

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM. Dimana sampel penelitian dilakukan di Kota Batam. Data yang digunakan untuk analisis menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner melalui google form dengan skala Likert. Alat analisis yang digunakan adalah SEM-PLS. Penelitian ini menggunakan data primer dengan 100 responden UMKM di Kota Batam, kuesioner yang disebarakan melalui Google Form pada periode April dan Mei 2023. Selain dapat menghasilkan inner model hubungan antara variabel Dependent (Kinerja UMKM) dengan variabel Independen (Interaktivitas, Efektivitas Biaya, Kompatibilitas, Kepercayaan, dan Visibilitas) dengan menggunakan variabel intervening (Penggunaan Media Sosial), juga akan diketahui hubungan outer model antara variabel item dengan variabel tersebut. Hasil penelitian pada variabel Interaktivitas, Efektivitas Biaya, Kepercayaan, dan Visibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Media Sosial oleh UMKM, sedangkan variabel Kompatibilitas tidak berpengaruh signifikan. Penggunaan media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Keywords: Penggunaan Media Sosial, UMKM, Kinerja UMKM, SEM-PLS, Skala Likert

ABSTRACT

This study aims to test and analyze the effect of using social media on the performance of MSMEs. Where the research sample was conducted in Batam City. The data used for analysis uses primary data, from distributing questionnaires via Google form with a Likert scale. The analysis tool used is SEM-PLS. This study uses primary data with 100 MSMEs respondents in Batam City, questionnaires distributed via Google Form in the period April and May 2023. In addition to being able to produce an inner model relationship between the Dependent variable (MSMEs Performance) and the Independent variable (Interactivity, Cost Effectiveness, Compatibility, Trust, and Visibility) by using the intervening variable (Use of Social Media), it will also be known the outer model relationship between the items variable and the variable. The results on the variables Interactivity, Cost-Effectiveness, Trust, and Visibility have a positive and significant effect on the Use of Social Media by MSMEs, while the compatibility variable has not significant effect. The use of social media has proven to have a positive and significant effect on MSMEs performance.

Keywords: Usage of Social Media, MSMEs Performanse, SEM-PLS, Likert Scale, MSMEs