

ABSTRAK

Media sosial yang menawarkan berbagai kemudahan dan manfaat bagi penggunanya, tidak hanya digunakan oleh pelajar namun juga digunakan oleh para pelaku bisnis sebagai wadah aktivitas berbisnis, khususnya mereka yang memiliki usaha mikro dan usaha kecil (UMK). Pengguna media sosial yang semakin meningkat pesat dari waktu ke waktu juga di ikuti oleh penggunanya dari kalangan UMK. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial bagi UMK yang dapat diteliti dengan menggunakan *Technology-Organization-Environment (TOE) framework* dan teori *Resource-Based View (RBV)*. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode survei, menyebarkan kuesioner online kepada pelaku usaha mikro dan usaha kecil di Indonesia. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics 17 untuk menguji hipotesis-hipotesis yang dibangun dalam penelitian. Data yang diperoleh dianalisis dengan metode regresi linear berganda untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel pada TOE (kompetensi teknologi, biaya, tekanan konsumen, tekanan pesaing, lingkungan *mobile*, dukungan regulasi) dengan penggunaan media sosial bagi UMK dan analisis regresi linear sederhana untuk mengidentifikasi hubungan antara penggunaan media sosial UMK dengan teori RBV (dimensi pemasaran dan dimensi penjualan). Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dukungan regulasi pada TOE memiliki pengaruh terhadap penggunaan media sosial bagi UMK, sementara variabel TOE lainnya tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan media sosial bagi UMK. Variabel penggunaan media sosial UMK sendiri pada teori RBV tidak memiliki pengaruh.

Kata kunci: *Technology-Organization-Environment (TOE)*, *Resource-Based View (RBV)*, usaha mikro dan usaha kecil (UMK), media sosial.

ABSTRACT

Social media offers a variety of convenience and benefits to its users, it is not only used by students but is also used by business people as a place to do business activities, especially those with micro and small business. Social media users increasing rapidly over time was also followed by the user from micro and small business. This study aims to examine the factors that influence the use of social media for micro and small business that can be researched by using Technology-Organization-Environment (TOE) framework and the Resource-Based View (RBV) theory. The research method in this study is a quantitative method with a survey method, distributed online questionnaires to the micro and small business in Indonesia. This study uses SPSS Statistics 17 software to test the hypotheses developed in the study. Obtained data analyzed by the method of linear regression to identify the relationship between the variables in TOE (technological competence, cost, customer pressure, competitive pressure, mobile environment, regulatory support) to the use of social media for micro and small business and simple linear regression analysis to identify the relationship between the use of social media micro and small business with RBV (dimensional marketing and sales dimension). Results of the analysis found that variables regulatory support in TOE have an impact on the use of social media for micro and small business, while the other TOE variable has no effect on the use of social media for micro and small business. Variable use of social media micro and small business itself on RBV has no effect.

Keywords: Technology-Organization-Environment (TOE), Resource-Based View (RBV), micro and small business, social media.