

UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MEDAN - INDONESIA

Dengan ini diterangkan bahwa Skripsi Sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) dari Mahasiswa:

Nama : Riah Puska Muryoty Simarmata

NPM : 20520130

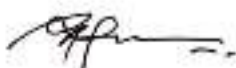
Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : *PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY, MANAGERIAL ABILITIES DAN SOCIAL MEDIA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM ( Studi Kasus : UMKM di Kecamatan Sidamanik)*

Telah diterima dan terdaftar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan. Dengan diterimanya Skripsi ini, maka telah dilengkapi syarat-syarat akademik untuk menempuh ujian Skripsi dan Lisan Komprehensif guna menyelesaikan studi.

Sarjana Manajemen Program Studi Strata Satu (S1)  
Program Studi Manajemen

Pembimbing Utama



Dr. Raya Panjaitan, SE.,MM

-Dekan



Dr. E. Hamonangan Siallagan, SE.,M.Si.Ak

Pembimbing Pendamping



Agus N Sianjuntak, S.E.,MM

Ketua Program Studi



Romindo M Pasaribu, SE, MBA

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam menunjang sistem perekonomian Indonesia. UMKM merupakan salah satu sektor usaha yang dapat bergerak cepat dan menghasilkan berbagai jenis jasa dan produk serta sangat berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha bagi banyak orang sebagai jalan keluar dari proses mengatasi masalah pengangguran (Hanim, Soponyono & Maryanto M, 2021). Sebagian besar UMKM di Indonesia merupakan usaha rumahan dan memerlukan tenaga kerja dalam jumlah besar. Saat ini jumlah usaha kecil, menengah, dan mikro semakin meningkat dan jumlahnya terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, kontribusi UMKM terhadap PDB negara sebesar 60,5%. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sehingga dapat lebih berkontribusi terhadap perekonomian (djpb.kemenkeu.go.id).

Pemerintah Republik Indonesia telah mendukung UMKM dengan memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, laju pertumbuhan KUR pada tahun 2020 sebesar Rp 178,7 triliun atau sekitar 16,25% dan pada tahun 2021 sebesar Rp 192,59 triliun atau sekitar 18,16%. Hal ini juga membuktikan bahwa para pelaku UMKM sangat membutuhkan suntikan dana tunai untuk mengembangkan usahanya. Pemerintah juga memberikan pinjaman kepada usaha mikro tingkat terbawah yang tidak mendapat dukungan Kredit Usaha Rakyat (KUR) atau non-bank. Berdasarkan data Pusat Investasi Pemerintah (PIP) Badan Layanan Umum (BLU), pada tahun 2017 hingga 2022, penyaluran usaha mikro mencapai Rp 26,2 triliun dengan 7,4 juta debitur. Hal ini membuktikan masih banyak pelaku UMKM yang belum mendapat dukungan KUR dari perbankan (djpb.kemenkeu.go.id).



Transformasi UMKM Masa Depan menjadi tema yang diangkat dalam peringatan Hari Nasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Harnas UMKM) tahun 2023. Transformasi UMKM bisa memanfaatkan *platform* digitalisasi misalkan memanfaatkan aplikasi *payment aggregator* yang memiliki kualitas teruji secara baik, namun perlu untuk harus di dukung oleh *skill* dan kompetensi untuk dapat memanfaatkan layanan jasa produk keuangan, dan mampu dalam memperluas jaringan penjualan kepada setiap para pelaku pemilik UMKM dengan terus berkonsistensi dalam meningkatkan kinerja keuangan yang baik dan transparan agar suatu usaha atau bisnis dapat berkembang secara baik serta tingkat pemahaman setiap individu akan adanya laporan keuangan yang lebih efektif dan efisiensi.

Hadirnya *Financial technology* merupakan sebuah perubahan pada gaya hidup social atau masyarakat yang serba semakin cepat dan banyak memberikan sebuah solusi yang tepat dan efisien (Rosalina et al., 2019). *Financial technology* diimplementasikan karena cukup dapat memberikan berbagai macam persepsi yaitu seperti kepercayaan, transaksi mudah, kemudahan dan keefektivitasan terhadap para penggunanya dengan harapan adanya penggunaan sistem informasi teknologi ini dapat mampu lebih mudah dalam proses pembayaran dan transaksi secara efisien dan mudah dengan banyak manfaat dan fungsinya kepada penggunanya (Pandak, A., & Nugroho, 2023). *Financial technology* juga dapat disebut sebagai sebuah proses pembayaran yang sah tanpa perlu menggunakan instrumen kertas (Junadi dan Sfenrianto, 2015).

Pada Kecamatan Sidamanik terdapat 1.634 pelaku UMKM dari berbagai sektor, ada kuliner, jasa, *coffe shop* dan *fashion*, Namun yang sudah memakai *Financial technology* masih sekitar 314 UMKM (Dinas UKM Kab.Simalungun 2023). Dalam rangka pengembangan usaha mikro dengan orientasi peningkatan usaha menjadi usaha kecil, Pemerintah Kabupaten Simalungun melalui Dinas Koperasi menyerahkan bantuan sarana prasarana untuk alat bantu UMKM kepada pelaku usaha di Kelurahan Sarimatondang Kecamatan Sidamanik Kabupaten Simalungun. Bantuan yang diberikan yakni bantuan peralatan usaha, alat bantu produksi, freezer, lemari,

oven listrik, stand mixer, sealer, honda viar, mesin giling jagung, hand traktor, mesin Dodos serbaguna, mesin kompos, perahu fiber dan gillnet, mesin babat, diserahkan langsung Bupati Simalungun Radiapoh H Sinaga.

Pada kesempatan itu, Bapak Radiapoh dalam pesannya mengatakan bahwa dalam menghadapi krisis ekonomi global, pelaku UMKM lah yang mampu menjadi andalan dan mampu bertahan hidup. Jadi tidak ada alasan untuk menolak keberadaan UMKM di Kabupaten Simalungun, katanya. Bupati menambahkan penyerahan bantuan ini diharapkan mampu meningkatkan mutu dan produk-produk UMKM yang nantinya kn dipasarkan. hariansib.com (2022)

Maka dari itu peneliti melakukan pra penelitian terhadap 20 pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Sidamanik melalui kuisisioner dengan hasil berikut;

**Tabel 1.1**

**Hasil pra-survei *Financial Technology*.**

NO	PERNYATAAN	DISTRIBUSI JAWABAN				JUMLAH
		YA	%	TIDAK	%	
1.	<i>Financial Technology</i> memudahkan saya dalam bertransaksi	5	25%	15	75%	20
2.	Penyimpanan uang lebih mudah dengan menggunakan <i>Financial Technology</i>	8	40%	12	60%	20
3.	Mendapatkan manfaat lebih jika bertransaksi dengan <i>Financial Technology</i>	9	45%	11	55%	20
4.	Saya tertarik dengan adanya <i>Financial Technology</i> sebagai inovasi baru	4	20%	16	80%	20

Sumber : Observasi awal tentang *Financial technology* pada pelaku UMKM 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 diatas diketahui bahwa dari 20 UMKM terdapat 5 (25%) UMKM yang dengan mudah bertransaksi dengan *Financial Technology*, sedangkan 15 (75%) tidak. Terdapat 8 (40%) UMKM yang merasakan menyimpan uang lebih mudah dengan menggunakan *Financial Technology*, sedangkan 12 (60%) tidak. Kemudian 9 (45%) UMKM mendapatkan manfaat lebih jika bertransaksi dengan *Financial Technology*, sedangkan 11 (55%) tidak. Dan

terdapat 4 (20%) UMKM yang tertarik dengan adanya *Financial Technology* sebagai inovasi baru, sedangkan 16 (80%) tidak. Berdasarkan survei ini dapat kita lihat bahwa UMKM yang ada di Kecamatan Sidamanik masih rendah dalam mengenal *Financial Technology*.

Menurut Gumilar dan Fitria, (2019) penelitiannya mengatakan suatu usaha harus memiliki kemampuan dalam ambil suatu resiko tindakan dan keputusan, sangat *superior* dalam meningkatkan dan mengembangkan transformasi bisnis atau usaha seperti dalam meningkatkan pertumbuhan, pendapatan, profitabilitas, dan omzet usaha yang besar. Menurut Dinesh S (2017) menyatakan bahwa setiap *Managerial abilities* harus mampu mempunyai pengaruh yang cukup positif terhadap perkembangan UMKM. Penelitian ini dipertajam juga pada penelitian sebelumnya yang mana di nyatakan oleh Gumilar dan Fitria (2019) yang menyatakan *Managerial abilities* dapat berpengaruh positif terhadap suatu perkembangan UMKM yang baik.

*Managerial abilities* ini dapat mempengaruhi pada suatu kinerja usaha atau bisnis yang merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan dan mengembangkan pada suatu keunggulan kompetitor perusahaan. *Managerial abilities* merupakan kemampuan dalam mengorganisir dan mengelola usahanya dengan tepat agar mencapai target yang di inginkan. Peneliti juga melakukan observasi awal untuk mengetahui *Managerial abilities* para pelaku UMKM dengan hasil berikut;

**Tabel 1.2**  
**Hasil Pra-Survei *Managerial abilities***

NO	PERNYATAAN	DISTRIBUSI JAWABAN				JUMLAH
		YA	%	TIDAK	%	
1.	Mampu menyusun perencanaan dan strategi usaha saya dengan baik	6	30%	14	70%	20
2.	Saya mampu meminimalkan biaya pengelolaan dengan baik	13	65%	7	35%	20
3.	Saya mampu menyampaikan setiap tugas dan arahan kepada karyawannya dengan baik	9	45%	11	55%	20
4.	Saya dapat mengembangkan usaha melalui ide atau gagasan baru	6	30%	14	70%	20

Sumber: Observasi awal tentang *Managerial abilities* pelaku UMKM 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 1.2 diatas diketahui bahwa dari 20 UMKM terdapat 6 (30%) UMKM yang mampu menyusun perencanaan dan strategi usaha saya dengan baik, sedangkan 14 (70%) tidak. Terdapat 13 (65%) UMKM yang mampu meminimalkan biaya pengelolaan dengan baik, sedangkan 7 (35%) tidak. Kemudian 9 (45%) UMKM yang mampu menyampaikan setiap tugas dan arahan kepada karyawannya dengan baik, sedangkan 11 (55%) tidak. Dan terdapat 6 (30%) UMKM yang dapat mengembangkan usaha melalui ide atau gagasan baru, sedangkan 14 (70%) tidak. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa pelaku UMKM memiliki *Managerial abilities* yang kurang baik.

*Social media* sangat diminati pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya, *Social media* mempunyai peran yang sangat besar dalam melakukan promosi dan masyarakat lebih cepat mendapatkan informasi lewat *Social media*. Dengan akses yang mudah dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produk karena cakupan *Social media* yang sangat luas dan tidak ada batas waktu dan wilayah, sehingga dapat menjadi media pemasaran yang efektif. Akan tetapi pada kenyataannya, masih banyak pelaku UMKM yang belum menggunakan media sosial untuk menjalankan usahanya, sesuai dengan observasi awal yang dilaksanakan peneliti melalui kuisioner dengan hasil sebagai berikut;

**Tabel 1.3**  
**Hasil Pra-Survei *Social media***

NO	PERNYATAAN	DISTRIBUSI JAWABAN				JUMLAH
		YA	%	TIDAK	%	
1.	Media sosial sangat mudah untuk digunakan	7	35%	13	65%	20
2.	Usaha yang saya kelola memungkinkan untuk menggunakan Media Sosial guna memenuhi beragam tujuan	10	50%	10	50%	20
3.	Media Sosial memberikan kemudahan untuk mengidentifikasi permintaan pelanggan.	8	40%	12	60%	20
4.	Usaha yang saya kelola memiliki infrastruktur yang memadai untuk mengelola akun Media Sosial	8	40%	12	60%	20

Sumber: Hasil kuisioner dari pelaku UMKM 2023

Berdasarkan data pada Tabel 1.3 diatas diketahui bahwa dari 20 UMKM terdapat 7 (35%) UMKM yang mampu dengan mudah menggunakan media sosial, sedangkan 13 (65%) tidak. Terdapat 10 (50%) UMKM yang memungkinkan usahanya di kelolah menggunakan media sosial, sedangkan 10 (50%) tidak. Kemudian 8 (40%) UMKM yang mendapat kemudahan untuk mengidentifikasi permintaan pelanggan melalui media sosial, sedangkan 12 (60%) tidak. Dan terdapat 12 (60%) UMKM yang memiliki infrastruktur yang memadai untuk mengelola akun Media Sosial, sedangkan 8 (40%) tidak. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum mengerti *social media*.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY*, *MANAGERIAL ABILITIES* DAN *SOCIAL MEDIA* TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM ( Studi Kasus : UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Sidamanik)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Financial technology* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik?
2. Bagaimana pengaruh *Managerial abilities* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik?
3. Bagaimana pengaruh *Social media* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik?
4. Bagaimana pengaruh *Financial technology*, *Managerial abilities* dan *Social media* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**



Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Financial technology* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik
2. Untuk mengetahui pengaruh *Managerial abilities* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik
3. Untuk mengetahui pengaruh *Social media* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik
4. Untuk mengetahui pengaruh *Financial technology*, kemampuan manajerial dan *Social media* terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian ini dilaksanakan diharapkan hasil penelitian bermanfaat untuk:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis:**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan yang luas mengenai pengaruh *Financial technology*, *Managerial abilities* dan *Social media* terhadap perkembangan UMKM.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis:**

###### a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pemahaman mengenai hal-hal yang berhubungan dengan teori modal usaha dan karakteristik terhadap perkembangan UMKM.

###### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

###### c. Bagi Pelaku UMKM

Diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya agar dapat meningkatkan kesejahteraan para pelaku  
UMKM.

## **BAB 2**

### **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Perkembangan Usaha**

###### **2.1.1.1 Pengertian Perkembangan Usaha**

Perkembangan usaha adalah proses dan tindakan yang pada dasarnya dilakukan memiliki tujuan untuk mengalami pertumbuhan dari yang semula kecil hingga menjadi besar (Istinganah, 2020:443). Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada suatu titik atau puncak menuju kesuksesan (Sari, W.P. dkk., 2023). Menurut Putri K (2014:5) perkembangan usaha merupakan sekumpulan aktifitas yang di lakukan untuk menciptakan sesuatu dengan cara mengembangkan dan mentransformasi berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen.

Perkembangan usaha adalah suatu proses dan tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan suatu usaha yang awalnya kecil hingga menjadi besar. Perkembangan usaha dapat dilihat dari pertumbuhan produksi, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan laba.

###### **2.1.1.2 Indikator Perkembangan Usaha**

Indikator perkembangan usaha menurut Penelitian Hamza, L. M. (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa indikator perkembangan usaha terdiri dari:

###### **1. Peningkatan pendapatan**

Peningkatan pendapatan adalah kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.

###### **2. Peningkatan kualitas produk**

Merupakan suatu pengelolaan kualitas atau mutu produk yang dilaksanakan perusahaan untuk menciptakan produk yang di inginkan oleh konsumen.

###### **3. Peningkatan kualitas SDM.**

Usaha yang memiliki kualitas SDM yang baik, maka juga akan berdampak pada performa dan kemajuan usaha.

### **2.1.1.3 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha**

Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha terus diteliti oleh berbagai pihak guna menemukan solusi yang tepat untuk dapat mengembangkan di berbagai bidang usaha, karena telah kita sadari bahwa perkembangan bidang usaha merupakan penggerak utama pembangunan nasional dan harus ditekankan pada pemberdayaan ekonomi rakyat. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan usaha yang ada, faktor-faktor pengembangan usaha tersebut di antaranya Menurut Januar (2017:5) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pengembangan usaha, dimana faktor internalnya yaitu permodalan, sumber daya manusia yang terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil. Faktor eksternalnya terdiri dari iklim usaha yang sepenuhnya belum kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana usaha dan terbatasnya akses ke pasar.

### **2.1.2 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

#### **2.1.2.1 Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan cabang dari perkembangan industri kreatif dalam perekonomian setiap negara. Menurut (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008) tentang UMKM, pengertian UMKM dijelaskan pada masing-masing jenis usaha, diantaranya:

1. Usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro.
2. Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah.
3. Usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total

kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.

### 2.1.2.2 Kriteria UMKM

Berikut adalah tabel kriteria UMKM berdasarkan UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah;

**Tabel 2.1 Kriteria UMKM**

No.	Usaha	Kriteria Aset	Kriteria Omset
1.	Usaha Mikro	Maksimal Rp.50 juta	Maksimal Rp.300 juta
2.	Usaha Kecil	> Rp.50 – Rp.100 juta	>Rp.300 – Rp.2,5 M
3.	Usaha Menengah	> Rp.100 – Rp.1 M	>Rp.2,5 – Rp.50 M

Sumber: UU No.20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

### 2.1.3 *Financial Technology*

#### 2.1.3.1 Pengertian *Financial Technology*

*Financial technology* The National Digital Research Centre (NDRC) didefinisikan sebagai "*innovation in financial servis*" Merupakan inovasi dalam sektor keuangan yang mendapatkan sentuhan teknologi. Kegiatan yang dapat dilakukan melalui *financial technology* antara lain pembayaran, investasi, pinjaman uang, transfer, pengelolaan asset serta pembandingan produk keuangan yang dapat dilakukan dengan cepat dengan menggunakan teknologi dalam Salamony, S.M., Muchlis (2018;343). Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology* merupakan sebuah hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya melakukan pembayaran harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh atau non-tunai dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. *Financial technology* adalah inovasi teknologi

yang dikembangkan dalam bidang keuangan sehingga transaksi keuangan bisa dilakukan dengan praktis, mudah, dan efektif.

### **2.1.3.2 Jenis Layanan *Financial Technology***

Sugiarti dkk., (2019). *Financial technology* dibagi menjadi empat bagian yakni:

1. *Payment, clearing dan settlement Financial technology* dalam kategori ini digunakan untuk melakukan pelayanan di dalam sistem pembayaran baik dalam industri perbankan atau lembaga bank.
2. *Market aggregator Financial technology* di dalam kategori ini digunakan untuk mengumpulkan dan mengelola data yang dapat digunakan oleh konsumen konsumen untuk pengambilan keputusan.
3. *Risk and Investment Management* atau biasa yang disebut dengan risiko dan investasi manajemen dalam *financial technology* digunakan sebagai perencanaan dalam bentuk digital.
4. *Crowdfunding dan Peer to peer lending (p2p) Crowdfunding* adalah teknik pendanaan unit usaha atau proyek usaha yang melibatkan manusia secara luas, *Fintech* dalam kategori ini digunakan untuk melakukan pemberian pinjaman (investor) kepada individu yang dilakukan secara *online* dan investor akan mendapat bunga dari uang yang dipinjamkan.

### **2.1.3.3 Indikator *Financial Technology***

Rasyid (2017), mengatakan bahwa ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *financial technology* diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat penggunaan (*usefull*). Manfaat atau *benefit* yang akan diterima pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang tersedia.
2. Privasi (*privacy*). Produk *financial technology* menyediakan ruang privasi yang hanya bisa diakses oleh user atau pengguna.

3. Keamanan (*safety*). Ada tidaknya keamanan yang didapatkan oleh pelanggan atas pemakaian aplikasi teknologi informasi yang ditawarkan, keamanan dari *cyber crime*, *virus*, *system error* dan sebagainya.

#### **2.1.4 Managerial Abilities**

##### **2.1.4.1 Pengertian *Managerial abilities***

Menurut Ekaputri dkk., (2018:7) *Managerial abilities* merupakan kemampuan dimana seseorang mampu melakukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan agar dapat berjalan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Menurut Ekaputri dkk (2018:17) *Managerial abilities* yaitu kemampuan yang dimiliki manajer atau wirausaha untuk mengelola usahanya, supaya usaha yang dimilikinya bisa berhasil, karena keberhasilan suatu usaha tak lepas dari *Managerial abilities* yang dimiliki dalam mengelola usahanya tersebut. Berdasarkan dari beberapa pendapat tersebut dikatakan bahwa jika seseorang ingin mendirikan suatu usaha maka harus mempunyai *Managerial abilities* yang baik agar usahanya bisa berjalan dan berkembang dengan baik.

*Managerial abilities* adalah kesanggupan mengambil tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

##### **2.1.4.2 Indikator *Managerial abilities***

Sesuai pendapat yang dikemukakan oleh Astuti dan Murwatiningsih, (2016), Indikator dalam *Managerial abilities* yaitu;

1. Kemampuan berkomunikasi
2. Kemampuan menyelesaikan masalah
3. Kemampuan membuat rencana strategis dan membangun tim kerja yang handal

## **2.1.5 Social Media**

### **2.1.5.1 Pengertian Social Media**

*Social Media* adalah sebuah platform yang digunakan untuk berinteraksi antara orang atau bisnis, baik itu melalui tulisan, gambar, video. Minimnya sumber daya manusia (SDM) yang menguasai teknologi informasi dan komunikasi menjadi kendala para pelaku usaha menggunakan *social media*. Hal ini tentunya perlu diperhatikan oleh para pebisnis agar barang-barangnya dapat dilihat dan diminati oleh konsumen di seluruh dunia dalam (Rahmah et al., 2022) Ada beberapa pengertian mengenai *social media* :

1. Interaksi antara orang-orang dalam hal menghasilkan, berbagi, dan mempelajari informasi menimbulkan berbagai jenis masalah dalam komunikasi virtual.
2. *Social media* merupakan Kumpulan program berbasis web dikembangkan menggunakan teknologi web versi 2.0, yang memungkinkan pengembangan situs web interaktif.
3. *Social media* adalah jenis media yang memungkinkan penggunaanya untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi satu sama lain.

Menurut Haeruddin dkk., (2023) Ada beberapa *social media* yang sering digunakan dalam memasarkan produk yaitu facebook, instagram, tiktok dan youtube. Penggunaan *social media* untuk pemasaran akan memberikan keuntungan bagi penjual, khususnya dengan membantu produk yang ditawarkan memiliki jangkauan pasar yang luas. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *social media* memudahkan siapa saja dalam berinteraksi satu sama lain baik itu melalui tulisan, gambar, video.

### **2.1.5.2 Indikator Penelitian mengenai Pemasaran Social media**

Adapun indikator penelitian tentang pemasaran *social media* dilakukan oleh (Rahmah et al., 2022) yaitu:

1. Komunitas



*Social media* dapat digunakan oleh bisnis untuk menciptakan komunitas pada minat pada produk atau layanannya. Membangun loyalitas, mempromosikan dialog komunitas, dan berbagi pengetahuan adalah strategi pengembangan dan pertumbuhan bisnis yang sangat baik.

## 2. Interaksi

Menggunakan *social media* untuk berbagi informasi terkini dan permanen dari pelanggan memungkinkan lebih banyak koneksi dengan komunitas online.

## 3. Berbagi konten

Berbagi materi melibatkan pertukaran pribadi, dan penerimaan konten sesuai dengan norma *social media*.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna sebagai referensi dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan Berikut beberapa penelitian terdahulu guna merelevansikan hubungan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu perkembangan UMKM (Y), *financial technology* (X1), *Managerial abilities* (X2), *social media* (X3), diantaranya yaitu :

**Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Ahmad Nurrohman <sup>1</sup> , Jawoto Nusantoro <sup>2</sup> , Elmira Febri Darmayanti <sup>3</sup> (Jurnal Oikonomia VOL.1, No.2, 2023)	Pengaruh <i>Financial Technology</i> dan Media Sosial terhadap Perkembangan UMKM (Studi kasus pada UMKM di Metro Barat)	<i>Financial Technology</i> dan Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM. hal ini menunjukkan bahwa kedua variable <i>Financial technology</i> dan media sosial dapat menjadi solusi bagi para pelaku Usaha untuk berinovasi dalam menjalankan usahanya.

**Lanjutan Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
2.	Kezia Keren Pandey <sup>1</sup> , Michael Mamentu <sup>2</sup> , Stefanus Sampe <sup>3</sup> Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 2022	Pengaruh Modal Usaha, Kemampuan Manajerial dan Kualitas Sumber Daya Manusia Terhadap Pemberdayaan UMKM di Kecamatan Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara	Kemampuan manajerial memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) hal itu terlihat pada keterampilan teknis, keterampilan pada sumber daya manusia dan keterampilan konseptual.
3.	Ade Putri Darmika <sup>1</sup> , Halim Usman <sup>2</sup> , Goso <sup>3</sup> Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo Jl. Jendral Sudirman KM.03, Kota Palopo	Pengaruh <i>FINANCIAL TECHNOLOGY</i> Terhadap Perkembangan UMKM Di Kota PALOPO	Variabel <i>financial technology</i> (X) berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM di Kota Palopo artinya bahwa Ha diterima. Berdasarkan uji T hasil analisa menyatakan bahwa secara simultan variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel Y.
4.	Agus Supriyanto STIE Atma Bhakti Surakarta	Dampak Media Sosial Pada Perkembangan UMKM Di Kabupaten Boyolali	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan pada perkembangan UMKM. Media sosial memberikan keleluasaan bagi pelaku usaha untuk melakukan perluasan pasar dan mendapatkan pasar baru tanpa terhalang letak geografis.

Ada beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian lainnya, yaitu memiliki variable yang lebih lengkap dan peneliti akan melakukan penelitian di Kecamatan Sidamanik pada Tahun 2024.

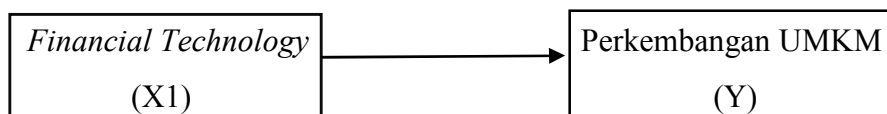
### 2.3 Kerangka Berpikir

Menurut Sugyono (2018) kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variable yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan teoritis pertautan antar variable yang akan di teliti. Berdasarkan judul penelitian dan untuk mendekati dalam melakukan analisis dalam penelitian, maka dimuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

### 2.3.1 Pengaruh *Financial Technology* Terhadap Perkembangan UMKM

*Fintech* mampu menjadi katalis bagi pertumbuhan UMKM di Indonesia melalui fitur *P2P lending*, *equity crowdfunding*, *e-wallet* dan *personal finance* (Suryanto, et al., 2022). Abbasi et al. (2021) menegaskan bahwa *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap efisiensi UMKM. *Fintech* membuat UMKM lebih mudah dalam mengakses sumber pendanaan, pembayaran digital, memperluas cakupan pasar dan mengatasi masalah pelaporan keuangan (Suryanto et al., 2022). *Fintech* juga menyediakan berbagai solusi finansial khususnya untuk skala UMKM yang ingin berkembang.

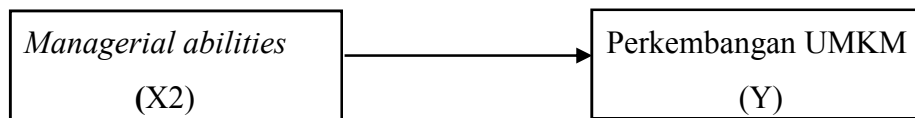


**Gambar 2.1 Pengaruh *Financial Technology* terhadap Perkembangan UMKM**

### 2.3.2 Pengaruh *Managerial abilities* Terhadap Perkembangan UMKM

Menurut, Dinesh S (2017) menyatakan bahwa setiap *Managerial abilities* harus mampu mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengelolaan kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini dipertajam juga pada penelitian sebelumnya yang mana dinyatakan oleh Gumilar dan Fitria (2019) yang menyatakan *Managerial abilities* dapat berpengaruh positif terhadap suatu kinerja UMKM yang baik. Kezia Keren dan Pandey (2022) menyatakan *Managerial abilities* memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap pemberdayaan Usaha Mikro kecil dan Menengah

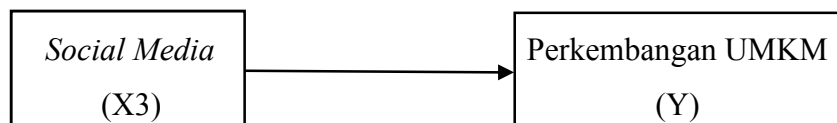
(UMKM) hal itu terlihat pada keterampilan teknis, keterampilan pada sumber daya manusia dan keterampilan konseptual.



**Gambar 2.2 Pengaruh *Managerial abilities* terhadap perkembangan UMKM**

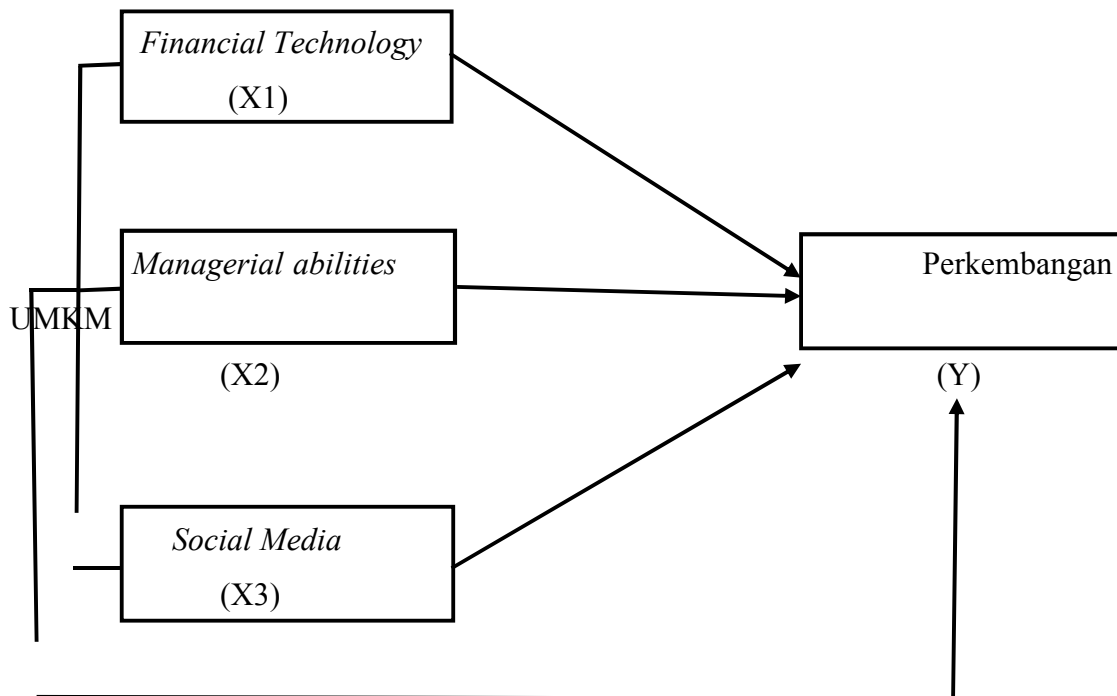
### **2.3.3 Pengaruh *Social Media* Terhadap Perkembangan UMKM**

Menurut Ahmad Nurrohman et al. (2023) Media Sosial berpengaruh secara simultan terhadap perkembangan UMKM. Agus Supriyanto (2016) menyatakan bahwa *social media* berpengaruh signifikan pada perkembangan UMKM, *social media* memberikan keleluasaan bagi pelaku usaha untuk melakukan perluasan pasar dan mendapatkan pasar baru tanpa terhalang letak geografis. Menurut A Mustapa (2022) *social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, media sosial mempermudah konsumen dalam mengetahui informasi terkait produk.



**Gambar 2.3 Pengaruh *Social Media* terhadap Perkembangan UMKM**

Berdasarkan seluruh uraian diatas dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh *financial technology*, kemampuan manajerial dan *social media* terhadap perkembangan UMKM.



**Gambar 2.4 Kerangka Berpikir**

#### 2.4 Hipotesis

Berdasarkan uraian pada kajian pustaka, penelitian terdahulu serta kerangka berpikir diatas maka dapat dibuat hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. *Financial Technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik.
2. *Managerial abilities* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik.
3. *Social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik.

4. *Financial technology, Managerial abilities* dan *Social media* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kecamatan Sidamanik.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif metode penelitian ini termasuk pada survei. Menurut Sujarweni (2015:13) "penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden".

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sidamanik. Waktu penelitian direncanakan akan dimulai pada bulan Maret 2024 sampai dengan selesai.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2018:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Simalungun yaitu sebanyak 1.634 pelaku usaha yang bersumber dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Simalungun Tahun 2023.

##### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2014), *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sample. Dalam penelitian ini, jenis *probability sampling* yang

digunakan adalah *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan



anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiono, 2017). Berdasarkan teknik pengambilan sampel tersebut, maka setiap UMKM memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Dengan menggunakan rumus slovin maka jumlah UMKM yang akan diteliti berkisaran sekitar 100 UMKM.

### **3.4 Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner berupa persepsi yang berhubungan dengan *Financial Technology*, Kemampuan manajerial dan Media sosial terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Simalungun.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini diolah dari jurnal-jurnal, buku, dan peneliti terdahulu yang berkaitan dengan skripsi ini.

### **3.5 Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan penulis adalah :

#### **1. Kuisisioner**

Memberikan angket/kuesioner yang berisi daftar pertanyaan-pernyataan kepada responden untuk dijawab, sehingga dalam hasil pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

#### **2. Wawancara**

Mengadakan Tanya jawab kepada responden yang dianggap dapat memberikan jawaban tentang hal-hal atau data yang di perlukan.

### **3.6 Pengukuran Variabel**

Skala pengukuran yang dapat digunakan adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan di uji pada setiap jawaban akan di berikan skor. Skor yang diberikan adalah :

**Tabel 3.1 Skala Likert**

No.	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.7 Defenisi Operasional Variabel

Untuk melihat operasional suatu variable, maka variable tersebut harus diukur dengan menggunakan indikator-indikator yang dapat memperjelas variabel yang dimaksud. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dan definisi operasional nya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.2 Operasional Variabel**

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Ukuran
<i>Financial technology</i> (X1)	<i>Financial technology</i> adalah inovasi teknologi yang dikembangkan dalam bidang keuangan sehingga transaksi keuangan bisa dilakukan	1. Manfaat penggunaan ( <i>usefull</i> ). 2. Privasi ( <i>privacy</i> ). 3. Keamanan ( <i>safety</i> ). (Rasyid, 2017)	Skala Likert

	dengan praktis, mudah, dan efektif.		
<i>Managerial abilities</i> (X2)	<i>Managerial abilities</i> adalah kesanggupan mengambil tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan berkomunikasi</li> <li>2. Kemampuan menyelesaikan masalah</li> <li>3. Mampu membuat rencana strategis (Astuti dan Murwatiningsih, 2016)</li> </ol>	Skala Likert
Media Sosial (X3)	Media sosial adalah jenis media yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi satu sama lain.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunitas</li> <li>2. Interaksi</li> <li>3. Berbagi konten (Buyanov, 2018)</li> </ol>	Skala Likert
Perkembangan Usaha (Y)	Perkembangan usaha adalah suatu proses dan tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan suatu usaha yang awalnya kecil hingga menjadi besar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan pendapatan</li> <li>2. Peningkatan kualitas produk</li> <li>3. Peningkatan kualitas SDM (Agustina, 2016)</li> </ol>	Skala Likert

### 3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016:53) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*nilai Corrected-item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpa*) dengan nilai  $t$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df = n - 2$  ( $n$  adalah jumlah sampel dengan tingkat signifikansi 0,05). Jika  $r$  hitung lebih besar dari pada  $r$  tabel dan berkorelasi

positif maka item tersebut valid. Atau jika nilai Signifikansi (Sig.2-tailed) kurang dari 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa item pernyataan tersebut valid.

### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghazali (2016:47) mengatakan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghazali suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0.60.

## **3.9 Uji Asumsi Klasik**

### **3.9.1 Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2016:154) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil *uji One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan di bawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

### **3.9.2 Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghazali (2016:103) pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF di atas 10.

## **3.10 Pengujian Hipotesis**

### **3.10.1 Regresi Linear Berganda**

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh antara *Financial technology* (X1), Kemampuan manajerial (X2) dan Media sosial (X3) terhadap perkembangan UMKM (Y) Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan persamaan umum :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Perkembangan usaha
- a = Konstanta
- X<sub>1</sub> = *Financial technology*
- X<sub>2</sub> = Kemampuan manajerial
- X<sub>3</sub> = Media sosial
- b<sub>1</sub> = Koefisien regresi *Financial technology*
- b<sub>2</sub> = Koefisien regresi Kemampuan manajerial
- b<sub>3</sub> = Koefisien regresi Media sosial
- e = Standar error

### 3.10.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Pengujian dilakukan dengan signifikansi level 0,05 (α = 5%).

Rumusan Hipotesis:

1. H<sub>0</sub> : Variabel bebas secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. H<sub>1</sub> : Variabel bebas secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan taraf signifikansi  $< 0.05$  (5%) maka variabel independen berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen
2. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan taraf signifikansi  $> 0.05$  (5%) maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.10.3 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96) Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Untuk mengetahui signifikan atau tidak berpengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan *probability* sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

Rumusan Hipotesis:

1.  $H_0$  : Variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2.  $H_1$  : Variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

Apabila nilai  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya, bila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan artinya secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

#### **3.10.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2016:95) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai dengan 1. Nilai  $R^2$  yang lebih kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.