

# PERAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP PERFORMA KEUNTUNGAN UMKM PASAR TANAH ABANG

Alya Ramadhani

## ABSTRAK

Pemanfaatan media sosial oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi digital, namun belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan performa keuntungan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran penggunaan media sosial terhadap performa keuntungan dengan kemampuan inovasi sebagai variabel moderasi. Penelitian ini didasarkan pada tahapan proses keputusan inovasi dalam teori difusi inovasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif menggunakan teknik sampling *nonprobability* dengan purposive sampling melalui survei terhadap 156 pelaku UMKM di Pasar Tanah Abang, yang ditentukan menggunakan rumus Cochran. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui Amos25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas berpengaruh langsung terhadap penggunaan media sosial ( $p=0.005$ ), efektivitas berpengaruh langsung terhadap penggunaan media sosial ( $p=0.008$ ), kesesuaian berpengaruh langsung terhadap penggunaan media sosial ( $p=0.003$ ), efektivitas biaya berpengaruh langsung terhadap performa keuntungan ( $p=0.016$ ), dan kemampuan inovasi memoderasi secara positif hubungan antara penggunaan media sosial dan performa keuntungan ( $p= 0,007$ ). Simpulan hasil penelitian ini adalah pentingnya kemampuan inovasi dalam mengoptimalkan manfaat ekonomi dari penggunaan media sosial oleh UMKM.

**Kata kunci:** kemampuan inovasi, media sosial, performa keuntungan, UMKM.

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA USAGE AND INNOVATION  
CAPABILITY ON PROFIT PERFORMANCE OF SMALL  
MEDIUM ENTERPRISES AT TANAH ABANG MARKET***

**Alya Ramadhani**

***ABSTRACT***

*The use of social media by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is increasing along with the development of digital technology, but has not been fully followed by an increase in business profit performance. This study aims to analyze the role of social media use on profit performance with innovation capability as a moderating variable. This study is based on the stages of the innovation decision process in the diffusion of innovation theory. The method used is an explanatory quantitative approach using a nonprobability sampling technique with purposive sampling through a survey of 156 MSMEs in Tanah Abang Market, which was determined using the Cochran formula. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) through Amos25. The results showed that interactivity directly influenced social media use ( $p = 0.005$ ), effectiveness directly influenced social media use ( $p = 0.008$ ), suitability directly influenced social media use ( $p = 0.003$ ), cost effectiveness directly influenced profit performance ( $p = 0.016$ ), and innovation capability positively moderated the relationship between social media use and profit performance ( $p = 0.007$ ). The conclusion of this research is the importance of innovation capabilities in optimizing the economic benefits of using social media by MSMEs.*

*Keywords: Innovation capability, profit performance, small medium enterprise, social media usage*