterplot untuk setiap persamaan tidak memiliki pola distribusi yang berbeda, dan titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sesuai dengan temuan uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan di atas, seperti yang terlihat pada Gambar 3. Oleh karena itu , dapat dikatakan bahwa model regresi tidak memiliki gangguan heteroskedastisitas.

Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (T)

Uji t ditujukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y apakah variabel media sosial (X1), kreativitas (X2) dan modal usaha (X3) berpengaruh terhadap variabel keberlanjutan UMKM (Y) secara parsial. Berikut ini disajikan tabel mengenai hasil uji parsial.

Tabel 4. Uji Parsial
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.946	.000
	Media Sosial	1.664	.099
	Kreatifitas	2.405	.018
	Modal Usaha	3.216	.002

a. Dependent Variable: Keberlanjutan

Sumber : Output SPSS, 2023

Meruju pada tabel 5 uji parsial dengan menggunakan uji t maka analisisnya sebagai berikut :

1. Nilai t-hitung variabel media sosial sebesar 1,664 lebih kecil dari nilai t-tabel 1,984 ($t_{hitung} < t_{tabel}$), dengan tingkat signifikan 5% dengan nilai sig uji t 0,099 lebih besar dari 0,05 ($0,099 > 0,05$) akibatnya terjadi penolakan terhadap hipotesis satu (Ha1) ditolak. Hal ini mengindikasikan bahwasanya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel media sosial terhadap keberlanjutan usaha UMKM.
2. Nilai t-hitung variabel kreativitas sebesar 2,405 lebih besar dari nilai t-tabel 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan tingkat signifikan 5% dengan nilai sig uji t 0,018 lebih kecil dari 0,05 ($0,018 < 0,05$) akibatnya terjadi penerimaan terhadap hipotesis dua (Ha2). Hal ini mengindikasikan bahwasanya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kreativitas terhadap keberlanjutan usaha UMKM.
3. Nilai t-hitung variabel modal usaha sebesar 3,216 lebih besar dari nilai t-tabel 1,984 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan tingkat signifikan 5% dengan nilai sig uji t 0,002 lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) akibatnya terjadi penerimaan terhadap hipotesis tiga (Ha3). Hal ini mengindikasikan bahwasanya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM.

b. Uji Simultan (F)

Uji f ditujukan untuk melakukan pengujian signifikansi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah variabel media sosial (X1), kreativitas (X2) dan modal usaha (X3) berpengaruh terhadap variabel keberlanjutan UMKM (Y) secara simultan atau serentak. Berikut ini disajikan tabel mengenai hasil uji simultan.

Tabel 5. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	367.907	3	122.636	11.704	.000 ^b
	Residual	1005.933	96	10.478		
	Total	1373.840	99			

a. Dependent Variable: Keberlanjutan
 b. Predictors: (Constant), Modal Usaha, Kreatifitas, Media Sosial

Sumber : Output SPSS, 2023

Mengacu pada tabel 6 yang disajikan diatas mengenai uji simultan atau uji f yang dilakukan menunjukkan bahwasanya hasil analisis pengaruh variabel media sosial (X1), kreativitas (X2), dan modal usaha (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keberlanjutan UMKM (Y), diperoleh nilai F-hitung sebesar 11,704 sementara itu nilai F-tabel ialah 2,70 (Fhitung > Ftabel) dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,05; oleh karena itu, disimpulkan bahwa hipotesis empat (Ha4) diterima. Temuan analisis mengindikasikan bahwasanya variabel media sosial (X1), kreativitas (X2), dan modal usaha (X3) semuanya memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel keberlanjutan UMKM (Y) secara bersamaan.

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dengan menggunakan analisis ini, maka akan dapat menentukan seberapa besar efek variabel independen terhadap variabel dependen yang ada atau seberapa besar pengaruhnya. Hasil pengujian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen disajikan dalam bentuk tabel di bawah ini.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.517 ^a	.268	.245

a. Predictors: (Constant), Modal Usaha, Kreatifitas, Media Sosial
 b. Dependent Variable: Keberlanjutan

Sumber : Output SPSS, 2023

Koefisien determinasi Adjusted R Square yang didasarkan pada estimasi koefisien determinasi yang ditunjukkan pada tabel 7 di atas adalah sebesar 0,245. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen keberlanjutan UMKM dapat dijelaskan sebesar 24,5 persen dari variasi seluruh faktor independen yaitu media sosial, kreativitas, dan modal usaha, sedangkan sisanya sebesar 75,5 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dieksplorasi dalam penelitian ini.

Uji Model

Analisis ini digunakan untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu, media sosial (X1), kreatifitas (X2) dan modal usaha (X3) terhadap dependen yaitu keberlanjutan (Y). Model regresi yang diuji adalah :

$$KU = \alpha + \beta_1MS + \beta_2KR + \beta_3MU + \epsilon$$

Adapun hasil analisis dengan menggunakan software SPSS ialah sebagai berikut :

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a			
Unstandardized Coefficients			
Model		B	Std. Error
1	(Constant)	8.545	2.166
	Media Sosial	.080	.048
	Kreatifitas	.180	.075
	Modal Usaha	.147	.046

a. Dependent Variable: Keberlanjutan

Sumber : Output SPSS, 2023

Hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel 4 di atas dengan persamaan dan akan dijelaskan sebagai berikut :

$$KU = 8,545 + 0,080MS + 0,180KR + 0,147MU$$

- a. Nilai konstanta sebesar 8,545 artinya jika variabel media sosial, kreativitas dan modal usaha tetap atau sama dengan nol, maka keberlanjutan usaha sudah ada sebesar 85,4 satuan.
- b. Nilai koefisien sebesar 0,080 pada media sosial artinya bahwa apabila variabel media sosial meningkat 1 satuan maka keberlanjutan usaha UMKM meningkat sebesar 0,080 satuan.
- c. Nilai koefisien sebesar 0,180 pada kreativitas artinya bahwa apabila variabel kreativitas meningkat 1 satuan maka keberlanjutan usaha UMKM meningkat sebesar 0,180 satuan.
- d. Nilai koefisien sebesar 0,147 pada modal usaha artinya bahwa apabila variabel modal usaha meningkat 1 satuan maka keberlanjutan usaha UMKM meningkat sebesar 0,147 satuan.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Hipotesis pertama penelitian ini ditolak yakni tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel media sosial terhadap keberlanjutan usaha UMKM. hal ini berbeda dengan teori yang menjelaskan bahwa media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Wardana (2015) menyatakan bahwasanya strategi digital marketing memiliki pengaruh dengan persentase sebesar 78% terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produk. Melalui pemanfaatan teknologi maka akan membentuk ekosistem UMKM yang berkelanjutan. Melalui teknologi UMKM dapat menjalin kerja sama dengan stakeholder terkait untuk memperkuat UMKM tersebut. Pemanfaatan teknologi dapat menjadi ajang promosi yang efektif bagi pelaku usaha dengan melakukan pemasaran secara online melalui media sosial.²⁶

Hasil penelitian ini bertolak belakang atau tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanti (2020). Dimana penelitiannya menyebutkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keberlanjutan bisnis yang dijalankan oleh UMKM. Selain itu penelitian ini juga bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini dan Nawawi (2023). Ketidaksamaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu atau tidak terdapatnya pengaruh yang signifikan antara media sosial terhadap keberlanjutan UMKM dikarenakan mayoritas responden penelitian ini merupakan para pelaku UMKM yang melaksanakan kegiatan usahanya secara offline dan sedikit dari mereka yang memiliki sosial media aktif sebagai wadah media promosi usaha yang mereka jalankan. Sehingga dengan begitu media sosial bukanlah menjadi hal yang mempengaruhi usaha mereka berkelanjutan atau sustain dimasa yang akan datang.

Dalam pandangan islam media sosial tidaklah diharamkan lebih tepatnya hukumnya mubah karena tidak ada dalil yang mengharamkannya. Media sosial oleh pelaku UMKM dimanfaatkan sebagai wadah promosi usaha. Sehingga dalam hal ini

²⁶ Romindo Pasaribu and Agnes Oktavia, 'Analisis Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kota Medan', *Journal of Economics and Business*, 2.1 (2020), 50-60 <<https://doi.org/10.36655/jeb.v2i1.495>>.

media sosial membawa manfaat bagi UMKM. telah disebutkan bahwasanya tujuan maqashid syariah ialah agar tercapainya kemaslahatan umat. Mengingat media sosial yang dimanfaatkan oleh UMKM bersifat maslahat karena membantu UMKM agar citra usaha semakin baik. Keberadaan media sosial yang dimanfaatkan sebagai media strategis dalam aktivitas mencari nafkah dan memperoleh keuntungan maka dari itu penggunaan media sosial berdampak pada perwujudan kemaslahatan maqashid syariah dalam aspek harta (*hifz al-maal*). Hal ini tercermin dari pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai manfaat media sosial terhadap keuntungan yang diperoleh serta perkembangan usaha yang dijalankan oleh UMKM. Media sosial berfungsi sebagai media promosi atau pemasaran produk.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Hipotesis kedua penelitian ini diterima yakni terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel kreativitas terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Hasil analisis penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanti (2020) dan penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Nawawi (2023) yang mengungkapkan bahwasanya kreativitas memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keberlanjutan bisnis yang dijalankan oleh UMKM. Tujuan didirikannya atau dibangunnya suatu bisnis bukan hanya untuk tujuan jangka pendek akan tetapi bisnis yang dijalankan diharapkan langgeng dan bertahan hingga seterusnya dalam jangka waktu yang panjang. Agar bisnis atau usaha tetap berjalan bahkan berkembang maka inovasi dan kreativitas sangat dibutuhkan. Kreativitas mengenai pembaharuan produk, diverensiasi produk, dan menambah nilai pada produk. Maka dari itu dengan adanya kreativitas akan membuat usaha menjadi sustain dan bertahan lama.

Memunculkan ide baru, melakukan pembaharuan dan diverensiasi produk merupakan suatu kreativitas. Islam tidak membatasi bentuk kreativitas selama hal tersebut tidak bertentangan dan sesuai dengan ajaran islam. Untuk memunculkan suatu bentuk kreativitas maka seseorang dilatih untuk berpikir. Maka dalam hal ini berkaitan dengan maqashid syariah dengan tujuan menjaga akal (*hifz al-aql*). Hal ini tercermin dari pertanyaan yang diajukan kepada responden apakah mereka dapat berpikir kreatif, apakah mereka dapat melakukan cara baru untuk meningkatkan nilai produk, apakah dapat melakukan diverensiasi produk dan sebagainya. Al-Quran mendorong manusia untuk berpikir dan berkreativitas yang mana terdapat 640 ayat yang mendorong manusia untuk berpikir. Allah telah memberikan keistimewaan kepada umat manusia dibandingkan dengan makhluk Allah lainnya dengan adanya akal pikiran dan kecerdasan. Dalam pandangan islam kreatifitas yang tertuang dalam kegiatan kewirausahaan merupakan pandangan muamalah yang memiliki hubungan horizontal atau sesama manusia yang harus dipertanggung jawabkan dunia akhirat. Sebagaimana firman Allah QS. An-Najm ayat 39-42. Ayat tersebut mengingatkan kepada umat manusia bahwa apa-apa yang dilakukan akan diperlihatkan dan diberi balasan. Atas kreativitas yang dilakukan oleh seseorang menjadi sebuah amalan karena memiliki nilai manfaat untuk dikonsumsi. Seberapa besar nilai manfaat yang terkandung dari sebuah produk ketika dikonsumsi maka akan menjadi sebuah amalan baik baginya.²⁷

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Hipotesis ketiga penelitian ini diterima yakni terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel modal usaha terhadap keberlanjutan usaha UMKM.

²⁷ Munif Efendi, 'Berjiwa Entrepreneur Untuk Meraih Kesuksesan', *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1.2 (2020), 179-94.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Tanti (2020) dan Anggraini & Nawawi (2023) yang menyebutkan bahwasanya modal usaha memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keberlanjutan atau keberlanjutan usaha UMKM. Modal usaha merupakan hal utama untuk mendirikan suatu usaha. Terutama jika usaha tersebut ingin berkembang dan berkelanjutan, modal usaha juga perlu ditingkatkan. Jelas saja bahwasanya modal usaha memiliki pengaruh dalam mencapai keberlanjutan usaha.

Berdasarkan kerangka maqashid syariah adanya modal usaha termasuk kedalam penjagaan harta (*hifz al-maal*). Kerangka maqashid syariah ini tercermin dalam pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai modal usaha yang mereka pergunakan baik itu berasal dari tabungan pribadi, bantuan keluarga maupun pembiayaan bank. Dengan hadirnya maqashid syariah dengan tujuan penjagaan harta akan sangat berguna bagi keberlanjutan atau keberlanjutan usaha yang akan membawa masalah bagi kesejahteraan hidup para pelaku usaha. Untuk memulai usaha yang baik, maka islam mensyariatkan sesuatu tersebut juga berasal dari hal yang baik serta halal. Modal usaha haruslah berasal dari harta yang diperoleh secara halal, bukan dari hasil penipuan, pencurian maupun uang dengan pinjaman yang bersifat riba. Sebagaimana firman Allah yang termuat dalam QS. Al-Baqarah ayat 275. Allah menghalalkan jual beli tetapi mengharamkan riba. Agar usaha yang dijalankan dapat membawa keberkahan sebaiknya menghindari sesuatu yang haram layaknya riba. Islam telah memberikan banyak jalan kepada pelaku usaha untuk memperoleh modal usaha melalui cara yang halal dengan skema mudharabah, murabahah, musyarakah, zakat produktif dan lainnya.

Pengaruh Media Sosial, Kreativitas Dan Modal Usaha Secara Simultan Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM

Hipotesis keempat penelitian ini diterima yakni terdapat pengaruh yang positif serta signifikan antara variabel media sosial, kreativitas dan modal usaha secara simultan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Hasil penelitian ini menguatkan penelitian yang dilakukan oleh Tanti (2020) dan Anggraini & Nawawi (2023) bahwasanya media sosial, kreativitas dan modal usaha secara simultan (bersama-sama) memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Menjalankan usaha butuh kekonsistenan dan pengembangan baik dari segi produk, layanan maupun promosi. Agar usaha berkelanjutan dalam jangka waktu yang lama perlu bagi para pelaku usaha melakukan evaluasi dari berbagai aspek. Pengembangan produk dapat dilakukan melalui kreativitas ditambah dengan modal usaha sehingga menghasilkan produk yang berbeda dari yang ada. Promosi dapat didongkrak melalui pemanfaatan sosial media sebagai media promosi yang mudah, efisien serta murah.

Usaha UMKM yang berkelanjutan akan membawa kesejahteraan bagi para pelaku usahanya. Dalam maqashid syariah keberlanjutan termasuk dalam kerangka menjaga keturunan dan agama. Apabila keberlanjutan usaha dapat terus dipertahankan sehingga menghasilkan keuntungan maka akan menjaga keluarga dan keturunan para pelaku UMKM dari kekurangan dan kemiskinan. Sebagaimana yang disebutkan Allah dalam QS. An-Nisa ayat 9 bahwasanya janganlah manusia meninggalkan keturunannya dalam keadaan yang lemah. Harta yang diperoleh UMKM melalui keuntungan usaha juga terdapat hak orang lain didalamnya. Hak orang lain tersebut dapat berbentuk pemberian sedekah, infaq serta zakat. Melalui penyaluran zakat, infaq dan sedekah tersebut termasuk dalam pemeliharaan agama dalam tujuan maqashid syariah.

Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwasanya variabel media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Akan tetapi kedua variabel lainnya yakni kreativitas dan modal usaha memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Sementara itu secara simultan media sosial, kreativitas dan modal usaha menunjukkan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keberlanjutan usaha UMKM. Atas uji koefisien determinasi diketahui bahwasanya media sosial, kreativitas dan modal usaha menjelaskan keberlanjutan usaha dengan persentase sebesar 24,5 persen. Sedangkan sisanya yakni sebesar 75,5 persen keberlanjutan UMKM dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis yang ada penting bagi para pelaku UMKM untuk berpikir keras dalam mengembangkan kreativitas berwirausaha agar produk atau jasa yang ditawarkan berbeda dari yang ada, memiliki nilai sehingga usaha dapat terus berjalan dan berkembang. Modal usaha juga perlu ditingkatkan mengingat perluasan dan pengembangan usaha membutuhkan modal lebih. UMKM sebagai pilar ekonomi bangsa perlu diperhatikan akses keuangannya oleh pemerintah, karena bagaimanapun UMKM dalam menjalankan usahanya perlu disokong dan diberi tambahan modal agar berkembang dan terus berkelanjutan.

Penelitian ini berkontribusi dalam menambah khasanah serta pengetahuan terkait dengan faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha UMKM yakni media sosial, kreativitas dan modal usaha. Penelitian ini juga memberikan gambaran tentang urgensi media sosial, kreativitas serta modal usaha bagi para pelaku UMKM dan stakeholder terkait untuk menjaga keberlanjutan usaha. Melalui penelitian ini dapat menjadi masukan bagi para pelaku UMKM untuk dapat mempertimbangkan media sosial sebagai ajang promosi usaha, kreativitas untuk meningkatkan nilai produk serta modal usaha untuk scale-up. Penelitian ini memiliki kekurangan yang hanya terbatas pada satu cakupan wilayah sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah penelitian sehingga dapat mencerminkan hasil penelitian yang lebih komprehensif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Diana, and I Gst. Bgs. Wiksuana, 'Inklusi Keuangan Dalam Hubungannya Dengan Pertumbuhan Umkm Dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Di Provinsi Bali', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7.12 (2018), 6420 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p02>>
- Anggraeni, Rina, 'Usia Pelaku UMKM Kebanyakan Tak Muda Lagi, Digital Dan Komputer Ditakuti', *Sindonews*, 2021 <<https://ekbis.sindonews.com/read/433618/34/usia-pelaku-umkm-kebanyakan-tak-muda-lagi-digital-dan-komputer-ditakuti-1621580719>> [accessed 9 February 2023]
- Azzahra, Cika Irlia, Suyanto, and Elmira Febri Darmayanti, '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 AKTIVA*, 2.1 (2021), 104–12
- Bhardwaj, Pooja, 'Types of Sampling in Research', *Journal of the Practice of Cardiovascular Science*, 5.3 (2019), 157–63 <<https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs>>
- Efendi, Munif, 'Berjiwa Entrepreneur Untuk Meraih Kesuksesan', *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1.2 (2020), 179–94
- Fauzi, Echwan, and Anjar Priyono, 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM Di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor', *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01.05 (2022), 51–66
- Ferdiansyah, Ahmad, and Eri Bukhari, 'Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 17.2 (2021), 103–14
- Harini, Sri, Endang Silaningsih, and Marwah Eka Putri, 'Pengaruh Orientasi Pasar , Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM', *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6.1 (2022), 67–82
- Hasan, Samsurijal, Kurniawan Adha, and Utami Yerikania, 'Strategi Kelayakan Dan Peningkatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran UMKM Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus: Kota Bangkinang, Kampar, Riau', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 19.2 (2022), 191–200
- Khurniawan, Arie Wiboeo, Muklas Rivai, and Turijin, 'Pengembangan Kewirausahaan SMK: Profil Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia', *Vocational Education Policy: White Paper*, 1.5 (2019), 1–23 <<http://classtap.pbworks.com/f/SkillSoft++Blended+Elearning.pdf>>
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 1st edn (Sleman: Deepublish, 2020)
- Lorenza, Eliora, and Nur Hidayah, 'Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion', *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 04.03 (2022), 739–48
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011)
- Nurfalah, Irfan, and Aam Slamet Rusydiana, 'Digitalisasi Keuangan Syariah Menuju Keuangan Inklusif: Kerangka Maqashid Syariah', *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan Dan Akuntansi*, 11.1 (2019), 55 <<https://doi.org/10.35313/ekspansi.v11i1.1205>>
- Nurizki, Moh., Ari Kristiana, Slamet Bambang Riono, Dwi Harini, and Hendri Sucipto, 'Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes', *Profesional Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1.1

(2022), 12–20

- Otoritas Jasa Keuangan, 'Peran Industri Jasa Keuangan Dalam Mendukung Inklusi Dan Digitalisasi UMKM', 2022 <<https://www.ojk.go.id/ojk-institute/id/capacitybuilding/upcoming/1220/peran-industri-jasa-keuangan-dalam-mendukung-inklusi-dan-digitalisasi-umkm>> [accessed 28 November 2022]
- Pasaribu, Romindo, and Agnes Oktavia, 'Analisis Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kota Medan', *Journal of Economics and Business*, 2.1 (2020), 50–60 <<https://doi.org/10.36655/jeb.v2i1.495>>
- Permana, Silvester Dian Handy, and Maya Cendana, 'Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Strategi Promosi Bagi Sustainability Bisnis UMKM', *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7.2 (2019), 163–69
- Permata Sari, Bunga, Dheo Rimbano, Beny Marselino, Chici Aprilia Sandy, and Resti Ria Hairum, 'Determinasi Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Usaha UMKM', *Owner*, 6.3 (2022), 2865–74 <<https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.928>>
- Prasanna, R. P.I.R., J. M.S.B. Jayasundara, Sisira Kumara Naradda Gamage, E. M.S. Ekanayake, P. S.K. Rajapakshe, and G. A.K.N.J. Abeyrathne, 'Sustainability of SMEs in the Competition: A Systemic Review on Technological Challenges and SME Performance', *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 2019, Vol. 5, Page 100, 5.4 (2019), 100 <<https://doi.org/10.3390/JOITMC5040100>>
- Purba, Elidawaty, Bonaraja Purba, Ahmad Syafii, Fastabiqul Khairad, Darwin Damanik, Valentine Siagian, and others, *Metode Penelitian Ekonomi*, ed. by Ronal Watrianthos (Yayasan Kita Menulis, 2021)
- Rita, M R, Y W Nugrahanti, and A B Kristanto, *Strategi Penguatan Kinerja Umkm, Researchgate.Net* (Salatiga: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, 2021) <https://www.researchgate.net/profile/Ari-Kristanto-2/publication/356162186_Strategi_Penguatan_Kinerja_UMKM_Sinergitas_Pemerintah_Penyedia_Dana_dan_Pengusaha/links/618e47293068c54fa5d6aa78/Strategi-Penguatan-Kinerja-UMKM-Sinergitas-Pemerintah-Penyedia-Dana>
- Riyanto, Slamet, and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikandan Eksperimen* (Sleman: Deepublish, 2020)
- Salinatri, 'Digitalisasi Dorong UMKM Lebih Berkualitas – G20 Presidency of Indonesia', *G20 Indonesia 2022*, 2022 <<https://www.g20.org/idn/digitalisasi-dorong-umkm-lebih-berkualitas/>> [accessed 10 October 2022]
- Siti Fatimah, M. Yahya, and Khairatun Hisan, 'Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Sumber Daya Manusia, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM Di Kecamatan Kota Kualasimpang Kabupaten Aceh Tamiang', *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3.2 (2021), 151–72 <<https://doi.org/10.32505/jim.v3i2.3481>>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Wijayanti, Ajeng, and Dian Fitri Hanandia, 'Pengaruh Personality Traits Dan Competitive Advantage Terhadap Keberlanjutan Usaha Dimoderasi Oleh Social Innovation Orientation', *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6.3 (2022), 2751–58