

PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN KELUARGA DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN TERHADAP KINERJA USAHA MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI KOTA PALOPO

Sarti¹, Laode Amijaya Kamaluddin², Didiek Handayani Gusti³

^{1,2,3}Jurusan Manajemen, Insitut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

e-mail: ¹sartis@gmail.com, ²laodeamijaya@gmail.com, ³didigusti81@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengevaluasi sejauh mana peran lingkungan keluarga dan strategi pemasaran melalui media sosial memengaruhi kinerja UKM, dengan orientasi kewirausahaan sebagai variabel perantara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 100 pelaku usaha kecil dan menengah di Kota Palopo. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan skala Likert, dan data dianalisis melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh langsung lingkungan keluarga terhadap kinerja UKM tidak signifikan. Namun, lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Pemanfaatan media sosial terbukti berdampak signifikan terhadap kinerja usaha dan juga terhadap peningkatan orientasi kewirausahaan. Selanjutnya, orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UKM. Secara tidak langsung, baik lingkungan keluarga maupun strategi media sosial memengaruhi kinerja usaha melalui penguatan orientasi kewirausahaan.

Kata Kunci: Lingkungan Keluarga, Sosial Media, Kinerja Usaha, Orientasi Kewirausahaan

Abstract

This study aims to evaluate the extent to which the family environment and social media marketing strategies influence the performance of small and medium enterprises (SMEs), with entrepreneurial orientation as a mediating variable. The research adopts a quantitative approach and involves 100 SME entrepreneurs in Palopo City. The instrument used was a questionnaire based on a Likert scale, and the data were analyzed using the SmartPLS 4.0 application. The analysis results show that the direct influence of the family environment on SME performance is not significant. However, the family environment has a positive and significant effect on entrepreneurial orientation. The use of social media was found to have a significant impact on both business performance and the enhancement of entrepreneurial orientation. Furthermore, entrepreneurial orientation has a positive influence on SME performance. Indirectly, both the family environment and social media strategies affect business performance through the strengthening of entrepreneurial orientation.

Keywords: Family Environment, Social Media, Business Performance, Entrepreneurial Orientation

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi yang terus berkembang dan kemajuan teknologi digital yang semakin pesat, usaha kecil dan menengah (UKM) menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang semakin rumit. Kota Palopo, sebagai salah satu wilayah dengan peran penting dalam perekonomian Sulawesi Selatan, menunjukkan peningkatan yang nyata dalam sektor UKM. Walaupun demikian, daya saing UKM masih terbentur oleh sejumlah kendala, seperti keterbatasan akses permodalan, minimnya inovasi, dan kurangnya penyesuaian terhadap strategi pemasaran modern. Salah satu faktor utama yang dapat mendorong kemajuan usaha adalah dukungan dari lingkungan keluarga serta optimalisasi media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif. Peran keluarga memiliki kontribusi besar dalam keberhasilan seorang wirausahawan. Dukungan dari keluarga dapat berupa

dorongan moral, penyediaan dana awal, maupun partisipasi dalam kegiatan ekonomi keluarga. Menurut Kamaluddin (2024), bantuan modal menjadi aspek yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM, yang berarti bahwa dukungan finansial dari keluarga bisa menjadi salah satu kunci utama keberhasilan UKM.

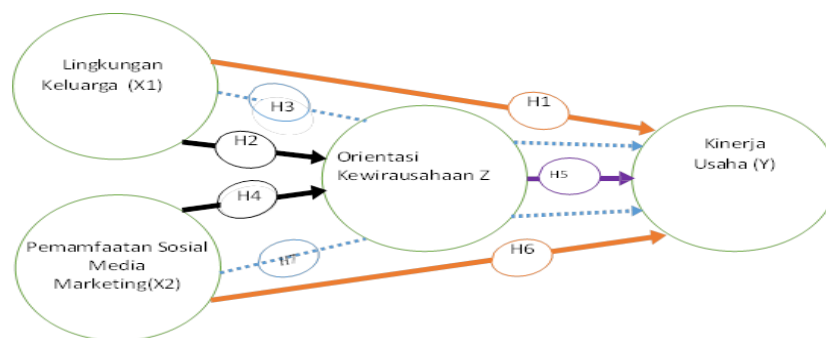
Sejumlah studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memainkan peran vital dalam kesuksesan bisnis, khususnya bagi UKM. Penelitian oleh Slevin (1989) mengungkapkan bahwa pengusaha dengan karakteristik inovatif dan keberanian dalam mengambil risiko lebih mungkin meraih keberhasilan dalam usahanya. Meski begitu, masih terbatas penelitian yang mengkaji bagaimana orientasi kewirausahaan dapat menjadi mediator antara lingkungan keluarga dan penggunaan media sosial dalam memengaruhi kinerja UKM, terlebih di wilayah seperti Kota Palopo. Kekurangan dalam kajian tersebut memperlihatkan perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana lingkungan keluarga serta media sosial memengaruhi performa usaha melalui orientasi kewirausahaan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan perspektif baru mengenai hubungan antara faktor-faktor tersebut dalam konteks UKM di Kota Palopo. Penelitian ini juga bermaksud untuk mengisi kekosongan dalam literatur terdahulu dengan mengkaji pengaruh langsung maupun tidak langsung dari lingkungan keluarga dan media sosial terhadap performa bisnis. Temuan dari Asri (2024) yang menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memberikan dampak positif terhadap prestasi akademik mahasiswa menjadi indikasi bahwa lingkungan keluarga yang suportif juga dapat berkontribusi terhadap kesuksesan bisnis pelaku UKM.

Dari sudut pandang praktis, hasil dari studi ini diharapkan dapat memberikan saran yang berguna bagi para pelaku UKM di Palopo dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dengan memahami betapa pentingnya dukungan keluarga serta penerapan strategi pemasaran digital, para pelaku usaha dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki. Selain itu, temuan penelitian ini juga dapat dijadikan pijakan oleh pemerintah daerah untuk merumuskan kebijakan yang mendukung penguatan sektor UKM, khususnya dalam aspek pengembangan kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital.

Sementara itu, dari sisi akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap pengembangan ilmu di bidang manajemen bisnis dan kewirausahaan. Kajian ini akan memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UKM, terutama di wilayah yang sedang berkembang seperti Kota Palopo. Penelitian ini juga berpotensi menjadi referensi bagi studi selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih jauh peran orientasi kewirausahaan dalam berbagai konteks bisnis yang berbeda. Dengan demikian, fokus utama dari studi ini adalah untuk menganalisis pengaruh lingkungan keluarga dan penggunaan media sosial terhadap kinerja bisnis, baik secara langsung maupun melalui orientasi kewirausahaan sebagai variabel perantara. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut guna memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UKM di Kota Palopo.

Gambar 1 Kerangka Pikir



Hipotesis Penelitian

1. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo
2. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Orientasi Kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo
3. Pemanfaatan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo
4. pemanfaatan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo
5. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo
6. Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo
7. Pemanfaatan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Palopo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan skala Likert (skor 1–5), sementara data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti dokumen resmi, buku referensi, jurnal ilmiah, serta data dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Palopo.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) yang ada di Kota Palopo, dengan jumlah total 15.759 unit usaha. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Hair, yaitu jumlah indikator dikalikan lima, sehingga diperoleh 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak (random sampling) untuk memastikan keterwakilan populasi secara merata.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui dua cara, yaitu penyebaran kuesioner kepada responden dan pengumpulan dokumen pendukung. Kuesioner disusun untuk mengukur variabel-variabel utama dalam penelitian, yaitu lingkungan keluarga, orientasi kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, serta kinerja usaha.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dan didukung oleh software SmartPLS. Proses analisis mencakup uji validitas konvergen dan diskriminan, uji reliabilitas melalui composite reliability, serta evaluasi model struktural (inner model) untuk melihat

hubungan antar variabel. Selain itu, pengujian hipotesis serta analisis mediasi dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Validasi Data

Indikator	Kinerja Usaha	Lingkungan Keluarga	Orientasi Kewirausahaan	Pemamfaatan Sosial Media Marketing
X1.1	0.521	0.836	0.613	0.477
X1.2	0.457	0.786	0.524	0.380
X1.3	0.569	0.871	0.655	0.457
X1.4	0.594	0.858	0.641	0.477
X1.5	0.597	0.893	0.641	0.489
X1.6	0.659	0.817	0.762	0.628
X2.1	0.776	0.525	0.690	0.912
X2.2	0.784	0.493	0.711	0.929
X2.3	0.902	0.583	0.690	0.881
X2.4	0.812	0.520	0.846	0.949
X2.5	0.830	0.546	0.726	0.948
Y.1	0.902	0.583	0.750	0.881
Y.2	0.902	0.583	0.846	0.880
Y.3	0.770	0.500	0.585	0.618
Y.4	0.816	0.644	0.648	0.655
Y.5	0.712	0.482	0.538	0.567
Z.1	0.597	0.893	0.762	0.489
Z.2	0.902	0.582	0.846	0.881
Z.3	0.511	0.388	0.724	0.495
Z.4	0.546	0.487	0.754	0.548

Sumber: Data Primer di olah 2025

Dari hasil cross loading pada Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross loading lebih besar dibandingkan dengan nilai cross loading di variabel lainnya. Dari hasil yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang dipakai pada penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dimana indikator pada variabel tersebut lebih baik daripada variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan pada model telah terpenuhi dengan baik. Indikator yang digunakan tidak mengalami tumpang tindih antar konstruk, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini bersifat unik dan dapat dibedakan secara empiris. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki validitas diskriminan yang memadai dan dapat diandalkan untuk keperluan analisis lebih lanjut.

Cronbach's alpha

Tabel 2 Construct Reliability and Validity

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho-c)</i>
Kinerja Usaha	0.881	0.913
Lingkungan Keluarga	0.919	0.937
Orientasi Kewirausahaan	0.779	0.855
Pemamfaatan Sosial Media Marketing	0.957	0.967

Sumber: Data primer yang diolah smartPLS 2025

Berdasarkan Tabel tersebut seluruh konstruk dalam penelitian ini menunjukkan nilai reliabilitas yang sangat baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* dan

Composite Reliability (rho-c) yang seluruhnya berada di atas batas minimum yang direkomendasikan, yaitu 0,70. *Nilai Cronbach's Alpha* untuk variabel *Kinerja Usaha* adalah 0,881; *Lingkungan Keluarga* sebesar 0,919; *Orientasi Kewirausahaan* sebesar 0,779; dan *Pemanfaatan Sosial Media Marketing* sebesar 0,957. Sementara itu, nilai *Composite Reliability* masing-masing konstruk juga menunjukkan hasil yang sangat memuaskan, yaitu *Kinerja Usaha* sebesar 0,913; *Lingkungan Keluarga* sebesar 0,937; *Orientasi Kewirausahaan* sebesar 0,855; dan *Pemanfaatan Sosial Media Marketing* sebesar 0,967.

Nilai-nilai ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk dalam model telah memenuhi kriteria reliabilitas internal yang baik, yang berarti bahwa indikator-indikator pada masing-masing konstruk mampu mengukur variabel laten secara konsisten dan stabil. Selain itu, nilai *Composite Reliability* yang tinggi menunjukkan bahwa kontribusi indikator terhadap konstruk secara keseluruhan juga sangat kuat, sehingga model pengukuran dalam penelitian ini dapat dikatakan telah memiliki validitas konstruk yang memadai. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah terbukti reliabel dan valid secara statistik.

Uji Hipotesis Bootstapping

Tabel 3 Uji Hipotesis Bootstapping

Variabel	Original sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistic (IO/STDEV)	P Value
Lingkungan keluarga terhadap kinerja usaha	0.999	0.100	0.065	1.525	0.127
Lingkungan keluarga terhadap orientasi kewirausahaan	0.459	0.459	0.062	7.365	0.000
Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha	0.307	0.309	0.092	3.332	0.001
Pemanfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha	0.586	0.584	0.068	8.572	0.000
Pemanfaatan sosial media marketing terhadap orientasi kewirausahaan	0.545	0.544	0.062	8.834	0.000

Sumber: Data primer yang diolah smartPLS 2025

Berdasarkan hasil tabel *bootstrapping* diatas menunjukkan lingkungan keluarga terhadap kinerja usaha memiliki nilai koefisien 0.999 dan P-stastic 1,525, P-Value 0.127 artinya tidak berpengaruh secara signifikan. menunjukkan lingkungan keluarga terhadap orientasi kewirausahaan memiliki nilai koefisien variabel pemanfaatan sosial media marketing terhadap orientasi kewirausahaan memiliki nilai koefisien sebesar 8.834 dengan nilai *t-statistic* sebesar 8,572 dan *P-Value* sebesar 0.000, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut bersifat signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan media sosial dalam kegiatan pemasaran, maka akan semakin tinggi pula orientasi kewirausahaan pelaku usaha. Selanjutnya, pemanfaatan sosial media marketing juga berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai koefisien sebesar 0.586, *t-statistic* sebesar 8,572, dan *P-Value* sebesar 0.000. Ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran mampu memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kinerja usaha.

Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha juga menunjukkan pengaruh yang signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0.307, *t-statistic* sebesar 3,332, dan *P-Value* sebesar 0.001. Artinya, semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku

usaha, semakin besar pula kemungkinan peningkatan kinerja usahanya. Sebaliknya, lingkungan keluarga terhadap kinerja usaha menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, dengan nilai koefisien sebesar 0.999, *t-statistic* sebesar 1,525, dan *P-Value* sebesar 0.127. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks penelitian ini, dukungan atau pengaruh dari lingkungan keluarga tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha yang dijalankan.

Uji Hipotesis *Specisfic Inderect Effect*

Tabel 4 Uji Hipotesis *Specisfic Inderect Effect*

Variabel	Original sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	P statistic (IO/STDEV)	P Value
Lingkungan keluarga terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan	0.141	0.142	0.048	2.957	0.003
Pemamfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan	0.167	0.168	0.053	3.178	0.001

Sumber: Data primer yang diolah smartPLS 2025

Berdasarkan hasil uji specific indirect effect yang ditampilkan pada Tabel tersebut diketahui bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. melalui variabel mediasi Orientasi Kewirausahaan. Uji ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi mediasi yang dilakukan oleh orientasi kewirausahaan dalam menjembatani hubungan antara variabel eksogen dan endogen.

Hasil menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga berpengaruh secara tidak langsung terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan, dengan nilai original sample sebesar 0,141, nilai statistik t (*t-statistic*) sebesar 2,957 dan *p-value* sebesar 0,003. Karena *p-value* < 0,05, maka pengaruh tidak langsung tersebut signifikan. Artinya, orientasi kewirausahaan berperan sebagai mediator dalam memperkuat hubungan antara lingkungan keluarga dan kinerja usaha. Sementara itu, variabel Pemanfaatan Sosial Media Marketing juga menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan, dengan nilai original sample sebesar 0,167, *t-statistic* sebesar 3,178 dan *p-value* sebesar 0,001. Nilai ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan secara signifikan menjadi jalur mediasi antara pemanfaatan sosial media dan peningkatan kinerja usaha.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan terbukti sebagai variabel mediasi yang signifikan, yang memperkuat pengaruh baik dari lingkungan keluarga maupun dari pemanfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan orientasi kewirausahaan memiliki peran strategis dalam mengoptimalkan kontribusi faktor eksternal terhadap keberhasilan usaha.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji tentang Pengaruh lingkungan keluarga dan pemanfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pada usaha Kecil dan menengah (ukm) di kota palopo, sehingga dapat dibahas secara individual dari tiap-tiap variabel, yakni sebagai berikut:

1. pengaruh variabel lingkungan keluarga terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0.099, dengan nilai *P-value*

- sebesar 0.127 dan nilai P-statistic sebesar 1.525. Hasil ini dibandingkan dengan kriteria pengambilan keputusan dalam uji hipotesis, yaitu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai $P\text{-value} < 0.05$ dan nilai $P\text{-statistic} > 1.984$. Dengan memperhatikan nilai yang diperoleh, diketahui bahwa nilai $P\text{-value}$ yang dihasilkan lebih besar dari 0.05 dan nilai $T\text{-statistic}$ lebih kecil dari 1.984.
2. pengaruh variabel lingkungan keluarga terhadap orientasi kewirausahaan. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari pengolahan data, diketahui bahwa nilai koefisien jalur sebesar 0.459 dengan nilai $P\text{-value}$ sebesar 0.000 dan nilai $T\text{-statistic}$ sebesar 7.365. Nilai-nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan ketentuan umum dalam pengambilan keputusan pengujian hipotesis, yaitu hipotesis diterima apabila nilai $P\text{-value} < 0.05$ dan $T\text{-statistic} > 1.984$. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai $P\text{-value}$ lebih kecil dari 0.05 dan nilai $T\text{-statistic}$ jauh lebih besar dari 1.984. Dengan demikian, hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua dapat diterima. Artinya, variabel lingkungan keluarga terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan.
 3. pengaruh variabel pemanfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0.586 dengan nilai $P\text{-value}$ sebesar 0.000 dan nilai $T\text{-statistic}$ sebesar 8.573. Nilai-nilai ini selanjutnya dibandingkan dengan kriteria umum pengambilan keputusan dalam uji hipotesis, yaitu hipotesis diterima apabila nilai $P\text{-value} < 0.05$ dan $T\text{-statistic} > 1.984$. Berdasarkan hasil tersebut, diketahui bahwa nilai $P\text{-value}$ lebih kecil dari 0.05 dan nilai $T\text{-statistic}$ jauh melebihi batas minimum sebesar 1.984. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel pemanfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha.
 4. pengaruh pemanfaatan sosial media marketing terhadap orientasi kewirausahaan. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0.545 dengan nilai $P\text{-value}$ sebesar 0.000 dan nilai $T\text{-statistic}$ sebesar 8.834. Untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis, digunakan kriteria pengambilan keputusan yaitu hipotesis diterima apabila nilai $P\text{-value} < 0.05$ dan nilai $T\text{-statistic} > 1.984$. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat diketahui bahwa nilai $P\text{-value}$ yang diperoleh (0.000) jauh lebih kecil dari 0.05, dan nilai $T\text{-statistic}$ yang dihasilkan (8.834) juga jauh lebih besar dari nilai batas minimum yang disyaratkan, yaitu 1.984.
 5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah . diperoleh informasi bahwa koefisien jalur antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha sebesar 0.307. Selain itu, nilai $P\text{-value}$ yang dihasilkan untuk pengaruh tersebut adalah sebesar 0.001, dengan nilai $T\text{-statistic}$ positif sebesar 3.332. Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis yang berlaku, yaitu bahwa hipotesis dapat diterima apabila nilai $P\text{-value}$ kurang dari 0.05 dan nilai $T\text{-statistic}$ lebih besar dari 1.984, maka hasil yang diperoleh memenuhi ketentuan tersebut. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat dinyatakan diterima.
 6. Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Kinerja Usaha Melalui Orientasi Kewirausahaan. koefisien jalur yang mengukur pengaruh lingkungan keluarga terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan sebesar 0.141. Nilai $P\text{-value}$ yang diperoleh sebesar 0.003 dengan nilai $T\text{-statistic}$ positif sebesar 2.957. Menurut kriteria pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini,

hipotesis dapat diterima apabila nilai P-value kurang dari 0.05 dan nilai P-statistic lebih besar dari 1.984. Dengan demikian, hasil pengujian ini memenuhi kedua syarat tersebut dan hipotesis keenam dapat dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui variabel mediasi orientasi kewirausahaan. Artinya, peran lingkungan keluarga dalam membentuk orientasi kewirausahaan pelaku usaha berdampak pada peningkatan kinerja usaha secara tidak langsung.

7. Pengaruh Tidak Langsung Pemanfaatan Sosial Media Marketing Terhadap Kinerja Usaha Melalui Orientasi Kewirausahaan. diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0.167 yang mengukur pengaruh pemanfaatan sosial media marketing terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Selain itu, nilai P-value yang diperoleh adalah sebesar 0.001 dengan nilai T-statistic positif sebesar 3.178. Mengacu pada kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis, hipotesis dapat diterima apabila nilai P-value kurang dari 0.05 dan nilai P-statistic lebih besar dari 1.984. Dengan demikian, hasil pengujian ini memenuhi syarat tersebut, sehingga hipotesis ketujuh dinyatakan diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel Lingkungan keluarga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha kecil dan menengah di Kota Palopo
2. Variabel Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan.
3. Variabel pemanfaatan sosial media *marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha kecil dan menengah di Kota Palopo.
4. Variabel pemanfaatan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan.
5. Variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil dan menengah di Kota Palopo
6. Variabel Lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha kecil dan menengah di Kota Palopo melalui orientasi kewirausahaan.
7. Variabel pemanfaatan social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha kecil dan menengah di Kota Palopo melalui orientasi kewirausahaan.

SARAN

1. Para pelaku usaha perlu meningkatkan lingkungan keluarga yang baik terutama indikator relasi antar anggota keluarga yang dilakukan yang menjadi indikator yang terlemah dengan mempererat hubungan antar keluarga saling mendukung dalam menjalankan usaha. Lingkungan keluarga hendaknya mendukung segala upaya anggota keluarga yang terjun ke bidang usaha kecil dan menengah. Minimal keluarga dapat menjadi konsumen pertama atau mempromosikan ke orang lain.
2. Para pelaku usaha perlu meningkatkan peran keluarga dalam meningkatkan kinerja usaha kecil dengan mempererat hubungan keluarga yang dapat saling support untuk kegiatan proses pemasaran barang maupun jasa. Jangan ragu untuk

- mengajak keluarga berinvestasi pada usaha yang anda miliki dengan menonjolkan aspek keuanggulan dari usaha kecil menengah yang dimiliki.
3. Para pelaku usaha perlu meningkatkan pemanfaatan social media marketing yang efektif terutama indikator Keberadaan pelayanan yang menjadi indikator yang terlemah dengan dalam menjual produk agar selalu memberikan pelayanan yang terbaik. Hal yang dapat dilakukan yakni rutin mempromosikan produk atau jasa di sosial media dan bangga akan produk yang dipromosikan tersebut. Hindari minder dalam mempromosikan produk melalui sosial media.
 4. Pemamfaatan sosial media marketing dapat lebih meningkatkan terhadap orientasi kewirausahaan dengan cara meminta bantuan rekan dan keluarga untuk ikut mempromosikan produk anda di sosial media agar dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan yang menjadi indikator yang terlemah dengan lebih mengoptimalkan pertumbuhan penjualan produk .
 5. Para pelaku usaha perlu meningkatkan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja usaha kecil menengah dengan tidak berhenti melakukan inovasi mulai dari packaging maupun membuat konten yang menarik terkait produk yang dipasarkan.
 6. Peningkatan peran keluarga dapat dilakukan dengan memberi support materi dan non materi bagi anggota keluarga yang menjalankan usaha kecil dan menengah agar kinerja usahanya bisa lebih meningkat lagi. Cara yang dapat dilakukan yakni mengajak teman ke tempat anggota keluarga melakukan pemasaran produk secara langsung.
 7. Pemanfaatan sosial media marketing dapat dioptimalkan dan menjadi media pemasaran yang murah meriah bagi usaha kecil dan menengah yang dilaksanakan. Berdayakan semua keluarga atau kerabat dan relasi yang bisa membantu mempromosikan produk melalui sosial media secara masif agar dapat meningkatkan kinerja usaha kecil menengah. Hal ini dapat dimulai dengan membuat desain *flyer* atau konten menarik terkait produk UKM kemudian share ke kerabat dan jangan malu-malu untuk meminta bantuan agar *flyer* atau konten yang telah dibuat dishare oleh orang lain

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Middin dan Banne atas dukungan dana yang telah diberikan selama penelitian ini berlangsung. Bantuan ini sangat membantu saya dalam menjalankan seluruh proses penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga penyusunan laporan. Tanpa dukungan finansial tersebut, saya yakin penelitian ini tidak akan bisa selesai dengan baik dan tepat waktu.

Selain itu, dukungan yang saya terima juga menjadi motivasi besar untuk terus berusaha memberikan hasil terbaik dalam penelitian ini. Dana yang diberikan memudahkan saya untuk mendapatkan berbagai kebutuhan penting selama penelitian berlangsung, sehingga semuanya berjalan lancar.

Saya sangat berharap kerja sama yang telah terjalin ini dapat terus berlanjut di masa depan, agar penelitian-penelitian berikutnya juga bisa berjalan dengan baik dan memberikan manfaat yang luas. Semoga hasil penelitian ini bisa menjadi sumbangan kecil bagi pengembangan ilmu dan menjadi referensi yang berguna bagi para peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, Muhammad, et al. "The Design of Curriculum Development Based on Entrepreneurship through Balanced Scorecard Approach." *International Education Studies* 8.11 (2015): 123-138.
- Alma, M. H., Ertaş, M., Nitz, S., & Kollmannsberger, H. (2007). Chemical composition and content of essential oil from the bud of cultivated Turkish clove (*Syzygium aromaticum* L.). *BioResources*, 2(2), 265-269.
- Ardiyani, N., & Kusuma, A. (2016). Pengaruh Sikap, Pendidikan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(8), 254988.
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan Kinerja Pemasaran melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 27–38.
- Bronfenbrenner, U. (1979). Contexts of child rearing: Problems and prospects. *American psychologist*, 34(10), 844.
- Cerrato, D., & Piva, M. (2012). The internationalization of small and medium-sized enterprises: The effect of family management, human capital and foreign ownership. *Journal of Management and Governance*, 16(4), 617–644. <https://doi.org/10.1007/s10997-010-9166-x>
- Citradewi, A. (2012). *Universitas negeri semarang 2012*. 1–77.
- Asri, A. (2024). Efek Motivasi Belajar Lingkungan Keluarga dan Pemanfaatan Internet Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 452-466.
- Cooper dan Schindler. (2014). *Bussiners Research Method*. New York: McGraw-Hill
- Covin, J.G., & Slevin, D.P. (1989). "Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments." *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87
- Dahnil, M. I., Marzuki, K. M., Langgat, J., & Fabeil, N. F. (2014). Factors Influencing SMEs Adoption of *Social Media Marketing*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 119–126. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.025>
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Engel, J.F., & Blackwell, R.D. (1982). *Consumer Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Evaliana, Y. (2015). Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Manajemen*.
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 7(3), 173–198
- Fatmawati, R. (2018). Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Media Social Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Tesis Magister*.
- Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–352.

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Ed 6. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair. 2010. *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 53–60.
- Hendriyadi, Tricahyadinata, I., & Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian: Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP Imperium).
- Hitt, M.A., Ireland, R., Camp, M., & Sexton, D., 2002. *Strategic Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurial and Strategic Management Perspectives*. Dalam Hitt, M.A., Ireland, R., Camp, M., & Sexton, D.(Eds.) *Strategic Entrepreneurship : Creating a New Mindset*, Oxford. Blackwell. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/1146>
- Himachalam Dasaraju, Tulus T.H. Tambunan. (2023). *Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam mencapai SDGs; Perspektif dari Ekonomi Berkembang*: Palgrave Macmillan.
- Hair J.F., et al. *Multivariate Data Analysis*., Seventh Edition. New Jersey; Pearson Prentice Hall.
- J Supranto, (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah: untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Jannah, M., Irawati, A., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM M Batik Gedog Khas Tuban. *Eco-Entrepreneurship*, 5(1), 33–48.
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010). “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.” *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzman, C. C., & Caparon, M. G. (2011). Distinct time-resolved roles for two catabolite-sensing pathways during *Streptococcus pyogenes* infection. *Infection and immunity*, 79(2), 812-821.
- Kamaluddin laode amijaya. (2024). *Pengaruh Pelatihan, Motivasi dan Bantuan Permodalan terhadap Peningkatan kesejahteraan Pelaku Usaha Mikro, kecil dan menengah (umkm) di kabupaten mamuju*. cendekia akademika indonesia (cai) : 99-113.
- Kamaluddin, Laode Amijaya, Agunawan, and Mappangara Sanusi. (2024): *Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai*. *Economics and Digital Business Review*.: 369-378.
- Khair, A. U., Asri, A., & Firman, A. (2021). *Pembentukan Karakter Kewirausahaan Melalui Pembinaan Softskill Pada Perempuan Di Kelurahan Lette*. *Nobel Community Services Journal*, 16-23.
- Kristinae, V., & Sahay, M. (2019). *Pengaruh Social Media, Learning Orientation Dan Market Orientation Terhadap Marketing Capabilities UKM Kerupuk Ikan Saluang Di Kalimantan Tengah*. 14(2), 1959–1966.
- Kumalaningrum, M.P., 2012. Lingkungan bisnis, Orientasi Kewirausahaan, orientasi pasar dan kinerja Usaha kecil dan menengah. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, Vol. 7 no 1, p.45-59.

- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. K. (2001). The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth. *Journal of Management Studies*, 38(4), 583–602.
- Linawati, L., Wirastutia, N. M. A. E. D., Widyantera, I. M. O., Wiharta, D. M., & Mertasana, P. A. (2018). Pemberdayaan UKM m Perempuan Kota Denpasar Dibidang E-Commerce. *Buletin Udayana Mengabdi*, 17(1), 53.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance.” *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). “Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance.” *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Mudjiarto, Wahid, A., & Sugiharto, A. (2016). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha kecil dan menengah(UKM) Mitra Binaan Pkbl Pt Jasa Marga. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*
- Mulyani, (2019). *Efektifitas penerapan e-commerce blanja. Com dalam perkembangan ukm di banyumas* (Doctoral dissertation, Politeknik APP Jakarta).
- Munizu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha kecil dan menengah(UKM) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 33–41.
- Musrifah, A. D., Mas' ud, M., & Gusti, D. H. (2024). Pengaruh Rekrutmen, Penempatan dan Konflik Peran Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Se-Kecamatan Benteng Kabupaten Kepulauan Selayar. *Jurnal Pusaran Manajemen (JPM)*, 2(2), 176-188.
- Nahun & Kristinae, (2019). Analisis Media Online sebagai Komunikasi Bisnis pada UKM Pekerja Wanita di Gunung Mas, Kalimantan Tengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 52-62
- Naninsih, N., Karim, K., Hatija, S., Tongli, B., & Alam, S. (2019). *Analysis of Business Performance of Housing Developers in Makassar City*. 75(ICMEMm 2018), 149–154.
- Palalic, R., & Busatlic, S. (2015). Exploratory research on relationship between entrepreneurial orientation dimensions and business performance and growth of fast and slow growing small and medium enterprises in Bosnia and Herzegovina. *international Journal of Business and Management*, 10(2), 15.
- Parveen Farzana Noor Ismawati Jaafar Sulaiman Ainin, (2016), Social media’s impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organization, *Management Decision*, Vol. 54, PP 99-115
- Priambada, S. (2015). Manfaat Penggunaan Media Social Pada Usaha kecil dan menengah(UKM). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, November*, 2–3.
- Priminingtyas, D. N. (2010). *Peran Perempuan Dalam Pengembangan Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. 1–7.
- Purwantini, A. H., & Anisa, F. (2018). Analisis Penggunaan Media Social bagi UKM dan Dampaknya Terhadap Kinerja. *The 7th University Research Colloquium*, 304–314.
- Rasyid, H. (2015). Membangun generasi melalui pendidikan sebagai investasi masa depan. *Jurnal Pendidikan Anak*, 4(1).
- Reswanda, 2012. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pembelajaran

- Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo. Jurnal Disertasi Universitas Airlangga, Maret 2011. Surabaya.
- Riahi, H., & Belhaj, A. (2017). "The Impact of Entrepreneurial Orientation on Small Business Performance: A Literature Review." *Journal of Business and Economic Policy*, 4(2), 1-10.
- Ridwan dan Engkos Ahmad Kuncoro, 2007. Cara Menggunakan dan Memakai Analisis Jalur (Path Analysis). Bandung : CV Alfabeta.
- Sabil, Sumaryadi, Muhammad Hidayat, and Asri Asri. "Analisis pengaruh konten media sosial dan inovasi layanan terhadap keputusan pembelian melalui lifestyle sebagai variabel intervening pada aplikasi shopee di kota makassar." *Nobel Management Review* 3.4 (2022): 658-673.
- Samir, A. (2011). Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 10(2), 162–184. <http://www.sbm.itb.ac.id/wp-content/uploads/2011/08/4-alfin.pdf>
- Sari, R. M., & Hanoum, S. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Internet terhadap Peningkatan Kinerja UKM Menggunakan Metode Structural Equation Modelling. *Jurnal Teknik ITS*, 1, 488–493.
- Siswanto, T. (2018). Optimalisasi Social media Sebagai Media Pemasaran Usaha kecil dan menengah. *Liquidity*, 2(1), 80–86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- Sugiyono, (2017). *Neraca Pembayaran: Konsep, Metodologi dan Penerapan* (Vol. 4). Pusat Pendidikan Dan Studi Kebanksentralan (PPSK) Bank Indonesia.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono.(2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.(2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumantri, B., Fariyanti, A., & Winandi, R. (2013). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Wirausaha Wanita: Suatu Studi pada Industri Pangan Rumahan di Bogor. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 12(3), 252–277. <https://doi.org/10.12695/jmt.2013.12.3.3>
- Suryana, Y. (2010). Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausahawan sukses.
- Suyatno, A., & Muhtarom, M. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga dan pembelajaran kewirausahaan terhadap intensi. *INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta*, 4.
- Tommy Prasetyo, D. H. (2013). Modal Social PengUsaha kecil dan menengah Sektor Informal Dan Hubungannya Dengan Kinerja Bisnis Di Wilayah Jawa Timur. *Agora*,1(3),1–4.
- Tuten, T. L and Solomon, M. R. (2017). Social Media Marketing. California: SAGE Publications, Inc.
- Usman, M., Mendes, E., Weidt, F., & Britto, R. (2014, September). Effort estimation in agile software development: a systematic literature review. In *Proceedings of the 10th international conference on predictive models in software engineering* (pp. 82-91)
- WAHAB, Ulfah Mutmaiinna; IDRIS, Muhammad; GUSTI, Didiek Handayani. Pengaruh motivasi kerja, kepuasan kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai pada

- dinas ketenagakerjaan kabupaten pangkep. *Jurnal Pusaran Manajemen (JPM)*, 2022, 1.1: 29-39.
- Wardhana, A.(2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.