

**FAKTOR KOMPATIBILITAS, EFEKTIVITAS BIAYA, DAN
INTERAKTIVITAS TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN
DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA UMKM *FASHION* FDI KOTA
YOGYAKARTA**

Riani Amelia Putri

NIM. 141200233

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Yogyakarta

rianiameliaptr@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kompatibilitas, efektivitas biaya, dan interaktivitas terhadap penggunaan media sosial dan dampaknya pada kinerja UMKM *fashion* di Kota Yogyakarta. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah persaingan usaha di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ke tahun yang menuntut UMKM untuk terus bisa menjaga eksistensi dan meningkatkan kinerjanya. Perkembangan inovasi dalam teknologi juga mendorong UMKM untuk bersikap adaptif agar dapat terus bersaing dalam persaingan usaha yang ketat. Metode dalam penelitian menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah UMKM *fashion* di Kota Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui Google Formulir yang disebar ke 96 UMKM *fashion* di Kota Yogyakarta. Metode yang digunakan untuk menganalisis data menggunakan *Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kompatibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan media sosial, 2) efektivitas biaya berpengaruh positif terhadap penggunaan media sosial, 3) interaktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan media sosial, 4) penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci: kompatibilitas, efektivitas biaya, interaktivitas, penggunaan media sosial, kinerja UMKM