

**PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Gen Z Di Solo Raya)**



TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Rizka Awalia Putri

NIM. 22110194

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

2026

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir

**PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Gen Z Di Solo Raya)**

Oleh :

Rizka Awalia Putri

NIM. 22110194

Disetujui dan dipertahankan dihadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 20 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Ari Susanti, S.Pt., M.M.

NUPTK. 1755761662230220

PENGESAHAN PENGUJI

Tugas Akhir

PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Gen Z Di Solo Raya)

Oleh :

Rizka Awalia Putri
NIM. 22110194

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 04 Februari 2026
Dosen Penguji

Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

Ketua

: 

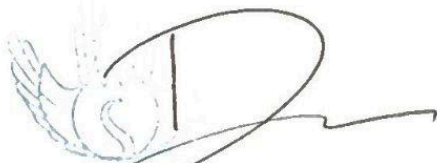
Ari Susanti, S.Pt., M.M.

Anggota

: 

Mengetahui,

Kepala STIE Surakarta


Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala-Program Studi S1 Manajemen


Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Awalia Putri

NIM : 22110194

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN
PENGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KINERJA UMKM (Studi
Kasus Pada Pelaku UMKM Gen Z Di Solo Raya) adalah betul-betul karya sendiri.
Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan
ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan
saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa
pencabutan Tugas Akhir dalam gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Sukoharjo, 04 Februari 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Rizka Awalia Putri

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan.”

(Nadin Amizah)

“Always I hope that I did them okay and gave them enough love in their lives.

Whether I really care about making it big, or if I really just wanna hop on that
plane and go home.”

(Hindia)

“Dengan kekuatan bulan yang paling baik, harapanku besar, dunia kembali asyik.

Lari ke hadapan, orang yang kusayang. Tuhan, bolehkah ? Ini yang aku
perjuangkan.”

(Sal Priadi)

“Sesuatu yang didapatkan dengan mudah akan menghilang dengan cara yang
mudah juga dan tentu ini tidak akan membentuk karakter manusia yang tangguh.”

(Bob Sadino)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini sebagai bukti semangat usaha serta cinta dan kasih sayang saya kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidup saya. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Wiyanto dan Mama Rojanah. Terima kasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun bapak dan mama tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun selalu memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial. Semoga bapak dan mama selalu sehat dan panjang umur agar bisa menyaksikan pencapaian lainnya di masa depan.
2. Adik laki-lakiku, Royan Nur Fauzi yang selalu membuat termotivasi agar menjadi sosok kakak yang berpengaruh positif, serta menjadi panutan di masa yang akan datang.
3. Pakdhe tersayang, Alm. Wiyono yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan. Terima kasih untuk selalu mendengarkan dan berbagi cerita. Senantiasa menjadi partner diskusi, serta memotivasi untuk memulai bisnis.
4. Kakak sepupu, Mas Rusdi Fadholah dan istrinya Mbak Idha Kusumawati, yang selalu memberikan arahan, nasihat, dan dukungan moril maupun

materil. Terima kasih selalu membantu langkah anak kecil ini dalam menggapai mimpinya.

5. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M. selaku pembimbing yang telah memberikan arahan serta masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Sahabatku, Sukma Arty Purwa Aditya, terima kasih selalu menjadi pendengar, penasihat, dan semua peran yang kamu berikan selama ini. Terima kasih untuk selalu ada dalam segala keadaan dan tidak mundur selangkahpun saat salah satu dari kita merasa tidak stabil, saat berbeda pendapat, dan terkadang bertengkar hebat. Semoga harapan, doa dan mimpi kita menjadi kenyataan di kemudian hari.
7. Teman-teman “Matahari Squad”, Ambar, Elysa, Ida, Manda, Nonik, Nia, dan Dhian, yang selalu kebersamai, mendukung, membantu, dan memberikan semangat selama duduk di bangku perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
8. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri, Rizka Awalia Putri. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Meskipun banyak luka, duka, dan tidak sempurna, tapi di titik ini kita akan merayakannya. Bagaimanapun kehidupan di depan nanti, hargai dirimu, rayakan pencapaian-pencapaian kecil dalam hidup dan nikmati perjalanannya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa terpanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Gen Z di Solo Raya)” dengan tepat waktu. Dalam penulisan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Ketua STIE Surakarta.
2. Bapak Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. selaku Kaprodi S1 Manajemen STIE Surakarta.
3. Ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini telah terselesaikan.
4. Seluruh dosen dan karyawan STIE Surakarta yang telah mengajar dan mendidik saya dengan penuh rasa sabar dan ikhlas sehingga ilmu yang saya dapatkan di bangku perkuliahan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat untuk banyak orang

Sukoharjo, 15 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Teori yang Relevan.....	9
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	23
2.4 Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Definisi Operasional.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Identitas Responden.....	39
4.2 Analisis Data.....	43
1. Uji Kualitas/Instrumen Data.....	43
a. Uji Validitas.....	43
b. Uji Reliabilitas.....	45
2. Uji Asumsi Klasik.....	45
a. Uji Normalitas.....	45

b. Uji Multikolinearitas.....	46
b. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3. Uji Hipotesis.....	47
a. Uji Regresi Linear Berganda.....	47
b. Uji T.....	48
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Komposisi Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	30
Tabel 4.1 Usia Responden.....	39
Tabel 4.2 Domisili Responden.....	40
Tabel 4.3 Media Sosial yang Digunakan.....	40
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	23
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 1. 2 Tabulasi Data.....	70
Lampiran 1. 3 Hasil Olah Data.....	72

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Gen Z Di Solo Raya). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria gen Z yang menjalankan usaha di daerah Solo Raya dan menggunakan sosial media. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 82 responden sebagai sampel. Analisis data dilakukan dengan tiga langkah yaitu (1) Uji Instrumen data yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, (2) Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, dan (3) Uji Hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2).

Dalam penelitian ini, berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa : (1) modal usaha berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja UMKM, (2) tingkat pendidikan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja UMKM, dan (3) penggunaan sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Kata Kunci : Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, Penggunaan Sosial Media, Kinerja UMKM

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of business capital, education level, and social media use on MSME performance (a case study of Gen Z MSMEs in the Solo Raya area). The sampling technique used in this study was a non-probability purposive sampling method, with the criteria being Gen Z entrepreneurs operating businesses in the Solo Raya area and using social media. Data were collected by distributing an online questionnaire to 82 respondents. Data analysis was conducted in three steps: (1) Instrument testing, consisting of validity and reliability tests; (2) Classical Assumption Testing, consisting of normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests; and (3) Hypothesis testing, consisting of multiple linear regression analysis, t-tests, and coefficient of determination (R^2) tests.

In this study, the t-test results revealed that: (1) business capital has a significant positive effect on MSME performance; (2) education level has a significant positive effect on MSME performance; and (3) social media use has no significant effect on MSME performance.

Keywords: *Business Capital, Education Level, Social Media Use, MSME Performance*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah merupakan salah satu tulang punggung perekonomian negara. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (kemenkopukm.go.id) pada bulan Maret 2021, kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp8.573,89 triliun., ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Direktur *Center of Economic and Law Studies* (Celios) Bhima Yudhistira juga mengungkapkan bahwa UMKM sangat berperan penting pada perekonomian Indonesia (Kontan.co.id, 2022).

Beragam masalah yang muncul pada perekonomian nasional, tetapi UMKM memiliki peran yang penting dalam proses penyelesaiannya. UMKM memberikan dampak pada peningkatan penyerapan tenaga kerja dan pemerataan perekonomian masyarakat kecil, dengan kata lain secara tidak langsung, UMKM juga ikut andil dalam proses pengentasan kemiskinan di Indonesia. Fakta menegaskan bahwa dalam lima tahun terakhir kemajuan UMKM terus meningkat setiap tahunnya, sehingga UMKM dapat memperlihatkan potensi yang dimiliki dalam mendorong perekonomian dan perkembangan ekonomi Indonesia (Sanjaya & Sari. 2021) dalam (Kencono Wulan, 2022).

Masuknya generasi muda terutama gen Z ke dunia wirausaha memberikan banyak warna baru. Generasi Z atau biasa disebut gen Z secara umum diartikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang pada saat ini memasuki usia produktif dan menjadi populasi dengan jumlah jiwa terbanyak.

Tabel 1. 1 Data Komposisi Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia

Generasi	Jumlah (Juta Jiwa)
Gen Z	74,93
Milenial	69,38
Gen X	58,65
Baby Boomers	31,01
Gen Alpha	29,17
Pre-Boomers	5,03

Sumber data: (Goodstat, 2023)

Berdasarkan data dari ZenBusiness, semangat kewirausahaan di kalangan gen Z sangatlah tinggi, di mana sekitar 93% dari mereka mulai melirik dunia bisnis. Sebanyak 84% responden lebih memilih menjadi pengusaha dibandingkan belasan opsi profesi lainnya. Motivasi utama di balik tren ini adalah fleksibilitas untuk meraih *work-life balance*, karena jalur wirausaha dianggap memberikan keleluasaan lebih dalam menyeimbangkan urusan pribadi dan pekerjaan (binus.ac.id, 2024).

Gen Z memiliki karakter fleksibel, menggemari internet, cerdas dan memiliki toleransi tinggi terhadap perbedaan budaya. Gen Z menjadi pembahasan

menarik karena berbagai fenomena yang dialami generasi ini. Gen Z yang lahir di era internet juga disebut IGeneration, generasi net atau generasi internet. Berbagai jenis permasalahan dihadapi gen Z karena cenderung berinteraksi lebih banyak dengan internet (Suryati, 2022) dalam (Cindy Nurlaila dkk, 2024).

Kinerja merupakan salah satu indikator keberhasilan dalam mencapai tujuan usaha. Definisi kinerja UMKM menurut Pramestiningrum dan Iramani (2020) adalah hasil kerja yang dicapai oleh UMKM pada periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu ukuran nilai atau standar tertentu serta menyesuaikan dengan peran atau tugas dari tujuan UMKM. Pengembangan kinerja membantu UMKM untuk memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan terus meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan inovasi dalam produk dan layanan, serta mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, UMKM dapat menarik perhatian konsumen, mempertahankan pangsa pasar yang ada, dan bahkan menembus pasar baru. Namun, di sisi lain UMKM juga menyimpan tingkat kerentanan tinggi. Menurut Guru Besar Ekonomi Universitas Padjajaran, Prof. Yuyun Wirasmita, rata-rata 50–60% UMKM berhenti beroperasi dalam tiga tahun pertama, dan hampir 80% gagal dalam lima tahun (insimen.com, 2025).

Modal usaha menjadi salah satu yang mempengaruhi kinerja. Modal merupakan bagian yang sangat penting untuk usaha kecil maupun usaha dengan skala besar. Modal didefinisikan sebagai dana yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lebih lanjut. Agar dapat menjalankan semua aktivitas

perusahaan, dibutuhkan dana (modal) baik dana pribadi (equity) maupun pinjaman (loan) (Nizar, 2018) dalam (Jihan Fadhilah, 2024). Sebuah usaha akan berkembang jika memiliki modal yang cukup dan dikelola dengan efektif. Selain digunakan untuk mencukupi kebutuhan operasional, modal usaha juga dapat digunakan dalam pengembangan serta investasi UMKM.

Besar kecilnya modal usaha sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha tersebut. Ketika modal yang dimiliki terlalu kecil, maka proses produksi akan terhambat. Sebaliknya, jika jumlah modal usaha yang dimiliki cukup atau bahkan besar, maka proses produksi akan berjalan dengan lancar bahkan pengembangan usaha akan berjalan lebih cepat. Namun, bagi pelaku UMKM gen Z, permodalan turut membayangi langkah dalam berbisnis, karena belum memiliki simpanan dana yang memadai dan sering kali terbentur persyaratan administratif perbankan, mereka kerap kesulitan mendapatkan suntikan modal untuk operasional usaha ([binus.ac.id](https://www.binus.ac.id), 2024). Modal Usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM (Laura Siagian, 2024).

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM adalah tingkat pendidikan. Kinerja pada pelaku UMKM membutuhkan pengetahuan yang baik dalam menjalankan usahanya, dari pengetahuan tersebut yang didapatkan dari pendidikan yang nantinya akan meningkatkan pendapatan serta kualitas kinerja usahanya (Qudsi, L. J, dkk, 2024). Tingginya tingkat pendidikan seseorang dapat dengan mudah menangkap informasi dan mengimplementasikannya. Seseorang dengan pendidikan yang tinggi cenderung akan lebih mudah menerima

dan menyaring hal-hal baru. Tingkat pendidikan yang rendah menjadi alasan pelaku UMKM untuk tidak pandai meningkatkan kinerja usahanya (Nainggolan, R, 2016). Menurut (Basyit, A., dkk, 2020) tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja seseorang dalam pekerjaannya.

Faktor lainnya yang tidak kalah penting di era ini adalah penggunaan sosial media dalam pengembangan usaha. Sosial media adalah platform digital yang digunakan untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi secara online. Sosial media adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual (McGraw Hill Dictionary) dalam <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>. Hal tersebut juga dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya. Melalui sosial media, produk-produk UMKM dapat lebih mudah ditemukan dan dikenal masyarakat luas. Sosial media digunakan untuk komunikasi dalam bisnis, pemasaran, dengan pemasok dan pelanggan. Sosial Media merupakan strategi pemasaran yang paling banyak digunakan untuk mengembangkan usaha (Mardinawati, M, dkk, 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023, sekitar 20,76 juta atau 32% dari total 64,2 juta pelaku UMKM di Indonesia telah memanfaatkan teknologi digital untuk keberlangsungan bisnisnya. Hal ini berarti, ada sekitar 68% pelaku UMKM masih belum memanfaatkan teknologi dalam usahanya, termasuk dalam hal pemanfaatan sosial media secara maksimal. Menurut (Sudirman, A., dkk, 2021) sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

Solo Raya merupakan klaster ekonomi utama di Jawa Tengah. Didukung oleh beragamnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menjadikan Solo Raya sebagai fokus penting dalam pembangunan regional. UMKM di Solo Raya, yang mencakup Kota Surakarta dan enam kabupaten di sekitarnya, dikenal kaya akan produk unggulan seperti batik, kuliner, dan berbagai kerajinan tangan yang semuanya berkontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) wilayah tersebut. Solo Raya menjadi pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah sektor timur dengan pertumbuhan ekonomi 5,21% pada tahun 2024, lebih tinggi dari Muria Raya dan Jateng Selatan (ekonomi.espos.id, 2025).

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dipaparkan maka diperlukan kajian mendalam mengenai strategi untuk meningkatkan kinerja UMKM khususnya pada Gen Z di Solo Raya agar mampu bertahan dan berkembang. Secara parsial belum ada penelitian yang menggabungkan variabel Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Penggunaan Sosial Media terhadap Kinerja UMKM di Solo Raya. Oleh karena itu berdasarkan fenomena penelitian yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Gen Z Di Solo Raya)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya ?
2. Apakah tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya?
3. Apakah penggunaan sosial media berpengaruh terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka dapat ditentukan tujuan penelitian antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh modal usaha terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tingkat pendidikan terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu manfaat baik bagi penulis sendiri, ataupun pihak-pihak yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat teoritis

- a. Bagi pengembang ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam memahami permasalahan yang dibahas, serta mampu berkontribusi untuk pengembangan informasi, khususnya mengenai pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan, dan sosial media terhadap kinerja UMKM.
- b. Bagi peneliti selanjutnya dapat digunakan untuk tambahan pengetahuan dan menjadi sumber rujukan ataupun bahan kajian pada penelitian selanjutnya, terutama penelitian dengan topik pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan, dan sosial media terhadap kinerja UMKM.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pelaku usaha gen Z di Solo Raya, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi dalam menemukan program yang tepat untuk mengembangkan usaha, sehingga dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan kinerja usaha yang dijalankan.
- b. Bagi Instansi Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM di Solo Raya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih penambah informasi dan pengetahuan mengenai UMKM.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori yang Relevan

2.1.1 Teori *Resources Based View* (RBV)

Menurut (Nakhwah, R, 2025) teori *Resources Based View* (RBV) oleh Barney (1991) menekankan pada pentingnya memanfaatkan sumber daya dan kapabilitas unik organisasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif. RBV menyatakan bahwa keunggulan kompetitif jangka panjang suatu perusahaan tidak hanya berasal dari posisi pasar atau faktor eksternal, namun juga dari sumber daya dan kapabilitas internal yang unik dan sulit ditiru kompetitor.

(Hilmawati & Kusumaningtyas, 2021) dalam (Fadhilah, J, 2024) memaparkan bahwa teori RBV menjelaskan tentang sumber daya berwujud dan tidak berwujud yang ada dalam perusahaan maupun organisasi dapat membantu dalam membangun strategi unggul yang dapat bersaing. Organisasi dalam penelitian ini adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan sekumpulan sumber daya dengan kapabilitas unik yang dapat mendorong penerapan strategi dalam menghadapi persaingan serta mencapai tujuan perusahaan secara optimal. Menurut (Nakhwah, R, 2025) komponen utama *Resource Based View* meliputi :

1. Sumber Daya Bernilai (*Valuable Resource*): Sumber daya yang dimiliki organisasi harus mampu memberikan nilai tambah, baik melalui peningkatan efisiensi maupun efektivitas dalam proses bisnis.
2. Sumber Daya Langka (*Rare Resources*): Sumber daya yang jarang dimiliki oleh pesaing memberikan organisasi keunggulan tersendiri. Sumber daya ini dapat berupa keahlian khusus, paten, atau hubungan strategis dengan mitra bisnis.
3. Sumber Daya yang Tidak Mudah Ditiru (*Inimitable Resources*): Sumber daya yang sulit untuk ditiru mencakup elemen-elemen yang memiliki nilai historis, kompleksitas sosial, atau kekhususan teknologi.
4. Kapabilitas Organisasi (*Organizational Capability*) : Ini mencakup kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan, mengatur, dan memanfaatkan sumber daya tersebut secara efektif guna mencapai tujuan strategis.

2.1.2 UMKM

UMKM, sebagaimana tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diartikan sebagai aktivitas usaha yang dilakukan oleh masyarakat dan bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja serta

meningkatkan pelayanan ekonomi secara luas. Secara umum, UMKM mencakup bentuk usaha yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, rumah tangga, maupun badan usaha berskala kecil.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bentuk kegiatan ekonomi yang memiliki peran penting dalam membuka lapangan pekerjaan, memperluas akses layanan ekonomi bagi masyarakat, mendukung pemerataan serta peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, dan menjaga stabilitas negara. Di Indonesia, UMKM menjadi jenis usaha yang paling banyak dijalankan oleh masyarakat. Adapun lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengembangan UMKM adalah Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Usaha Mikro, memiliki jumlah aset maksimal Rp 50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) dan omzet maksimal Rp 300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah).
2. Usaha Kecil, memiliki jumlah aset $>$ Rp 50.000.000 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai Rp 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah)

dan jumlah omzet > Rp 300.000.000 (Tiga Ratus Juta Rupiah) sampai Rp 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah).

3. Usaha Menengah, memiliki jumlah aset > Rp 500.000.000 (Lima Ratus Juta) sampai Rp 10.000.000.000 (Sepuluh Milyar Rupiah) dan jumlah omzet > 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai Rp 50.000.000.000 (Lima Puluh Milyar Rupiah).

2.1.3 Kinerja UMKM

Kinerja UMKM mencerminkan tingkat keberhasilan pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas usahanya, yang ditunjukkan melalui hasil usaha baik dari segi kualitas maupun kuantitas (Anindita, FA, & Kustini, K, 2022). Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja UMKM merupakan output atau hasil kerja yang dicapai oleh pelaku usaha setelah melaksanakan serangkaian kegiatan yang telah direncanakan, seperti pencapaian target, sasaran, dan hasil kerja. Kinerja ini diukur melalui aspek non-keuangan (kualitas) dan aspek keuangan (kuantitas), dengan tujuan agar kegiatan usaha dapat berjalan secara efektif dan efisien dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut (Siswanti, T, 2020) terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi Kinerja UMKM, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor-faktor internal meliputi aspek :

1. SDM
2. Keuangan

3. Teknik produksi

4. Pemasaran

Sedangkan faktor-faktor eksternal meliputi aspek :

1. Kebijakan Pemerintah

2. Sosial budaya dan ekonomi

3. Peranan lembaga terkait seperti pemerintah dan perguruan tinggi

Menurut (Maulana et al., 2021) dalam (Jihan Fadhilah, 2024) indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja usaha adalah :

1. Pertumbuhan penjualan

2. Pertumbuhan modal

3. Pertumbuhan tenaga kerja

4. Pertumbuhan pasar

5. Pertumbuhan laba

2.1.4 Modal Usaha

Definisi modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan uang yang dipakai sebagai pokok suatu usaha, melepas uang, dan sebagainya; atau harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan sesuatu yang bisa menambah kekayaan dan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Peran modal sangat penting dalam suatu perusahaan untuk membiayai operasional perusahaan sehari-hari, sehingga modal menjadi perhatian utama bagi para pengusaha. Pada

umumnya, modal yang besar juga diperlukan untuk memperoleh pendapatan yang besar (Safrianti, TN, 2020).

Adapun indikator yang digunakan dalam variabel modal menurut (Afdhal, A, 2022), yaitu :

1. Modal untuk syarat usaha
2. Pemanfaatan modal tambahan
3. Besaran modal

2.1.5 Tingkat Pendidikan

Menurut Nurdwijayanti dan Sulastiningsih (2018) dalam (Qudsi dkk, 2024), tingkat pendidikan merujuk pada jenjang pendidikan formal yang ditempuh seseorang, mulai dari Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Diploma (D-III), hingga pendidikan spesialis. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin mudah baginya untuk memahami dan mengaplikasikan informasi yang diterima. Menurut Abdul, B. et al. (2020) dalam (Basyid dkk, 2020), tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap kinerja individu dalam menjalankan pekerjaannya. Oleh karena itu, pelaku usaha dengan jenjang pendidikan yang lebih tinggi cenderung menunjukkan kinerja usaha yang lebih baik. Salah satu dampaknya adalah kemampuan yang lebih baik dalam mengelola aspek keuangan maupun non-keuangan dalam usaha yang dijalankan.

Menurut Tirtarahardja (2010) dalam Ihsanuddin dkk, (2022), indikator tingkat pendidikan terdiri dari :

1. Jenjang pendidikan, adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai dan kemampuan yang dikembangkan.
2. Kesesuaian jurusan, adalah analisis kecocokan latar belakang jurusan pendidikan dengan jabatan yang sesuai dengan kualifikasi pendidikannya.
3. Kompetensi, adalah pengetahuan, penguasaan terhadap tugas, keterampilan dan nilai-nilai dasar yang direfleksikan dalam kebiasaan berpikir dan bertindak.

2.1.6 Penggunaan Sosial Media

Media sosial merupakan salah satu media yang berkembang dalam sepuluh tahun terakhir. Media sosial berkembang sejalan dengan perkembangan informasi teknologi yang terjadi pada setiap lini usaha maupun bisnis (Yasa et al., 2020) dalam (Acai Sudirman dkk, 2021). Pemanfaatan media sosial merupakan suatu inovasi yang diterapkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan potensial, mempermudah dalam menyebarkan suatu informasi serta berguna untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan berfungsi untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak (Kevin, K. & Puspitowati, I., 2020) dalam (Jihan Fadhilah, 2024).

Berdasarkan (Alfikri, R., & Wardana, D.S., 2021) dalam (Jihan Fadhilah, 2024), indikator penelitian yang digunakan untuk variabel penggunaan media sosial antara lain :

1. *Online Communities* (Komunitas Online), merupakan salah satu dimensi dalam media sosial yang berfungsi untuk membangun jaringan komunitas di sekitar produk atau bisnis tertentu. Dalam platform Instagram, komunitas online merujuk pada para pengikut (followers) dari suatu akun yang umumnya memiliki ketertarikan atau minat yang serupa. Komunitas yang aktif dan cerdas dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta mendorong terjadinya diskusi yang konstruktif, yang pada akhirnya dapat mendukung pertumbuhan dan pengembangan bisnis.
2. *Interaction* (Interaksi), platform ini memberikan ruang bagi interaksi yang lebih intens dengan komunitas online melalui penyampaian informasi yang terkini dan relevan. Tingginya tingkat interaksi tersebut mendukung efektivitas promosi dan penyampaian pesan persuasif, yang pada gilirannya dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk menarik dan membangun basis pelanggan.
3. *Sharing of Content* (Berbagi Konten), media sosial memberikan sarana bagi individu untuk membagikan ide maupun konten yang telah mereka buat. Aktivitas berbagi

konten secara daring telah menjadi bagian dari kehidupan modern, seperti membagikan artikel dari surat kabar atau majalah, membagikan video melalui platform seperti YouTube, serta menyampaikan ulasan produk di berbagai media sosial.

4. *Accessibility* (Aksesibilitas), media sosial memiliki aksesibilitas yang tinggi dan dapat digunakan dengan biaya yang sangat rendah, bahkan tanpa biaya sama sekali. Kemudahan penggunaannya menjadikannya tidak memerlukan keterampilan atau pengetahuan teknis khusus. Siapa pun yang ingin memulai usaha dapat melakukannya dengan segera tanpa harus memikirkan aspek teknis yang rumit. Cukup dengan menggunakan smartphone yang terhubung ke internet dan memiliki akses ke media sosial, seseorang sudah dapat memulai kegiatan wirausaha.
5. *Credibility* (Kredibilitas), berkaitan dengan kemampuan menyampaikan pesan secara jelas dan meyakinkan kepada audiens. Membangun kredibilitas mencakup konsistensi antara ucapan dan tindakan, menciptakan keterikatan emosional dengan target audiens, mendorong minat beli, serta membentuk loyalitas pelanggan. Media sosial menjadi platform yang efektif untuk mendukung aktivitas bisnis, baik berskala besar maupun kecil, dalam menjalin koneksi

dengan audiens sasaran, berinteraksi langsung, serta membangun kepercayaan melalui perhatian terhadap masukan dan respons dari mereka.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian (Kesimpulan)
1.	Jihan Fadhilah (2024)	Pengaruh Modal Usaha, <i>Financial Literacy</i> dan Pemanfaatan <i>Social Media</i> Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner di Kota Jambi	Independen : Modal Usaha, <i>Financial Literacy</i> , dan <i>Social Media</i> Dependen : Kinerja Usaha	Modal usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. <i>Financial Literacy</i> berpengaruh terhadap kinerja usaha. Pemanfaatan <i>Social Media</i> berpengaruh terhadap kinerja usaha.
Persamaan : Membahas variabel modal usaha, sosial media, dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel tingkat pendidikan dan ruang lingkup penelitian ini berada di Kota Jambi				
2.	Kencono Wulan (2022)	Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan, Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Jaringan Usaha Terhadap Kinerja UMKM Dengan	Independen : Modal Usaha, Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Jaringan Usaha, dan Kemampuan Menyusun Laporan	Modal usaha, keterampilan kewirausahaan, dan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sedangkan jaringan usaha

		Kompetensi Kewirausahaan Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Bidang Fashion Kabupaten Pati	Keuangan Dependen : Kinerja UMKM	berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja UMKM dan kemampuan menyusun laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
Persamaan : Membahas variabel modal usaha dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel tingkat pendidikan dan sosial media, serta ruang lingkup penelitian ini adalah bidang fashion Kabupaten Pati.				
3.	Lintang Jawaril dkk (2024)	Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja UMKM Jakarta : Ditinjau dari Aspek Gender	Independen : Tingkat pendidikan dan aspek gender Dependen : Kinerja UMKM	Tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM sedangkan jika ditinjau melalui aspek gender tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
Persamaan : Membahas variabel tingkat pendidikan dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel modal usaha dan sosial media, serta ruang lingkup penelitian ini berada di Jakarta				
4.	Rizal Sukma dkk (2023)	Pengaruh Tingkat Pendidikan dan PIA Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM Rotan)	Independen : Tingkat pendidikan dan Penggunaan informasi akuntansi Dependen : Kinerja UMKM	Tingkat pendidikan dan penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja.

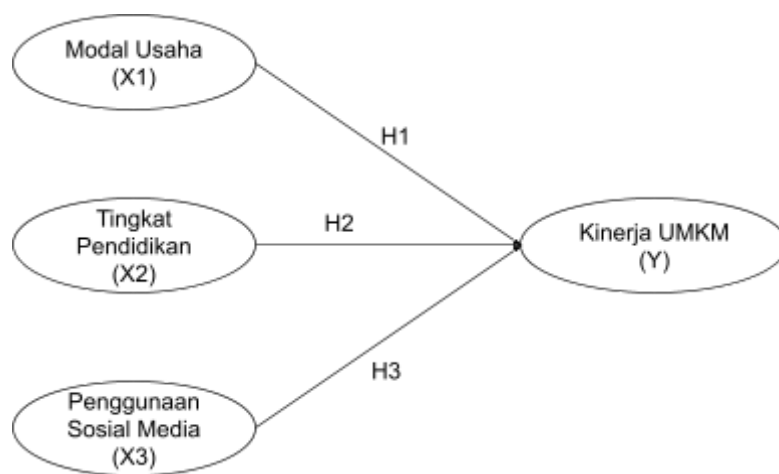
Persamaan : Membahas variabel tingkat pendidikan dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel modal usaha dan sosial media, serta ruang lingkup penelitian ini adalah UMKM rotan.				
5.	Acai Sudirman dkk (2021)	Meninjau Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Sektor UMKM	Independen : Media sosial dan orientasi pasar Dependen : Kinerja Bisnis	Media sosial dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Pematangsiantar.
Persamaan : Membahas variabel media sosial dan kinerja bisnis UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel modal usaha dan tingkat pendidikan, serta ruang lingkup penelitian ini di Kota Pematangsiantar.				
6.	Rusdi dkk (2023)	Pengaruh Media Sosial, <i>E-commerce</i> , dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah	Independen : Media sosial, <i>e-commerce</i> dan <i>website</i> Dependen : Kinerja UMKM	Media sosial, <i>e-commerce</i> dan <i>website</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM
Persamaan : Membahas variabel media sosial dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel tingkat pendidikan dan modal usaha, serta ruang lingkup penelitian ini adalah UMKM tenun di Lombok Tengah.				
7.	Vinka Lorenza & Nur'ain Harahap (2022)	Pengaruh Modal Usaha dan Pengalaman Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM Perkebunan Buah Naga di Desa Lestari Dadi Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai	Independen : Modal usaha dan pengalaman berwirausaha Dependen : Kinerja UMKM	Modal usaha dan pengalaman berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM perkebunan buah naga di desa Lestari
Persamaan : Membahas variabel modal usaha dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel sosial media dan tingkat pendidikan, serta ruang lingkup penelitian ini adalah UMKM Perkebunan Buah				

Naga di Desa Lestari Dadi.				
8.	Inggrid Marisca dkk (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja UMKM	Independen : Literasi keuangan, kompetensi, dan penggunaan sosial media Dependen : Kinerja UMKM	Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Kompetensi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
Persamaan : Membahas variabel penggunaan sosial media dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel modal usaha dan tingkat pendidikan.				
9.	Nova Aulia & Nyoman Sujana (2024)	Pengaruh Tingkat Pendidikan, Motivasi, Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Buleleng	Independen : Tingkat pendidikan, motivasi, modal usaha, dan karakteristik wirausaha Dependen : Kinerja UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh signifikan dari tingkat pendidikan; (2) ada pengaruh signifikan dari motivasi; (3) ada pengaruh signifikan dari modal usaha; dan (4) ada pengaruh signifikan karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kecamatan Buleleng baik secara parsial maupun

				simultan.
Persamaan : Membahas variabel tingkat pendidikan, modal usaha, dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel penggunaan sosial media dan ruang lingkup penelitian ini adalah UMKM sektor kuliner di Kecamatan Buleleng				
10.	Mocham mad Ashraffy (2022)	Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan Minuman di Kecamatan Asemrowo Kota Surabaya	Independen : Modal, lama usaha, dan tingkat pendidikan Dependen : Kinerja UMKM	Modal berpengaruh terhadap kinerja, sedangkan variabel lama usaha dan tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap kinerja, sementara itu secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap kinerja UMKM Makanan Minuman Kecamatan Asemrowo.
Persamaan : Membahas variabel modal, tingkat pendidikan, dan kinerja UMKM Perbedaan : Penelitian ini tidak membahas variabel sosial media dan ruang lingkup penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman di Kecamatan Asemrowo.				

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran mengenai hubungan antara variabel independen yaitu Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Penggunaan Sosial Media terhadap variabel dependen yaitu Kinerja UMKM. Kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban individu terhadap rumusan masalah penelitian, dimana telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2017).

2.4.1 Modal Usaha (X1) terhadap Kinerja (Y)

Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Wulan, K, 2022) menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap kinerja

UMKM. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Lorenza, V., & Harahap, N., 2022) juga menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Modal usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya.

2.4.2 Tingkat Pendidikan (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Qudsi, L. J, 2024) menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Ramdani, N. A., & Sujana, I. N., 2024) juga menyatakan adanya pengaruh signifikan dari tingkat pendidikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H2 : Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya.

2.4.3 Penggunaan Sosial Media (X3) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Rubiyanty, I. M., dkk, 2024) menyatakan bahwa penggunaan sosial media berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan (Sudirman, A., dkk, 2021) menyatakan bahwa media sosial memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H3 : Penggunaan sosial media berpengaruh terhadap kinerja UMKM generasi Z di Solo Raya

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang modal usaha, tingkat pendidikan, dan penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel modal usaha terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut menunjukkan bahwa modal usaha yang dimiliki pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja. Ketika modal usaha yang dikelola dengan baik, kinerja meningkat dan dapat meningkatkan keuntungan. Namun sebaliknya, jika modal usaha tidak dikelola dengan baik, akan menurunkan kinerja UMKM bahkan dapat menyebabkan kerugian.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel tingkat pendidikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan kesesuaian kompetensi yang dimiliki pelaku UMKM dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Tingkat pendidikan akan mempengaruhi pola pikir dan kemampuan seseorang dalam menjalankan usaha. Dengan tingkat pendidikan yang baik dan kompetensi yang sesuai dapat mempermudah penerimaan informasi dan pengembangan usaha (inovasi produk, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan sdm), sehingga kinerja UMKM dapat meningkat.

3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variable penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sosial media tidak efektif dalam meningkatkan kinerja pelaku UMKM gen Z di Solo Raya. Ada kemungkinan beberapa sektor UMKM masih mengandalkan hubungan antar personal untuk memasarkan produk daripada melalui sosial media. Selain itu, banyaknya pesaing di sosial media membuat UMKM kecil sulit ditemukan konsumen jika tidak didukung modal iklan yang besar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan di atas, peneliti memberikan saran yang diharap dapat bermanfaat bagi pelaku UMKM khususnya gen Z di Solo Raya dan bagi peneliti selanjutnya :

1. Bagi Pelaku UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, variabel modal usaha berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya, oleh karena itu perlu adanya pengembangan dan pengoptimalan modal usaha dengan cara :

- a. Menyusun laporan keuangan dengan menggunakan aplikasi seperti Buku Warung, Teman Bisnis, Akuntansiku, dan sebagainya untuk mempermudah pencatatan arus kas, stok, penjualan hingga neraca

secara otomatis, sehingga mempermudah dalam melakukan analisa bisnis.

- b. Menyusun prospektus bisnis untuk mencari investor dengan sistem bagi hasil. Dengan cara ini, UMKM dapat mendapatkan modal usaha tanpa beban cicilan tetap di awal, sehingga arus kas dapat dialokasikan sepenuhnya untuk kebutuhan operasional.
- c. Berkolaborasi dengan UMKM sejenis untuk pengadaan bahan baku dengan jumlah yang lebih besar. Secara operasional, pembelian bahan baku dari distributor utama dalam skala besar akan mendapat harga jauh di bawah pasar, sehingga dapat menekan biaya produksi.

Hasil penelitian juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan positif dari variabel tingkat pendidikan terhadap Kinerja UMKM gen Z di Solo Raya, oleh karena itu beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya :

- a. Melakukan konversi teori ke praktis dengan membuat SOP tertulis untuk setiap lini bisnis. Pendidikan tinggi yang dimiliki harus dimanifestasikan ke dalam sistem kerja yang terukur, bukan sekadar intuisi. Penggunaan pola pikir sistematis (SOP) akan memastikan kualitas kinerja tetap stabil dan tidak bergantung pada keberadaan pemilik bisnis semata.

- b. Menggunakan kemampuan akademiknya seperti kemampuan riset untuk melakukan analisis kompetitor berbasis data. Secara operasional, pelaku usaha tidak boleh hanya "ikut-ikutan" tren, tetapi wajib mengunduh laporan tren industri untuk menentukan arah produk baru. Pendidikan memberikan kemampuan berpikir kritis dan analitis. UMKM yang dikelola dengan data memiliki peluang bertahan lebih tinggi daripada yang hanya mengandalkan insting.
- c. Memanfaatkan jaringan alumni kampus atau sekolah sebagai panel penasihat (*advisory board*) informal. Pendidikan bukan hanya soal apa yang dipelajari, tapi siapa yang dikenal. Ini adalah cara operasional untuk memperluas dampak pendidikan terhadap kinerja tanpa harus mengeluarkan biaya riset dan pengembangan (R&D) yang mahal.

Hasil penelitian yang terakhir menunjukkan bahwa penggunaan sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM gen Z di Solo Raya. Berdasarkan temuan tersebut, beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya :

- a. Berhenti sekadar mengejar *followers* atau membuat konten viral yang tidak relevan dan fokus pada *database marketing* (mengumpulkan nomor WhatsApp pelanggan dan data pembelian) dan penggunaan CRM (*Customer Relationship Management*)

sederhana. Dengan berfokus pada data pelanggan yang sudah ada, UMKM bisa melakukan penawaran langsung yang lebih akurat dan murah daripada terus-menerus mengikuti algoritma media sosial yang tidak stabil.

- b. Mengalihkan anggaran iklan digital ke aktivasi fisik (*offline*) yang bersifat komunal. Contohnya: berkolaborasi membuat *pop-up market* atau menjadi sponsor kecil di kegiatan *Car Free Day* (CFD) dengan sistem *sampling* produk. Di daerah seperti Solo Raya, aspek "paseduluran" (persaudaraan) dan kepercayaan tatap muka seringkali lebih kuat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian dibandingkan iklan di Instagram/TikTok. Memperkuat kehadiran fisik akan menciptakan loyalitas pelanggan yang lebih riil.
- c. Melakukan pendekatan pemasaran langsung (*direct marketing*) yang lebih intim akan lebih efektif dalam menjaga kinerja penjualan. Pelanggan akan merasa lebih dihargai secara personal, yang merupakan karakteristik kuat konsumen di wilayah Solo Raya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pelaku UMKM gen Z di Solo Raya sebagai responden. Diharapkan dalam penelitian selanjutnya peneliti lain dapat menggunakan populasi yang lebih besar, dan menggunakan atau menambahkan variabel

yang berbeda seperti kualitas produk, lama usaha, atau variabel lainnya.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemui beberapa keterbatasan diantaranya :

1. Dalam mendapatkan responden pada UMKM terdapat beberapa hambatan karena peneliti menggunakan *google form* dalam penyebaran kuesioner, sehingga banyak responden yang tidak merespon dan memerlukan waktu yang lama untuk mengumpulkan data.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian masih sangat terbatas, dimana dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu modal usaha, tingkat pendidikan, dan penggunaan sosial media, serta menggunakan satu variabel dependen yaitu kinerja UMKM. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan dengan menambah variabel lainnya seperti lama usaha, kualitas produk, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021, 1 April). *Pemerintah Terus Berupaya Kembangkan Potensi UMKM Melalui Berbagai Kebijakan*. <https://kemenkopukm.go.id>.
- Kontan.co.id. (2022, 22 Juli). Pentingnya Peran UMKM Sebagai Tulang Punggung Program Pengetasan Kemiskinan. <https://g20.kontan.co.id>.
- Wulan, K. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Menyusun Laporan keuangan, Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi pasar, Dan Jaringan Usaha Terhadap Kinerja Umkm dengan Kompetensi Kewirausahaan Sebagai Variabel Intervening Pada Umkm Bidang Fashion Kabupaten Pati [Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang]. Repositori Unissula.
- GoodStats. (2023, 11 September). Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z. <https://data.goodstats.id>.
- Binus University. (2024, 9 September). Minat Kewirausahaan Gen Z: Mencari Kebebasan dan Sukses di Era Digital. <https://binus.ac.id>.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95-102.
- Pramestiningrum, D. A., & Iramani, R. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pengelolaan keuangan, dan modal usaha terhadap kinerja UMKM di Jawa Timur. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 241–258.
- Insimen. (2025). *Analisis Kegagalan UMKM di Tahun Pertama*. <https://insimen.com>.
- Fadhilah, J. (2024). *Pengaruh Modal Usaha, Financial Literacy dan Pemanfaatan Social Media Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus Pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner Di Kota Jambi)* [Skripsi, Universitas Jambi]. Repositori Universitas Jambi.
- Binus University. (2024, 10 September). Tantangan dan Peluang Wirausaha bagi Gen Z di Era Digital. <https://binus.ac.id>.
- Siagian, L. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan* [Skripsi,

Universitas Sumatera Utara]. Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara.

- Qudsi, L. J., Astuti, S., & Safitri, C. (2024). Pengaruh tingkat pendidikan terhadap kinerja UMKM Jakarta: Ditinjau dari aspek gender. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 1151–1164.
- Nainggolan, R. (2016). Gender, tingkat pendidikan dan lama usaha sebagai determinan penghasilan UMKM Kota Surabaya. *KINERJA*, 20(1), 1–12.
- Basyit, A., Sutikno, B., & Dwiharto, J. (2020). Pengaruh tingkat pendidikan dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 5(1), 12–20.
- Simatupang, R. (2022, 25 Mei). *Penggunaan Media Sosial dapat Menurunkan Kinerja Pegawai, Benar atau Salah?*. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Kementerian Keuangan RI. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>.
- Mardinawati, M, Adhiani, B, Sumanto, S, Santosa, TB, & ... (2023). Pengaruh penggunaan media sosial bagi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Aktual Akuntansi*
- Sudirman, A., Halim, F., Nainggolan, A. B., Butarbutar, N., & Sherly. (2021). Meninjau hubungan antara penggunaan media sosial dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis sektor UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis 2021*, 446–458. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Espos.id. (2022, 14 Juli). *Soloraya Jadi Salah Satu Pusat Pertumbuhan Ekonomi Baru di Jateng*. <https://ekonomi.espos.id>.
- Nakhwah, R. (2025). *RESOURCE BASED VIEW (RBV)*. ResearchGate.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.
- Anindita, FA, & Kustini, K (2022). Penentu Kinerja UMKM Oleh Dinas Perdagangan, Koperasi Dan Usaha Mikro Kabupaten Bojonegoro. *Scientific Journal Of Reflection: Economic ...*, ojspustek.org.

- Siswanti, T (2020). Analisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, journal.universitassuryadarma.ac.id.
- Safrianti, TN (2020). Pengaruh Transaksi Online, Modal dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal. *Ekonomi Dan Bisnis*
- Afdhal, A. (2022). Pengaruh Modal Usaha dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
- Ihsanuddin, Meirinaldi, & Hasibuan, M. (2022). Pengaruh tingkat pendidikan dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai pada Dinas Sosial Pemerintah Kota Padang Sidempuan. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR)*, 1(6), 1329–1340
- Aliyudin, R. S., Maulana M, R., & Alifia, S. N. (2023). Pengaruh tingkat pendidikan dan PIA terhadap kinerja UMKM (Studi pada UMKM rotan). *J-AKSI: Jurnal Akuntansi dan Sistem Informasi*, 4(3), 290–300.
- Rusdi, M. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 195-204.
- Lorenza, V., & Harahap, N. (2022). Pengaruh modal usaha dan tingkat pengalaman berwirausaha terhadap kinerja UMKM perkebunan buah naga di Desa Lestari Dadi Kecamatan Pegajahan Kabupaten Serdang Bedagai. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (MaB)*, 1(2), 27–39.
- Rubiyanty, I. M., Fadhila, L. S., & Mellinia, S. P. (2024). Pengaruh literasi keuangan, kompetensi, dan penggunaan sosial media terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomika* 45, 12(1), 320–337.
- Ramdani, N. A., & Sujana, I. N. (2024). Pengaruh tingkat pendidikan, motivasi, modal usaha dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(2), 212–225.
- Fawai, M. A. (2022). *Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)*

Makanan Minuman di Kecamatan Asemrowo Kota Surabaya [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya]. Repositori UIN Sunan Ampel.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A.B., & Efendi, S. (2025). Buku Referensi Metodologi Penelitian Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods. Media Penerbit Indonesia.

Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Jurnal Edu Research*, 5(3), 543–551.

Hutami, W. F. (2024). *Populasi dan Sampel dalam Penelitian* [Makalah]. Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Putra, E. Y., & Alifianti, R. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Modal Usaha dan Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1(2), 261-271.

Universitas Medan Area. (2022, 17 Juni). Mengetahui Pengertian dari Analisis Data. <https://uma.ac.id>.

Rohmah, A. N., & Rachman, A. N. (2024). Pengaruh pemanfaatan teknologi, literasi keuangan, tingkat pendidikan, dan kompetensi SDM terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Sukoharjo. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 3(4), 2020–2033.

LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Judul : PENGARUH MODAL USAHA, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA PELAKU UMKM GEN Z DI SOLO RAYA)

Perkenalkan, saya Rizka Awalia Putri, mahasiswa Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta. Kuesioner ini disusun dalam rangka penelitian untuk skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendidikan, dan Penggunaan Sosial Media Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Gen Z di Solo Raya".

Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan data mengenai persepsi dan pengalaman Anda sebagai gen Z, terkait pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan, dan penggunaan sosial media dalam menjalankan usaha . Data yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan lengkap. Waktu yang dibutuhkan sekitar 5-10 menit.

Atas perhatian dan partisipasi Anda, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Rizka Awalia Putri

IDENTITAS RESPONDEN

I. Pertanyaan Klasifikasi

- Apakah anda adalah gen Z dan menjalankan usaha di Solo Raya ?
 - Ya
 - Tidak
- Apakah anda menggunakan sosial media ?
 - Ya
 - Tidak
- Apa sosial media yang anda gunakan ?
 - ☐ Facebook
 - ☐ Instagram
 - ☐ Tiktok
 - ☐ Youtube
 - ☐ Whatsapp

II. Data Demografi Responden

- Nama
- Usia
 - 13 - 15 tahun
 - 16 - 20 tahun
 - 21 - 25 tahun
 - 26 - 28 tahun
- Domisili
 - Surakarta
 - Sukoharjo
 - Sragen
 - Wonogiri
 - Klaten
 - Boyolali

- Karanganyar
- Pendidikan Terakhir
 - SD/MI/Paket A
 - SMP/MTS/Paket B
 - SMA/K/MA/Paket C
 - S1
 - S2
 - Yang lain

PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah pada kolom yang paling sesuai dengan kondisi atau pendapat Anda.

Skala Likert:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Modal Usaha (X1)						
1.	Modal usaha adalah hal pertama yang saya pikirkan ketika ingin memulai usaha					
2.	Saya merasa, modal usaha mempengaruhi keberhasilan usaha					
3.	Saya membutuhkan modal tambahan untuk menjalankan usaha					
4.	Modal tambahan berpengaruh terhadap produktivitas usaha saya					
5.	Saya percaya, besaran modal berpengaruh terhadap jalannya usaha					
6.	Semakin besar modal yang saya gunakan, maka semakin besar laba yang saya dapatkan					
Tingkat Pendidikan (X2)						

1.	Saya memiliki pendidikan yang sesuai dengan bidang yang saya tekuni					
2.	Jenjang pendidikan saya berpengaruh terhadap usaha yang saya jalankan					
3.	Saya memiliki kesesuaian jurusan dengan bidang yang saya tekuni					
4.	Jurusan pendidikan terakhir saya, memudahkan saya dalam mengelola usaha					
5.	Saya memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidang yang saya jalani					
6.	Saya memiliki pengetahuan yang luas untuk membantu pengambilan keputusan dalam menjalankan usaha					
Penggunaan Sosial Media (X3)						
1.	Saya mengikuti komunitas online yang sesuai dengan bidang usaha saya					
2.	Saya yakin komunitas online membawa dampak positif bagi bisnis saya					
3.	Saya merasa, interaksi dalam sosial media dapat meningkatkan jangkauan promosi					
4.	Saya merasa, interaksi dalam sosial media mempermudah saya dalam memahami keinginan customer					
5.	Saya percaya dengan membagikan konten, produk saya akan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat					
6.	Saya percaya dengan konsisten membagikan konten akan meningkatkan penjualan					
7.	Saya merasa, kemudahan akses produk membuat orang semakin tertarik					
8.	Saya percaya, kemudahan akses produk					

	dapat meningkatkan penjualan					
9.	Saya yakin, kredibilitas dapat membuat konsumen lebih loyal					
10.	Saya percaya, kualitas produk dan pelayanan yang baik dan konsisten akan lebih menarik minat customer					
Kinerja UMKM (Y)						
1.	Saya telah mencapai target pertumbuhan penjualan tahunan					
2.	Rata-rata produksi dan penjualan tahun ini meningkat dari tahun lalu					
3.	Saya mampu meningkatkan modal dalam waktu berkala					
4.	Saya mampu mengelola modal sehingga usaha saya lebih berkembang					
5.	Sejak pertama memulai usaha, jumlah karyawan selalu bertambah					
6.	Saya memberikan pengetahuan dan keterampilan baru untuk semua karyawan					
7.	Saya merasa, produk saya lebih dikenal masyarakat dibandingkan saat pertama memulai usaha					
8.	Dalam satu tahun terakhir jumlah customer dan penjualan mengalami peningkatan					
9.	Laba usaha saya selalu mengalami peningkatan setiap bulannya					
10.	Saya merasa, keuntungan usaha saya cenderung stabil atau meningkat dari waktu ke waktu					