

Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Tebing Tinggi

Tania Dwinov¹, Aulya Ramitha², Aisyah Siregar³, Willy Cahyadi⁴

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya Kota Tebing Tinggi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial, keterampilan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha yang dimediasi oleh inovasi pada pelaku UMKM bidang kuliner kota Tebing Tinggi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Cluster Sampling* yang tersebar di 5 Kecamatan di Kota Tebing Tinggi. Alat uji yang digunakan adalah dengan menggunakan software *Statistical Program of Social Science (SPSS) version 26 for windows*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, keterampilan kewirausahaan, dan inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, media sosial dan keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi pada pelaku UMKM bidang kuliner di kota Tebing Tinggi. Sedangkan inovasi dapat memediasi hubungan antara media sosial dan keterampilan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM bidang kuliner. Hasil penelitian ini diharapkan Sebagai masukan kepada wirausaha terkait pengembangan usaha kuliner dengan penggunaan media sosial, meningkatkan keterampilan kewirausahaan, dan inovasi secara berkala agar dapat bersaing dengan para pelaku UMKM lainnya.

Kata Kunci: Media Sosial, Keterampilan Kewirausahaan, Inovasi, Keberhasilan Usaha

Abstract

This study aims to determine the effect of using social media, entrepreneurial skills on business success mediated by innovation in MSME actors in the Tebing Tinggi culinary field. This research uses quantitative research methods. The sample in this study was 98 respondents. The sampling technique used was a cluster sampling technique spread across 5 sub-districts in the city of Tebing Tinggi. The test equipment used is to use software Statistical Program of Social Science (SPSS) version 26 for windows. The results of the research concluded that social media, entrepreneurial skills, and innovation influence business success, social media and entrepreneurial skills influence innovation among MSME in the culinary sector in the city of Tebing Tinggi. Meanwhile, innovation can mediate the relationship between social media and entrepreneurial skills on business success among MSME in the culinary sector. It is hoped that the results of this research will provide input to entrepreneurs regarding developing culinary businesses using social media, improving entrepreneurial skills and regular innovation so that they can compete with other MSME players.

Keywords: Social Media, Entrepreneurial Skills, Innovation, Business Success

Copyright (c) 2024 Tania Dwinov

✉ Corresponding author :

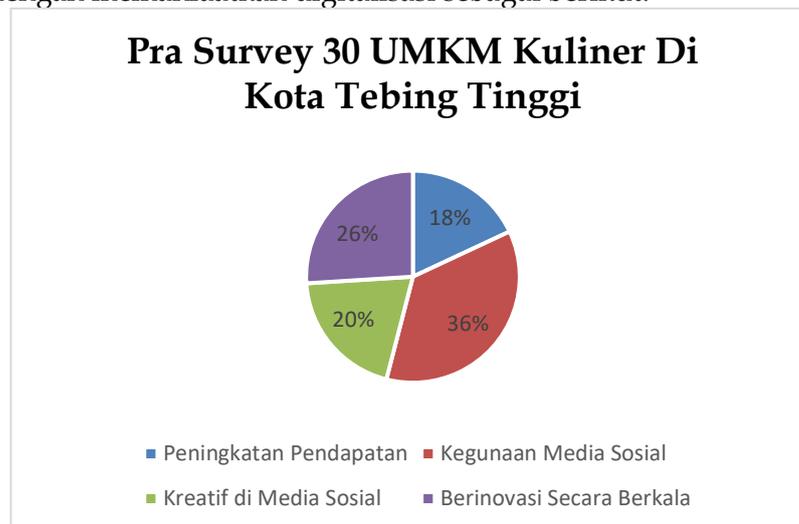
Email Address : taniadwinov2002@gmail.com

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan proses penerapan nilai-nilai yang membentuk perilaku atau karakter seseorang, Nilai-nilai ini dapat meningkatkan inovasi, kreatifitas, dan upaya untuk memecahkan masalah dan menemukan peluang baru dalam meningkatkan perekonomian. Untuk dapat bersaing dalam menghadapi tantangan, terutama dalam perekonomian saat ini dan yang akan datang, wirausaha harus memiliki modal dasar yang kuat, dan strategi untuk menghadapi situasi sulit.

Kota Tebing Tinggi adalah salah satu kota di Provinsi Sumatera Utara yang perekonomiannya digerakkan oleh sektor UMKM. Sebagai kota penghubung antara Kota Medan sebagai ibukota Provinsi Sumatera Utara dan sebagai pusat perdagangan dan perindustrian di Sumatera Utara. Menurut Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah kota Tebing Tinggi, Zahidin, S.Pd, M.Pd, terdapat sekitar 11.500 pelaku UMKM di kota tebing tinggi yang terdiri dari beberapa bidang yakni Kuliner, Fashion, Pendidikan, Otomotif, Agrobisnis, Teknologi Internet, dan UMKM bidang lainnya. Namun, UMKM yang mendominasi di kota Tebing Tinggi yaitu pada bidang kuliner sebanyak 5451 yang tersebar. Dimana penghasilan dari penjualan pelaku UMKM kuliner di kota Tebing Tinggi mengalami fluktuatif setiap bulannya, dan apabila hal ini terus-menerus sering terjadi dengan persaingan ketat, bahkan sistem penjualan yang saat ini mulai beralih dari konvensional ke modernisasi, jika kita mengalami kesulitan dalam mengikuti perkembangan sistem teknologi maka akibatnya berpengaruh terhadap penurunan keberhasilan suatu usaha.

Oleh karena itu, UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran karena tumbuh sebagai sumber pendapatan dengan banyak menyerap tenaga kerja, dan UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Semakin banyak masyarakat berwirausaha maka perekonomian disuatu daerah juga menjadi lebih baik dan kokoh karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat diserap dan dimanfaatkan secara optimal. Tentu dari hal ini perkembangan UMKM disetiap daerah itu berbeda-beda salah satunya UMKM di Kota Tebing Tinggi. Berdasarkan data pra survey yang telah dilakukan peneliti terkait kondisi 30 sampel UMKM bidang kuliner di Tebing Tinggi yang usahanya beralih dari konvensional ke modernisasi dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai berikut.



Gambar 1. Hasil Pra Survey
Sumber : Hasil Olah Data Pra Survey (2024)

Pada diagram diatas menunjukkan bahwa sebanyak 36% responden yang sudah memiliki media sosial dan sangat berguna dalam membantu para pelaku UMKM dalam

memperkenalkan produk usaha mereka dengan membagikan informasi berupa teks, gambar, video, dan audio kepada para konsumen. Namun, berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah kota Tebing Tinggi pelaku yang menggunakan media sosial sebesar 110 pelaku UMKM. Agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Namun, Berdasarkan hasil pra survey diatas, menunjukkan 20% responden yang mampu menerapkan dan menuangkan ide kreatifnya di dalam media sosial, ini menunjukkan masih kurangnya keterampilan pelaku usaha dalam berwirausaha, sementara keterampilan juga merupakan faktor keberhasilan dalam sebuah usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Irawan & Mulyadi, 2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keterampilan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan sampel yang digunakan sebanyak 32 responden. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya keterampilan wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pada distro anggota kreative independent clothing kcommunity di Kota Bandung. Selain faktor ketrampilan, inovasi juga dianggap sebagai kunci faktor keberhasilan usaha UMKM dan pelaku usaha yang sering melakukan inovasi memiliki peluang lebih besar dalam keberhasilan usaha. Namun yang terjadi berdasarkan hasil pra survey yang peneliti lakukan menunjukkan masih 26% pelaku UMKM melakukan inovasi pada produknya secara berkala. Sehingga, hal ini berdampak terhadap tingkat keberhasilan usaha yang dilihat dari peningkatan pendapatan hanya sebesar 18%.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menggunakan judul "Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota tebing Tinggi" dengan menggunakan objek pada pelaku UMKM bidang kuliner di Kota Tebing Tinggi.

(Hariyanto & Ie, 2023) mengatakan bahwasanya keberhasilan usaha sebagai keberhasilan dari bisnis yang mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Untuk membantu proses keberhasilan UMKM di era globalisasi saat ini, media sosial seperti Instagram dan Whatsapp diperlukan agar produk maupun jasa yang ditawarkan bisa lebih dikenal masyarakat. Dengan adanya fitur Instagram ads maupun Whatsapp Business, dapat mempermudah kegiatan komunikasi antara, penjual dan calon konsumen, baik dalam proses promosi, pengenalan atau informasi produk, hingga proses transaksi. Ditambah lagi jumlah pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Adapun indikator keberhasilan usaha yang digunakan pada penelitian ini yaitu, volume penjualan, keuntungan, pendapatan, dan pertumbuhan tenaga kerja (Yulianti, 2020)

Menurut (Windyarsita & Anggraeni, 2021), Keterampilan wirausaha dapat menjadi faktor pendorong pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, citra baik yang didapatkan dari pelanggan, dan tingkat pendapatan pasti meningkat jika pelaku usaha terampil menuangkan segala keterampilan yang dimiliki serta ilmu pengetahuan yang bisa memicu berkembangnya keterampilan wirausaha, Secara tidak sadar pelaku usaha dapat menjadi berkembang keterampilannya karena berkecimpung langsung dalam kegiatan-kegiatan berwirausaha. Hal ini menjadikan kebiasaan yang baik dan menjadikan pelaku usaha peka terhadap perubahan di lingkungan usaha baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Inovasi produk adalah suatu pengkreasian yang tidak terbatas untuk meningkatkan ide baru yang lebih kreatif, produk yang lebih berharga dan layanan yang lebih baik dengan tujuan untuk menambah produktivitas agar dapat mengikuti perkembangan teknologi pada saat ini yang memberikan perubahan secara signifikan dalam jangka waktu yang panjang (Sirojudin, 2023). Menurut (Irawati, 2020) indikator inovasi terdiri dari menciptakan produk baru, menemukan teknik terbaru, dan mencari peluang baru.

Pada tahun 2022, (Dharma et al., 2022) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan sampel yang

digunakan sebanyak 100 responden. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Medan Johor baik secara parsial maupun secara simultan. Menurut (Alhuda et al., 2019) indikator media sosial terdiri dari menciptakan hubungan baik dengan konsumen dari media yang ada, melakukan interaksi antara penjual dengan konsumen, dapat berinteraksi dengan konsumen setelah pembelian produk, dan informasi dapat di salurkan secara lengkap dan menarik perhatian konsumen.

Pada tahun 2016, (Irawan & Mulyadi, 2016) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh Keterampilan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha. Dengan sampel yang digunakan sebanyak 32 responden. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya keterampilan wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pada distro anggota kreative independent clothing kcommunity di Kota Bandung. Adapun indikator keterampilan kewirausahaan yang digunakan pada penelitian ini ialah keterampilan konseptual, keterampilan kreatif, keterampilan memimpin dan mengelolah, keterampilan berkomunikasi, dan keterampilan Teknik usaha (idham fauzi, 2022).

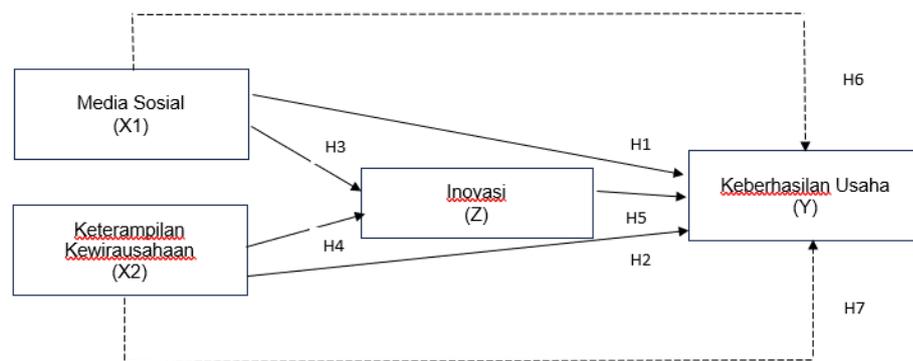
Pada tahun 2020, (Gohae, 2020) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan berwirausaha dan inovasi terhadap keberhasilan usaha. Dengan sampel yang digunakan sebanyak 30 responden. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan Inovasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan dan inovasi usaha berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keberhasilan usaha pada usaha key florist di kecamatan lahomi.

Pada tahun 2021, (Farha et al., 2021) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kreativitas Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Inovasi Dan Keberhasilan Usaha Pada Foodpark Raun-raun Kota Pekanbaru. Dengan menggunakan 100 responden. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwasanya variabel Kreativitas tidak berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha melainkan Kreativitas mempengaruhi inovasi dan inovasi juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Kuliner Foodpark Raun-Raun Kota Pekanbaru, dan Hasil uji Keterampilan Berwirausaha terhadap Inovasi dan keberhasilan usaha masing-masing berpengaruh positif.

Pada tahun 2022, (Gunawan & Monika, 2022) melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Wirausaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelaku UMKM. Dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Hasil dari penelitian tersebut bahwasanya penggunaan media sosial, efikasi diri dan inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan wirausaha, media social dan efikasi diri berpengaruh terhadap inovasi pelaku UMKM, sedangkan inovasi dapat memediasi hubungan antara media social dan efikasi diri terhadap keberhasilan wirausaha sektor UMKM.

Berdasarkan kajian diatas, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1:** Adanya pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.
- H2:** Adanya pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.
- H3:** Adanya pengaruh media sosial terhadap inovasi pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.
- H4:** Adanya pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap inovasi pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.
- H5:** Adanya pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.
- H6:** Adanya pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi sebagai variabel intervening pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.
- H7:** Adanya pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi sebagai variabel intervening pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi.



Gambar 2. Model Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2024

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM dibidang kuliner kota Tebing Tinggi yang tersebar di lima (5) kecamatan yang ada di Tebing Tinggi yaitu terdiri dari Kecamatan Padang Hulu, Kecamatan Padang Hilir, Kecamatan Rambutan, Kecamatan Bajenis, dan Kecamatan Tebing Tinggi Kota. Dan telah terdaftar di Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Tebing Tinggi. Pengujian statistik dilakukan dengan bantuan software *Statistical Program of Social Science (SPSS) version 26 for windows*. Di dalam penelitian ini, jumlah populasi sebanyak 5.451 UMKM Kuliner, dan menggunakan Teknik Taro Yamane dalam penentuan besar sampel dengan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

d² = presisi yang ditetapkan (0,1)

dari rumus tersebut dapat diketahui banyaknya sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

$$n = \frac{5.451}{(5.451)(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{5.451}{55,51}$$

$$n = 98,1$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan tersebut, dengan populasi sebanyak 5.451 UMKM kuliner, jadi diperoleh sampel sebanyak 98,1 atau dibulatkan menjadi 98 responden. Penelitian ini menggunakan Teknik *Cluster Sampling* untuk menentukan sampel bila objek yang diteliti atau sumber data sangat luas, missal penduduk dari suatu negara, provinsi atau kabupaten dimana yang akan dijadikan sumber data berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan

(Sugiyono, 2022). Berikut ini adalah data mengenai jumlah sampel tiap kecamatan di Tebing Tinggi.

Tabel 1. Jumlah Sampel pada Kecamatan

No	Kecamatan	Populasi	Bobot	Sampel	Sampel Per Kecamatan
1	Padang Hulu	690	0,1265	98	12
2	Padang Hilir	1.111	0,2038	98	20
3	Rambutan	1.483	0,2720	98	27
4	Bajenis	1.144	0,2098	98	21
5	Tebing Tinggi Kota	1.023	0,1876	98	18
Total		5.451			98

Sumber : Hasil Olah Data Peneliti, 2024

Penelitian ini menggunakan sumber-sumber data dari data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM kuliner di Tebing Tinggi, dan data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi, literatur atau tinjauan Pustaka, data-data terbaru , dan data mengenai jumlah populasi UMKM kuliner dari Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tebing Tinggi. Serta Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji instrumen yang didalamnya terdiri dari uji validitas, dan uji reliabilitas. Selanjutnya, menggunakan uji asumsi klasik yang didalamnya terdapat uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji sobel dan uji hipotesis yang didalamnya terdiri dari uji signifikan parsial (Uji-t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel Y (Keberhasilan Usaha)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0.801	0.3610	Valid
2	0.897	0.3610	Valid
3	0.853	0.3610	Valid
4	0.873	0.3610	Valid
Variabel Z (Loyalitas)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0.841	0.3610	Valid
2	0.801	0.3610	Valid
3	0.730	0.3610	Valid
Variabel X1 (Media Sosial)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0.810	0.3610	Valid
2	0.925	0.3610	Valid
3	0.841	0.3610	Valid
4	0.613	0.3610	Valid
Variabel X2 (Keterampilan Kewirausahaan)			
Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	0.815	0.3610	Valid
2	0.879	0.3610	Valid
3	0.865	0.3610	Valid
4	0.725	0.3610	Valid
5	0.849	0.3610	Valid

Sumber : SPSS, 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh poin pernyataan baik variabel media sosial (X1), keterampilan kewirausahaan (X2), Inovasi (Z), maupun keberhasilan usaha (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel, hingga dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Reliabilitas
Keberhasilan Usaha (Y)	0.830	0,6	Reliabel
Inovasi (Z)	0.823	0,6	Reliabel
Media Sosial (X1)	0.815	0,6	Reliabel
Keterampilan Kewirausahaan (X2)	0.806	0,6	Reliabel

Sumber : SPSS, 2024

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel karena *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6 maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukur dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (dapat dipakai sebagai alat ukur).

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		98	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.01155795	
Most Extreme Differences	Absolute	.083	
	Positive	.046	
	Negative	-.083	
Test Statistic		.083	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.520 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.390
		Upper Bound	.650
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 98 sampled tables with starting seed 299883525.			

Sumber : SPSS, 2024

Berdasarkan *output* dalam tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Monte Carlo Sig*). Seluruh variabel sebesar 0,096 dimana nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Media Sosial	.872	1.147
	Keterampilan	.990	1.011
	Kewirausahaan		
	Inovasi	.869	1.151

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel media sosial sebesar 0,872, variabel keterampilan kewirausahaan sebesar 0,990, variabel inovasi sebesar 0,869 dimana semuanya lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF dari variabel media sosial sebesar 1,147, variabel keterampilan kewirausahaan sebesar 1,011, variabel inovasi sebesar 1,151 dimana semuanya lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel bebas juga lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala korelasi pada variabel bebas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 6. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.124	1.451		1.464	.147
	Media Sosial	-.100	.064	-.170	-1.561	.122
	Keterampilan	.013	.050	.028	.272	.786
	Kewirausahaan					
	Inovasi	.058	.084	.076	.693	.490

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : SPSS, 2024

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan nilai signifikansi media sosial sebesar 0,122, keterampilan kewirausahaan sebesar 0,786, dan inovasi sebesar 0,450 dimana ketiganya lebih besar dari 0,050 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.356	.342	1.154

a. Predictors: (Constant), Keterampilan Kewirausahaan, Media Sosial
 b. Dependent Variable: Inovasi

Sumber : SPSS, 2024

Dari data diatas dapat dilihat bahwa hasil uji koefisien determinasi pada *model summary* persamaan I menyatakan *Adjusted R Square* sebesar 0,342 atau 34,2% dan sisanya sebesar 65,8% dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian, yang artinya variabel media sosial (X1) dan keterampilan kewirausahaan (X2) memberikan pengaruh sebesar 34,2% terhadap inovasi (Z).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.556	.542	.917

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Media Sosial, Keterampilan Kewirausahaan
 b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : SPSS, 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji koefisien determinasi pada *model summary* persamaan II menyatakan *Adjusted R Square* sebesar sebesar 0,542 atau 54,2% dan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian, yang artinya variabel media sosial (X1), keterampilan kewirausahaan (X2), dan Inovasi (Z) memberikan pengaruh sebesar 54,2% terhadap keberhasilan usaha (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Liner Berganda Persamaan I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.799	1.353		2.069	.041
	Media Sosial	.256	.102	.246	2.523	.003
	Keterampilan Kewirausahaan	.385	.088	.245	4.366	.000

a. Dependent Variable: Inovasi

Sumber : SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka didapatkan persamaan pertama sebesar :

$$Z = 2,799 + 0,256X1 + 0,385X2$$

Keterangan:

Z = Inovasi

X1 = Media Sosial

X2 = Keterampilan Kewirausahaan

Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa koefisien media sosial dan keterampilan kewirausahaan bernilai positif yaitu sebesar 0,256 dan 0,385. Sehingga menunjukkan pengaruh positif pada hasil apabila variabel media sosial dan keterampilan kewirausahaan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel inovasi juga akan mengalami peningkatan.

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Persamaan II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.094	1.099		1.906	.006
	Media Sosial	.110	.083	.110	1.314	.002
	Keterampilan Kewirausahaan	.106	.077	.123	1.383	.000
	Inovasi	.576	.081	.605	7.141	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka didapatkan persamaan kedua sebesar:

$$Y = 2,094 + 0,110X1 + 0,106X2 + 0,576Z$$

Keterangan:

Y = Keberhasilan Usaha

X1 = Media Sosial

X2 = Keterampilan Kewirausahaan

Z = Inovasi

Berdasarkan hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa koefisien media sosial dan keterampilan kewirausahaan bernilai positif sebesar 0,110 dan 0,106. Sehingga menunjukkan pengaruh positif pada hasil apabila variabel media sosial dan keterampilan kewirausahaan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel keberhasilan usaha juga akan mengalami peningkatan. Dan diatas juga menunjukkan bahwa koefisien inovasi bernilai positif yaitu sebesar 0,576.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 11. Hasil Uji T Persamaan I

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.799	1.353		2.069	.041
	Media Sosial	.256	.102	.246	2.523	.003
	Keterampilan Kewirausahaan	.385	.088	.245	4.366	.000
	Kewirausahaan					

a. Dependent Variable: Inovasi

Sumber: SPSS, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung variabel media sosial (X1) sebesar 2,523 dengan signifikansi 0,003. Dan nilai t hitung variabel keterampilan kewirausahaan (X2) sebesar 4,366 dengan signifikansi 0,000. Dari nilai tersebut diketahui nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel 1,98498, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,003 dan 0,000 lebih kecil dari α yang sebesar 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 3 (H3) diterima dengan Hasil tersebut bahwa media sosial (X1) berpengaruh positif terhadap inovasi (Z). Dan pada hipotesis 4 (H4) diterima dengan hasil tersebut bahwa keterampilan kewirausahaan (X2) berpengaruh positif terhadap inovasi (Z). Artinya semakin baik media sosial dan keterampilan kewirausahaan, maka semakin baik pula inovasi pada pelaku UMKM Kota Tebing Tinggi.

Tabel 12. Hasil Uji T Persamaan II

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.094	1.099		1.906	.006
	Media Sosial	.110	.083	.110	1.314	.002
	Keterampilan Kewirausahaan	.106	.077	.123	1.383	.000
	Kewirausahaan					
	Inovasi	.576	.081	.605	7.141	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: SPSS, 2024

Tabel diatas menunjukkan nilai t hitung variabel media sosial (X1) sebesar 1,314 dengan signifikansi 0,002. Nilai t hitung variabel keterampilan kewirausahaan (X2) sebesar 1,383 dengan signifikansi 0,000. Dan nilai t hitung pada variabel inovasi (Z) sebesar 7,141 dengan signifikansi 0,000. Dari nilai tersebut diketahui nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,98525, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,002, 0,000. Dan 0,000 lebih kecil dari α yang sebesar 0,05. Dengan demikian hipotesis 1 (H1) diterima, bahwasanya media sosial (X1) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hipotesis 2 (H2) diterima, bahwasanya keterampilan kewirausahaan (X2) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Dan hipotesis 5

(H5) juga diterima, bahwasanya inovasi (Z) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y).

Uji Sobel (*Sobel Test*)

Dasar pengambilan keputusan pada uji sobel ini dilakukan dengan membandingkan z hitung > 1,98 maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Pada penelitian ini terdapat mediasi yang akan diuji sebagai berikut:

Pengaruh media sosial (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y) melalui inovasi (Z) sebagai variabel intervening pada UMKM Kuliner Kota Tebing Tinggi.

$$ab = a_1 * b_3$$

$$ab = 0,256 * 0,576$$

$$ab = 0,147$$

$$S_{ab} = \sqrt{b_3^2 s_{a1}^2 + a_1^2 s_{b3}^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,576)^2(0,102)^2 + (0,256)^2(0,081)^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,003451) + (0,000429)}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,003880)}$$

$$S_{ab} = 0,0623$$

$$z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

$$z = \frac{0,147}{0,0623}$$

$$z = 2,359$$

Berdasarkan hasil uji sobel pada mediasi diatas menunjukkan z hitung sebesar 2,359 > 1,98. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 6 (H6) diterima. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi (Z) mampu memediasi pengaruh antara variabel media sosial (X1) terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).

Pengaruh keterampilan kewirausahaan (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y) melalui inovasi (Z) sebagai variabel intervening pada UMKM Kuliner Kota Tebing Tinggi.

$$ab = a_2 * b_3$$

$$ab = 0,385 * 0,576$$

$$ab = 0,222$$

$$S_{ab} = \sqrt{b_3^2 s_{a2}^2 + a_2^2 s_{b3}^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,576)^2(0,088)^2 + (0,385)^2(0,081)^2}$$

$$S_{ab} = \sqrt{(0,002569) + (0,000973)}$$

$$S_{ab} = \sqrt{0,003542}$$

$$S_{ab} = 0,0595$$

$$z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

$$z = \frac{0,222}{0,0595}$$

$$z = 3,731$$

Berdasarkan hasil uji sobel pada mediasi diatas menunjukkan z hitung sebesar 3,731 > 1,98. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 7 (H7) diterima. Hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa variabel inovasi (Z) mampu memediasi pengaruh antara variabel keterampilan kewirausahaan (X2) terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).

Pengaruh Media sosial terhadap keberhasilan usaha

Berdasarkan hasil kesimpulan hipotesis 1, diketahui bahwa Media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sebagian pelaku UMKM pada bidang kuliner di kota tebing tinggi sudah beralih dari konvensional ke modernisasi dengan membagikan informasi terkait produknya berupa teks, gambar, video maupun audio pada para konsumennya. Sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan dan meningkatkan penjualan yang akan berdampak pada keberhasilan usaha.

Hal ini sejalan pada penelitian yang telah dilakukan (Dharma et al., 2022) yang berpendapat bahwa saat ini pemakaian internet sangat tinggi di Indonesia, dengan adanya media sosial dapat menjadikan usaha kita menjadi terkenal. Pemakaian internet menjadi media yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dengan harapan untuk meningkatkan keberhasilan usaha pada pedagang kuliner di Kecamatan Medan Johor.

Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil kesimpulan hipotesis 2, diketahui bahwa keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Saat ini, pelaku UMKM Kuliner di Kota Tebing Tinggi tidak bisa hanya memiliki tekad dalam memperkenalkan produknya pada konsumen namun harus mampu menerapkan dan menuangkan ide kreatifnya di dalam media sosial melalui keterampilan kewirausahaan yang dimilikinya untuk menghadapi persaingan yang ketat.

Hal ini sejalan pada penelitian yang telah dilakukan (Irawan & Mulyadi, 2016) yang berpendapat bahwa yang mempengaruhi keberhasilan usaha dalam jangka panjang adalah karakteristik pribadi, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh pengusaha dalam mengelola usahanya. Oleh karena itu, keterampilan kewirausahaan sangat diperlukan terutama dalam industry distro KICK (*Kreative Independent Clothing Community*)

Pengaruh Media Sosial Terhadap Inovasi

Berdasarkan hasil kesimpulan hipotesis 3, diketahui bahwa Media Sosial berpengaruh terhadap Inovasi. Pelaku UMKM khususnya pada bidang Kuliner di Kota Tebing Tinggi sudah dapat memanfaatkan media sosial. Media sosial memberikan akses yang luas terhadap informasi terbaru, tren, dan ide-ide baru dari berbagai sumber. Ini dapat memperkaya pemahaman pelaku UMKM Kuliner di Kota Tebing Tinggi tentang kebutuhan pasar, teknologi terbaru, atau potensi solusi inovatif. Platform media sosial memfasilitasi kolaborasi yang lebih mudah antara pelaku UMKM lain yang berbeda. Ini menciptakan kesempatan untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya yang dapat memperkuat proses inovasi. Media sosial memainkan peran penting dalam mempercepat penyebaran inovasi. Dengan memanfaatkan fitur sharing, reposting, atau retweeting, ide-ide inovatif dapat menyebar dengan cepat di antara konsumen yang berpotensi tertarik.

Hal ini sejalan pada penelitian yang telah dilakukan (Muninger, 2019) yang berpendapat bahwa penggunaan media sosial menjadi proses munculnya inovasi dari ide-ide baru yang berguna pada inovasi perusahaan/organisasi.

Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Inovasi

Berdasarkan hasil kesimpulan hipotesis 4, diketahui bahwa keterampilan kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi. Pelaku UMKM Kuliner di Kota Tebing Tinggi yang memiliki keterampilan kewirausahaan yang kuat cenderung lebih mampu menghasilkan ide-ide inovatif. Keterampilan seperti kreativitas, kemampuan beradaptasi, dan kepemimpinan diidentifikasi sebagai faktor yang mendukung kemampuan untuk berinovasi.

Hal ini sejalan pada penelitian yang telah dilakukan (Farha et al., 2021) yang berpendapat bahwa para wirausahawan tidak bisa menciptakan produk baru khususnya produk makanan maupun minuman yang lain dari wirausahawan lain tidak menutup kemungkinan usaha yang dijalankan tidak akan bertahan lama karena telah kalah saing dengan produk lain yang lebih menarik. Sehingga diperlukannya kreativitas bagi wirausahawan untuk menciptakan ide-ide baru agar dapat bersaing dengan wirausahawan lain yang memiliki usaha yang sama.

Pengaruh Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil kesimpulan 5, diketahui bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Pelaku UMKM Kuliner di Kota Tebing Tinggi yang mampu berinovasi cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar, teknologi, dan lingkungan bisnis. Ini memungkinkan mereka untuk mengantisipasi tren pasar, memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang, dan memanfaatkan peluang bisnis yang baru. Inovasi dapat membuka peluang untuk UMKM memasuki pasar baru atau segmen pasar yang sebelumnya tidak terjangkau. Hal ini dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan dan tercapainya suatu keberhasilan usaha.

Hal ini sejalan pada penelitian yang telah dilakukan (Gohae, 2020) yang berpendapat bahwa inovasi berkelanjutan dari suatu usaha merupakan syarat mendasar untuk membangun keunggulan kompetitif. Maka dari itu, inovasi menentukan kinerja yang luar biasa. Dengan ide inovasi menjadi alat yang membawa kreativitas untuk keberhasilan usaha.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil kesimpulan 6, diketahui bahwa media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi sebagai variabel intervening. Media sosial memungkinkan pelaku UMKM untuk mencapai konsumen yang lebih luas secara global atau lokal dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan media tradisional. Dengan memanfaatkan platform-platform di media sosial pelaku UMKM Kuliner di Kota Tebing Tinggi dapat meningkatkan kesadaran konsumen dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Media sosial juga memfasilitasi kolaborasi antara usaha dengan pelanggan, mitra bisnis, dan bahkan pesaing. Ini memungkinkan pertukaran ide dan umpan balik yang berharga sehingga terciptanya inovasi baru yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk atau layanan, mencari peluang baru serta memperbaiki proses bisnis.

Hal ini sejalan pada penelitian yang telah dilakukan (Gunawan & Monika, 2022) yang berpendapat bahwa pada media sosial, wirausaha dapat menemukan ide kreatif yang sangat berguna untuk usaha kulinernya. Banyak inovasi-inovasi baru yang bermunculan di media sosial. Wirausaha yang sering membuat produk baru, teknik dan cara baru dalam berwirausaha, maka semakin besar peluangnya untuk mencapai keberhasilan dalam berwirausaha.

Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening

Keterampilan kewirausahaan yang harus dimiliki pelaku UMKM Kota Tebing Tinggi mencakup kemampuan untuk berinovasi dan berpikir kreatif dalam mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan produk atau layanan yang unik, dan menyesuaikan strategi bisnis dengan cepat terhadap perubahan dari konvensional ke modernisasi. Dengan dibarengi inovasi yang tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan dalam model bisnis, strategi pemasaran, atau cara pengelolaan yang dapat mengubah cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pasar sehingga tercapainya keberhasilan usaha.

Hal ini sesuai dengan penelitian (Krismonica, 2023) Keterampilan wirausaha yang dapat dimiliki wirausahawan merupakan kemampuan dalam perencanaan bisnis, mengendalikan diri, beradaptasi dengan perkembangan zaman, mengorganisir usahanya serta dapat melihat peluang dan berani mengambil resiko. Orang yang berniat wirausaha maka harus memiliki keterampilan wirausaha, dimana dapat inovatif dan kreatif.

SIMPULAN

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis 1 diterima, yang berarti Media Sosial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi, hipotesis 2 diterima, yang berarti Keterampilan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi, hipotesis 3 diterima, yang berarti Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi, hipotesis 4 diterima, yang berarti Media Sosial berpengaruh terhadap Inovasi UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi, hipotesis 5 diterima, yang berarti Keterampilan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Inovasi UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi, hipotesis 6 diterima, yang berarti Media Sosial berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dengan Inovasi sebagai variabel mediasi pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi, hipotesis 7 diterima, yang berarti Keterampilan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dengan Inovasi sebagai variabel mediasi pada UMKM kuliner Kota Tebing Tinggi. Penelitian ini juga mengungkap bahwa mayoritas UMKM bertransformasi secara digital agar dapat bertahan, UMKM juga memperhatikan bagaimana agar mereka mampu dalam berinovasi dengan persaingan yang saat ini semakin ketat karena dengan adanya peralihan dari yang sistem penjualan secara tradisional menjadi moderenisasi.

Referensi

- Alhuda, R., Arifin, K., & Avriyanti, S. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembelian Produk Sepatu Fila Dikalangan Mahasiswa STIA Tabalong (Studi pada www.lazada.co.id). *Jurnal Administrasi Publik Dan Bisnis*, 2(1), 207–220.
- Dharma, B., Sari, L. P., & Pulungan, Z. G. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 216–225. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v1i4.942>
- Farha, R. J., Librianty, N., & Ridayanti, S. (2021). *Pengaruh Kreativitas Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Inovasi Dan Keberhasilan Usaha Pada Foodpark Raun-raun Kota Pekanbaru*. Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.
- Gohae, A. S. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus Usaha Key Florist di Kecamatan Lahomi*. 51–57.
- Gunawan, D., & Monika, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Wirausaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelaku UMKM. *Journal of Economic, Management ...*, 5(2), 179–187.
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 511–518. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23422>
- idham fauzi. (2022). *PENGARUH KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA KAWASAN TEKSTIL CIGONDEWAH KOTA BANDUNG*. universitas komputer indonesia.
- Irawan, A., & Mulyadi, H. (2016). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Distro Anggota Kreative Independent Clothing Kommunity di Kota Bandung). *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(1), 213–223. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i1.2290>
- Irawati, D. (2020). *PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN (Suatu Studi UMKM Makrebe Keripik Debog Pak*

- Dimas Ali Mansur Desa Adimulya). universitas galuh.
- Krismonica, D. (2023). *Pengaruh Literasi Digital, Literasi Keuangan, Dan Norma Subjektif Terhadap Keterampilan Wirausaha (Survei Pada Anggota Komunitas Umkm Pondok Melati Di Kecamatan Pondok Melati Kota Bekasi)*. universitas siliwangi.
- Muninger, I. (2019). The value of social media for innovation: A capability perspective. *Journal of Business Research*, 95. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296318304855>
- Sirojudin, H. A. (2023). *Ekonomi Digital Transformasi Bisnis Dalam Era Digital*. PT Sada Kurnia Pustaka.
- Sugiyono, D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).
- Windyarsita, M., & Anggraeni, T. P. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Kota Wonogiri. *Seminar Nasional Dan Call For Paper Hubisintek*, 1057–1060.
- Yulianti, A. (2020). *Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung)*. universitas komputer indonesia.