

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha Umkm Milenial

Basri Bado¹, Muhammad Hasan², Andika Isma³

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Negeri Makassar

²Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Makassar

³Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Makassar

e-mail: basri.bado@unm.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari pemanfaatan media sosial dan kreativitas, terhadap modal sosial untuk keberlanjutan usaha UMKM milenial di kecamatan mattiro some. Metode penelitian ini di kategorikan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, koesioner atau angket, dan dokumentasi. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang yang kemudian pada analisis menggunakan deskriptif, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan uji sobel. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pemanfaatan media sosial pengaruh secara signifikan terhadap modal social 2) Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap modal social 3) Pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha 4) Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha 5) modal sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha 7) Keberlanjutan usaha signifikan memediasi pengaruh Pemanfaatan media sosial terhadap modal Sosial 7) Keberlanjutan usaha signifikan memediasi pengaruh Kreativitas terhadap modal sosial.

Kata kunci: *Media Sosial, Kreativitas, Modal Sosial, Keberlanjutan Usaha*

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of social media utilization and creativity on social capital for the sustainability of millennial MSME businesses in mattiro some sub-district. This research method is categorized as quantitative research. Data is collected through observation, questionnaires or questionnaires, and documentation. The number of samples in this study were 100 people who were then analyzed using descriptive, validity and reliability tests, assumption tests, classical assumption tests, multiple regression analysis, hypothesis testing and sobel tests. the results of this study indicate that: 1) Social media utilization has a significant effect on social capital 2) Creativity has a significant effect on social capital 3) Social media utilization has a significant effect on business sustainability 4) Creativity has a significant effect on business sustainability 5) Social capital has a significant effect on business sustainability 7) Business sustainability significantly mediates the effect of social media utilization on social capital 7) Business sustainability significantly mediates the effect of Creativity on social capital.

Keywords : *Social Media, Creativity, Social Capital, Business Sustainability*

PENDAHULUAN

Dikarenakan banyak permasalahan yang sudah berlangsung lama, termasuk yang menyangkut kepemilikan, keuangan, pemasaran, dan kapasitas sumber daya manusia, belum sepenuhnya tertangani, UMKM umumnya mengalami keterlambatan. UMKM berjuang untuk bersaing dengan bisnis besar karena masalah kedua dengan manajemen bisnis.

(Quartey dan lainnya, 2010). Untuk mendapatkan pendanaan, Dahmen dan Rodriguez (2014) berpendapat bahwa sangat penting untuk memahami tingkat keahlian keuangan yang dimiliki oleh organisasi perusahaan, terutama dalam hal pembuatan laporan keuangan perusahaan. Lebih jauh, Dahmen dan Rodriguez (2014) berpendapat bahwa literasi keuangan sangat penting untuk dimiliki oleh pemilik bisnis agar dapat menjalankan perusahaannya dengan lebih efektif. Oleh karena itu, UMKM dapat melihat pertumbuhan perusahaan sebagai hasilnya.

Menurut data jumlah UMKM yang ada di Sulawesi Selatan pada tahun 2017 – 2020 terdapat 8.885 unit UMKM. pada tahun 2020 perkembangan UMKM hanya sebesar 5,2% dibandingkan dengan tahun 2019. Penelitian ini dilakukan khusus di Kabupaten Pinrang di Kecamatan Mattiro Sompe sebagai salah satu kawasan terbangun Sistem inovasi daerah (RISD) dengan pengembangan klaster kreatif terpadu berbasis sumber daya lokal. untuk itu Investigasi ini dilakukan di lingkungan Mattiro Sompe mengembangkannya dengan melibatkan subsektor industri kreatif. banyak Pemerintah Daerah kini menjadikan pengembangan ekonomi kreatif dan industri kreatif sebagai salah satu prioritas program, termasuk Kecamatan Mattiro Sompe (pinrangkab, 2022). berdasarkan data yang dihasilkan pada PPID Kabupaten Pinrang Data base usaha mikro keadaan awal 2021 yang di publish 28 April 2021 jumlah UMKM di Kecamatan Mattiro Sompe adalah 2.167 UMKM yang beragam. berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Indonesia, diketahui bahwa UMKM yang khususnya Kabupaten Pinrang, yang juga mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebesar 0,6%.

Oleh karena itu, perkembangan UMKM di Kecamatan Mattiro Sompe menimbulkan persaingan bisnis yang solid sehingga menuntut UMKM untuk siap bersaing. Selain itu, pelaku UMKM harus mampu menghadapi tantangan pasca pandemi covid-19 ini dengan ketidakpastian yang dampaknya mungkin lebih besar dari kondisi lingkungan sebelumnya Sayangnya hanya sekitar 51% UMKM di Kecamatan Mattiro Sompe yang mampu survive lebih dari 5 tahun, hal ini mengindikasikan kinerja UMKM yang relatif rendah. berdasarkan observasi awal penelitian, mayoritas pelaku UMKM di Kecamatan Mattiro Somspe yang bertahan dan sejahtera di era normal baru adalah para pengusaha milenial ,sebanyak 6 dari pelaku usaha UMKM di kecamatan mattiro sompe. sehingga hal ini menjadi ketertarikan peneliti untuk menyelidiki keberlanjutan bisnis UMKM yang dilakukan oleh pengusaha milenial.

Generasi Milenial terus dibentuk oleh peristiwa politik, sosial, dan ekonomi utama dalam hidup mereka (Jake quarles et al., 2021).Milenial dikenal mempunyai pemikiran kreatif yang seharusnya menjadi salah satu faktor pendorong masyarakat Indonesia untuk lebih maju pada berbagai bidang. Generasi milenial ini Jika dibimbing dengan baik akan membawa perubahan besar bagi bangsa(Rod j.rohrich et al.,2019). Milenial dikenal memiliki pemikiran kreatif yang seharusnya menjadi salah satu factor pendorong warga Indonesia untuk lebih maju pada berbagai bidang. Generasi milenial ini Jika dibimbing dengan baik akan membawa perubahan besar bagi bangsa (Spiotta et al., 2018).

Pemasaran media sosial dipengaruhi oleh pemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan biaya. UMKM melihat peluang dalam penggunaan pemasaran media sosial untuk produktivitas yang lebih baik dan peningkatan kinerja UMKM (Kraus et al., 2019). berdasarkan (Dollahide et al.,2020) Konsep modal sosial telah berkembang melalui serangkaian studi penelitian ilmiah di seluruh dunia. Antara tahun 1700 serta 1900, Adam Smith, Marx Rousseau, Tocqueville dll. Mendirikan prinsip dasar teori modal sosial melalui teori pertukaran sosial serta teori konstruksi psikologis. dengan demikian modal sosial adalah jaringan sosial yang digunakan dalam merangsang hubungan yang positif. Konsep modal sosial terkini berasal dari karya terobosan Coleman serta Bourdieu (Xing Long Xu et al., 2021).

Menurut Watson (dikutip oleh Chen & Lin, 2019), karena popularitas pemasaran digital, banyak bisnis yang menelaah bagaimana media sosial dapat membantu mereka mempromosikan produk dan layanan mereka menjadi potensial dan eksis . Banyaknya pengguna media sosial pada kalangan milenial Indonesia menunjukkan bahwa semakin

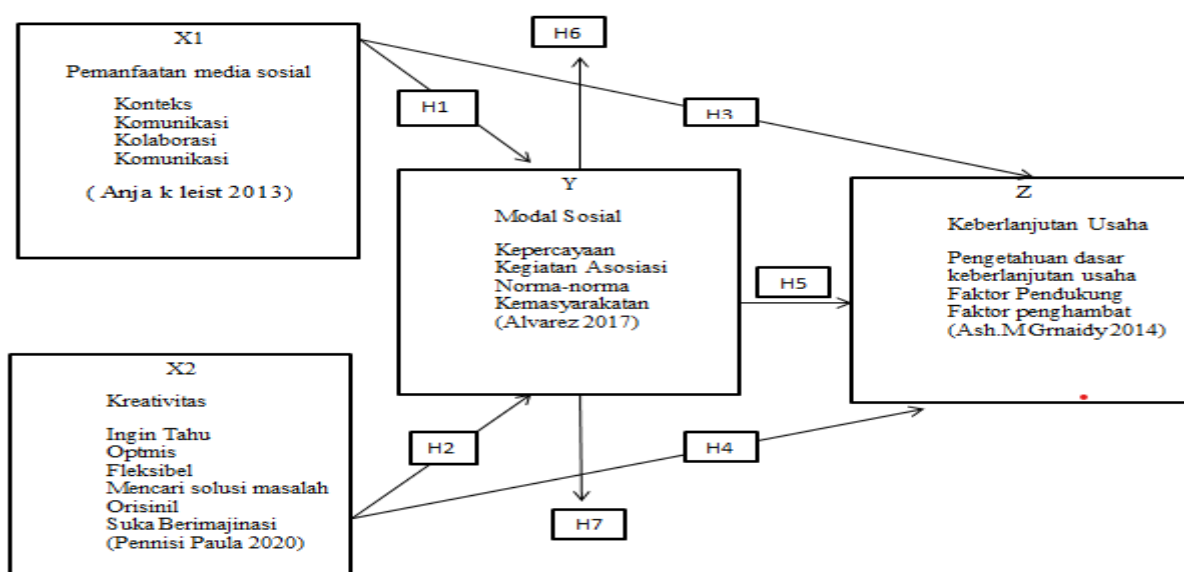
banyak testimoni positif yang terdapat pada media sosial akan semakin tinggi juga minat konsumen dalam membeli suatu produk atau layanan (Uekusa et al., 2022) Keberlanjutan sudah timbul menjadi berita utama bagi organisasi dunia serta lokal. Jejaring sosial telah banyak digunakan oleh bisnis. rute utama untuk komunikasi internal dan eksternal UMKM untuk kelangsungan hidup jangka panjang (Groth et al., 2017) .

Selain sosial media, kreativitas adalah salah satu variabel penentu kelanjutan usaha UMKM (Rotenberg et al.,2020).peneliti lain (Leist, 2013) dalam penelitiannya juga membuktikan bahwa entrepreneur marketing pula dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi. di sisi lain, berasal faktor usia, kelompok milenial juga dikenal memiliki kreativitas yang unik serta spontan pada mengelola usaha (Henley et al., 2017).

Modal sosial artinya teori yang bisa menjelaskan hubungan antara individu serta kelompok (Gelderman, et al., 2016). Peneliti sebelumnya telah menunjukkan modal sosial memainkan peran penting dalam memilih kinerja usaha seperti temuan (Terrasse et al., 2019) yang menunjukkan bagaimana modal sosial lebih unggul. khususnya sektor Kemudian, Kata bisnis, yaitu baik pula kinerja usahanya.

Variabel penentu terakhir yaitu kelangsungan perusahaan. Bisnis lanjutan adalah stabilitas Kata bisnis, yaitu artinya kelangsungan usaha yang mencakup peningkatan, kelangsungan serta pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha serta perluasan usaha (Brown et al., 2017) . Kesiambungan kegiatan dalam penelitian ini diukur menggunakan beberapa indikator sebagaimana disuarakan oleh (Journeault, 2016). menurut (Sachdev, 2014) Keberlanjutan usaha merupakan bisnis. Sukses di pasar dunia kualitas yang baik akan menghasilkan menjamin kelangsungan usaha tanpa membahayakan lingkungan. berdasarkan pemahaman di atas bisa menyimpulkan bahwa keberlanjutan usaha merupakan upaya terus menerus berasal waktu ke waktu ke bawah pada jangka panjang dengan manajemen, sehingga mereka dapat mempertahankan produk yang dibuat.

Berdasarkan pemaparan diatas, secara simultan belum ada penelitian yang menganalisis penggunaan media sosial, penemuan, dan modal sosial Karena kelanjutan Usaha mikro dan kecil, maka ini berubah menjadikebaruan dalam studi.. fokus penelitian ini adalah usaha UMKM yang pengelolanya merupakan milenial yang menjadi keunikan dalam penelitian. Subjek penelitian ini adalah UMKM milenial pada Kecamatan Mattiro Sompe. sehingga penelitian ini diberi judul Pengaruh pemanfaatan media sosial media sosial, dan kreativitas terhadap modal sosial untuk keberlanjutan usaha umkm milenial pada kecamatan mattiro sompe. Berdasarkan hal tersebut, berikut kerangka pikir dari penelitian ini.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Berdasarkan Dari permasalahan di atas dan tujuan penelitian, yang dapat dinyatakan sebagai hipotesis beriku :

1. **H_a**=di duga adanya pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap modal sosial
2. **H_a** = di duga adanya pengaruh kreativitas terhadap modal sosial
3. **H_a**=di duga adanya pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan usaha UMKM Milenial di kecamatan mattiro sompe
4. **H_a**=di duga adanya pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan usaha UMKM milenial milenial pada kecamatan mattiro sompe
5. **H_a**=di duga adanya pengaruh modal sosial terhadap keberlanjutan usaha UMKM milenial di kecamatan mattiro sompe
6. **H_a**=di duga aadanya pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap modal sosial melalui keberlanjutan usaha UMKM milenial di kecamatan mattiro sompe
7. **H_a**=di duga adanya hubungan Kreativitas terhadap modal sosial melalui keberlanjutan usaha UMKM milenial di kecamatan mattiro sompe

METODE

Teknik kuantitatif digunakan dalam penelitian ini . Komponen kuantitas dan kualitas dipilih karena data studi bersifat numerik serta analisisnya bersifat statistik. oleh sebab itu, penelitian ini juga mempelajari sebab. Penelitian penjelasan dan penelitian kausal adalah konsep terkait. investigasi kausalitas mengungkapkan korelasi antara variabel independen serta dependen.

Pendekatan observasi, kuesioner, dan dokumentasi yang berbeda digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Observasi non partisipan digunakan untuk melakukan observasi langsung terhadap syarat UMKM Milenial di kecamatan Mattiro Sompe. pada penelitian ini, UMKM milenial di kecamatan mattiro sompe disurvei, serta peneliti menggunakan skala Likert untuk mengevaluasi temuan tersebut. Padahal dokumen itu berisi informasi dari obrolan yang direkam dengan cermat. dalam studi ini, informasi tentang responden tersaji sebagai ilustrasi pelaku UMKM, berikut kekhususan lokasi serta tempat kerjanya.

Sampel pada penelitian ini merupakan semua UMKM milenial yang berada pada kecamatan mattiro sompe. Populasi Siapkan pola ciri yang dimiliki oleh Selama pencarian ini . penelitian ini sesuai sesuai pada metode Slovin menggunakan mengacu pada jumlah populasi yaitu sebanyak 25.524 unit usaha UMKM yg termasuk jenis perjuangan perdagangan karenanya, 100 peserta menjadi sampel penelitian. peserta merupakan populasi penelitian, yang dipilih memakai prosedur pemecahan Lemeshow. Sampling nonprobabilitas adalah metode yang dipilih untuk penyelidikan ini. Sampling non-probabilitas menggambarkan situasi ketika tidak seluruh aspek masyarakat atau Setiap orang memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih partisipan sampel. Metode ini memakai desain yang tidak disengaja untuk manfaatnya. Pengambilan sampel yang tidak disengaja.

Suatu informasi lapangan bisa dianggap valid buat digunakan menjadi informasi lapangan penelitian apabila sudah melalui uji reliabilitas serta validitas yang menunjukkan ketepatan dan validitas instrumen penelitian yang digunakan. kemudian, analisis statistik, baik deskriptif maupun inferensial, digunakan untuk menganalisis data. kebalikannya, status atau komposisi masing-masing variabel penelitian diungkapkan atau dideskripsikan melalui pengolahan statistik di analisis deskriptif. Terlepas dari kenyataan bahwa statistik inferensial adalah salah satu jenis studi yang digunakan untuk menetapkan kesimpulan serta menggeneralisasikannya ke populasi, data yang digunakan untuk menghasilkan temuan lalu menggunakan sampel populasi.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator
1	Pemanfaatan media sosial (X1)	1. Konteks 2. Komunikasi 3. kerja sama 4. Komunikasi
2	Kreativitas (X2)	1. Ingin tahu 2. Optimis 3. Fleksibel 4. Mencari solusi masalah 5. Orisinil 6. senang Berimajinasi
3	Modal sosial (Y)	1. kepercayaan 2. aktivitas Asosiasi 3. norma-norma 4. Kemasyarakatan
4	Keberlanjutan Usaha (Z)	1. Pengetahuan dasar keberlanjutan usaha 2. Faktor Pendukung 3. Faktor penghambat

Penelitian ini akan di lakukan dengan memakai koesioner untuk mengumpulkan data.koesioner yang akan digunakan telah disediakan jawaban buat setiap butir pertanyaan serta untuk menjawab akan diberikan kepada responden. Adapun poin atau skor yang diberikan buat masing-masing pertanyaan menggunakan skala likert yang terdiri dari 4 poin, dengan 1 mewakili "sangat tidak setuju", 2 "tidak setuju", 3 "netral", 4 "ya", dan 5 "sangat setuju".

Uji reabilitas ataupun uji validitas adalah 2 komponen dari teknik analisis instrument dimana di pakai dalam penelitian. Uji validitas mendeskripsikan kesimpulannya pada atauran bahwa Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga item pertanyaan ataupun pernyataan di dalam koesioner mampu pernyataan asli . sebaliknya , Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, jadi koesioner bisa dikatakan tidak valid. Uji instrumen kemudian uji reabilitas ,dimana dasar pengambilan keputusan uji reabilitas yakni cronbach alfa > 0 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji keteraturan dipergunakan Karena memeriksa apakah saldo data dikumpulkan Atau bukan distribusi Normal terdapat 2 cara untuk menentukan, melalui Baik analisis statistik maupun grafik khususnya, apakah residual dalam uji normalitas terdistribusi Karena itu normal. Karena ada lebih dari 30 titik data Investigasi ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. digunakan untuk menguji uji normalitas secara statistik. Sebagai perbandingan, dimungkinkan untuk memutuskan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Tanda asimtotik dua sisi

1. Jika Asymp. sinyal hadir, asumsi kenormalan terpenuhi (kedua sisi) $> 0,05$.
2. Jika Asimp. sig. (bilateral) $0 > 0,05$.

Ini menampilkan data. dalam analisis regresi distribusi Karena itu teratur

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Model	Sig	Keputusan
Model 1	0.200	Normal
Model 2	0.200	Normal

Sumber: Output SPSS, 2023

Jika signifikansi kumpulan lebih tinggi dari 0,05, kumpulan data dianggap memiliki distribusi ini teratur. Signifikansi uji standar Kolmogorov-Smirnov untuk setiap model > 0,05 ditampilkan pada Tabel 4.2. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara merata.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dipergunakan ini menunjukkan distribusi seragam dari data model regresi. contoh Ada regresi dicatat hubungan Diantara variabel yang independen (Ghozali, 2018). satu faktor independen. Ketika ada korelasi, ada masalah multikolonieritas. Nilai faktor inflasi varian (VIF) dan nilai toleransi dapat digunakan untuk memeriksa multikolonieritas. Regresi adalah model jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 . baik. Faktor Inflasi Mengubah, atau VIF, dan Toleransi dipekerjakan untuk memverifikasi multikolonieritas analisis regresi, seperti yang ditunjukkan di Tabel 3, dibawah ini.

Tabe 3. Hasil Uji Multikolonieritas

		Model 1		
Coefficients ^a Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	T	VIF
1	Pemanfaatan	.3		2.9
	Media Sosial	40	39	
	Kreativitas	40	39	2.9
a. Dependent Variable: Keberlanjutan Usaha				
		Model 2		
Coefficients ^a Model		Collinearity Statistics		
		Tolerance	T	VIF
1	Pemanfaatan	.3		3.089
	Media Sosial	24		
	Kreativitas	24		3.090
	Keberlanjutan Usaha	47	.6	1.545
a. Dependent Variable: Modal Sosial				

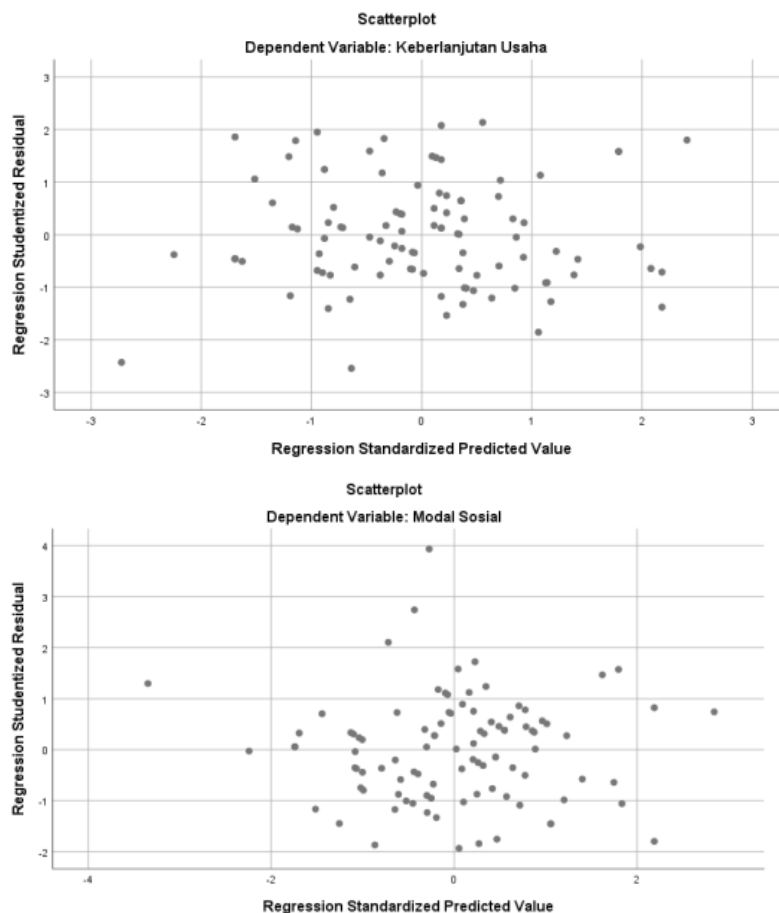
Sumber : Output SPSS, 2023

Pada Data parameter pencarian ini Dipekerjakan di uji multikolonieritas penelitian ini. bebas.sesuai tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada model 1.

1. Nilai VIF variabel Menggunakan media sosial $2.939 < 10$ Nilai toleransi $10 \cdot 0.340 > 0.10$ maka variabel independen Pemanfaatan media umum bisa melaporkan bahwa gejala multikolinearitas tidak ada.
 2. Nilai VIF variabel Kreativitas adalah $2.939 < 10$ nilai toleransi $100.340 > 0.10$ maka variabel Kreatif independen dapat menunjukkan bahwa multikolinieritas tidak ada.
- Sedangkan pada model 2, dihasilkan hasil bahwa.
1. Nilai VIF buat variabel Pemanfaatan media sosial adalah $3.089 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.324 > 0.10$ maka variabel Independent Pemanfaatan media sosial bisa dinyatakan tidak terjadi gejala multikoloniearitas.
 2. Nilai VIF untuk variabel Kreativitas adalah $3.090 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0.324 > 0.10$ maka variabel Independent Kreativitas dapat dinyatakan gejala multikoloniearitas.
 3. Nilai VIF variabel Keberlanjutan usaha adalah $1.545 < 10$ nilai toleransi adalah $0.647 > 0.10$ maka variabel independen pada $0,10$ Keberlanjutan usaha bisa melaporkan bahwa gejala multikolinearitas tidak ada.

Uji Heroskedastisitas

Pemeriksaan ini bertujuan untuk untuk menentukan apakah suatu model regresi dapat menunjukkan ketidaksetaraan dalam varians antara pengamatan sisa yang berbeda. Tidak ada varians variabel yang menunjukkan model regresi yang berhasil. Penggunaan plot pencar dan tes dapat digunakan untuk memastikan apakah ada atau tidak ada variasi.



Gambar 2. Grafik Scatterplot
Sumber: Output SPSS, 2023

Gambar 2 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang terlihat. pada titik-titik scatter plot yang tersebar merata di atas dan di bawah nol dalam sumbu Y Selanjutnya, poin tersebut

Tidak hanya bertemu lebih besar atau lebih kecil. Akibatnya, Kita bisa mendiskusikan itu. varians analisis regresi variabel. Jumlah pengamatan memiliki dampak besar pada hasil histogram, membuat analisis scatter plot bermasalah yang kurang aman

Pemanfaatan media sosial dan Kreativitas Karena Keberlanjutan Usaha

Hasil analisis regresi linier model 1 dilakukan untuk memastikan hubungan antara penggunaan media sosial, dan Kreativitas terhadap kelangsungan perusahaan bisa Tabel 4, seperti yang ditunjukkan:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Model 1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.498	2.608		4.409	.000
Pemanfaatan Media Sosial	.256	.115	.311	2.224	.028
Kreativitas	.148	.066	.312	2.231	.028

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Usaha

Hasil komputasi pada Tabel 4.6 menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Z = 11.498 + 0.256X_1 + 0.148X_2$$

Dimana :

Z = Keberlanjutan usaha

X1 = Pemanfaatan media sosial

X2 = Kreativitas

Sesuai model regresi diatas, didapatkan informasi di bawah ini :

1. Konstanta sebesar 11.498 yang berarti jika tidak terdapat perubahan pada variabel nilai (Pemanfaatan media sosial, Kreativitas) maka variabel (Keberlanjutan usaha) miliknya adalah 11.498.
2. Koefisien regresi pada variabel Pemanfaatan media sosial (X1) sebesar 0.256 dan positif artinya Jika variabel Pemanfaatan media sosial mengalami kenaikan sebanyak 1 poin secara signifikan, serta variabel independen lainnya bernilai tetap. Maka variabel Pemanfaatan Media sosial akan menaikkan nilai variabel. usaha sebanyak 0.256
3. Variabel Kreatif (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,148 dan bernilai positif, yaitu, peningkatan satu poin yang patut diperhatikan, sedangkan independensi variabel tambahan memiliki nilai tetap. Nilai variabel Business Continuity selanjutnya akan naik sebesar 0,148 b berkat adanya variabel Creative. Menciptakan modal sosial melalui media sosial, inovasi, dan keberlanjutan bisnis

Hasil analisis regresi Model 2 digunakan untuk menilai bagaimana 4.12 saling mempengaruhi. Tabel 4.12 berikut menampilkan penggunaan, kreativitas, dan kelangsungan bisnis Modal sosial melalui media sosial.

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Regresi Model 2

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients					
	B	Std. Error				
1	(Constant)	2.906	2.943		.988	.326
	Pemanfaatan Media Sosial	.265	12	.262	2.182	.032
	Kreativitas	.167	.070	.287	2.391	.019
	Keberlanjutan Usaha	.372	.105	.302	3.560	.001

a. Dependent Variable: Modal Sosial

Sumber : Output SPSS 2023

Berikut adalah persamaan regresi yang diturunkan dari hasil perhitungan tabel 4.12:

$$Y = 2.906 + 0.265X_1 + 0.167X_2 + 0.372Z$$

Dimana :

Y = modal Sosial

X₁ = Pemanfaatan media sosial

X₂ = Kreativitas

Z = Keberlanjutan usaha

Sesuai model regresi diatas, didapatkan informasi di bawah ini.

1. Tetap sama dengan 2.906 alternatif berarti apabila tidak ada mengubah di nilai variabel (Pemanfaatan media sosial, Kreativitas dan Keberlanjutan usaha) giliran berikutnya (modal Sosial) nilai merupakan 2.906 .
2. Koefisien regresi variabel Pemanfaatan media sosial (X₁) sebesar 0.265 serta tanda positif ketika variabel Pemanfaatan Situs jejaring sosial telah berkembang sebanyak Variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan hanya satu titik signifikan. Dengan demikian nilai variabel modal sosial akan naik sebagai akibat dari variabel penggunaan media sosial sebesar 0.265 .
3. Koefisien regresi pada suatu variabel Kreativitas (X₂) sebanyak 0.167 serta tanda positif ketika variabel Kreativitas meningkatkan sebanyak Variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan hanya satu titik signifikan. Nilai variabel kemudian akan naik sebagai akibat dari variabel Creative modal Sosial sebanyak 0.167 .
4. Koefisien regresi variabel Keberlanjutan usaha (Z) sebanyak 0.372 serta selain itu, jika sebuah variabel, implikasi positifnya. Keberlanjutan Bisnis telah berkembang sebanyak Variabel independen lainnya memiliki nilai tetap dan hanya satu titik signifikan. variabel selanjutnya Keberlanjutan usaha akan menaikkan nilai berasal variabel modal Sosial sebanyak 0.372

Pengujian Parsial (Uji t)

Untuk memastikan sebagian dampak setiap variabel dependen, jalankan penyelidikan awal. Proses pengambilan keputusan basis berikut dapat digunakan untuk melakukan pengujian parsial menggunakan statistik uji-t menggunakan thitung selain membandingkan Sig. t dengan nilai alpha 0,05 ttable.

1. Jika Sig. $0 > t_{table}$, variabel bebas agak berpengaruh terhadap variabel terikat; sebaliknya, jika negatif saat -thitung -ttable.
2. Variabel independen tidak berpengaruh Jika Sig. $> 0,05$, atau jika thitung ttable positif, sebagian terhadap variabel dependen $> -t_{table}$.

Pada model 1 mempekerjakan template sebesar 100, variabel 2 dan tingkat nyata 5%, maka didapatkan ttable sebesar $(\alpha/2; n-k-1) = (0.025; 97) = 1.984$, sedangkan di model 2 dengan memakai sampel sebesar 100, variabel 3 serta taraf nyata 5%, maka dihasilkan ttable sebanyak $(\alpha/2; n-k-1) = (0.025; 96) = 1.984$.

Tabel 6. Hasil Tes Model 1

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
1	(Constant)	11.498	2.608		4.409	.000
	Pemanfaatan Media Sosial	.256	.115	.311	2.224	.028
	Kreativitas	.148	.066	.312	2.231	.028

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Usaha

Sumber : *Output SPSS*

1. Variabel Pemanfaatan media sosial mempunyai menghargai pentingnya 0.028, nilai tersebut lebih rendah dari 0,05. Sedangkan Dapatkan nilai untuk t hitung 2.224 > ttabel (1.984) maka Pemanfaatan dampak media sosial pada beberapa faktor variabel Keberlanjutan usaha. Dengan demikian, hipotesis awal H3 : variabel Pemanfaatan media sosial Media sosial memiliki dampak besar pada variabel Keberlanjutan usaha “diterima”.
2. Variabel Kreativitas memiliki menghargai pentingnya 0.028, nilai tersebut lebih rendah dari 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2.231 > ttabel (1.984) maka Kreativitas mempengaruhi faktor Keberlanjutan usaha. sehingga hipotesis ke 2, H4 : variabel Kreativitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keberlanjutan usaha “diterima”.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial Model 2

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients				
		B	Std. Error			
	(Constant)	2.906	2.943		.988	.326
	Pemanfaatan Media Sosial	.265	.122	.262	2.182	.032
	Kreativitas	.167	.070	.287	2.391	.019
	Keberlanjutan Usaha	.372	.105	.302	3.560	.001

a. Dependent Variable: Modal Sosial

Sumber : *Output SPS*

1. Nilai signifikan 0,032, yang kurang dari 0,05, hadir untuk variabel penggunaan jejaring sosial. Sedangkan nilai t hitung sebesar 2,182 > t tabel (1,984) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berdampak pada variabel modal sosial. Oleh karena itu, hipotesis ketiga, H1, menyatakan bahwa variabel modal sosial “diterima” secara parsial dipengaruhi secara signifikan oleh variabel penggunaan media sosial.
2. Nilai signifikan variabel Kreatif adalah 0,019, lebih tinggi dari 0,05. Sedangkan variabel t memiliki nilai 2,391 > t tabel (1,984), hal ini menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap variabel modal sosial. Dengan demikian, hipotesis keempat, H2, yang menyatakan bahwa variabel Kreatif memiliki pengaruh parsial yang cukup besar terhadap variabel modal sosial yang diterima.
3. Nilai signifikan 0,001, atau kurang dari 0,05, hadir untuk variabel modal sosial. Modal sosial berpengaruh terhadap variabel keberlanjutan perusahaan karena variabel t memiliki nilai 3,560 > ttabel (1,984). hipotesis kelima, H5, adalah sebagai Variabel modal sosial “diterima” secara parsial dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kelangsungan usaha

Uji Simultan (Uji f)

Untuk menentukan pengaruh simultan dari berbagai faktor independen terhadap variabel dependen, dilakukan uji simultan. Kriteria berikut akan digunakan untuk memutuskan apakah akan menggunakan uji-F ini:

1. Jika Sig. < 0> Masuk akal bahwa faktor independen berdampak pada variabel dependen secara bersamaan.
2. Variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan jika Sig. > 0,05 atau Fhitung Ftabel.

pada model 1 dengan memakai sampel sebanyak 100, variabel independen 2 dan tingkat nyata 5%, maka didapatkan Ftabel sebanyak $(k; n-k) = (2, 98) = 3.089$, sedangkan pada model 2 dengan menggunakan sampel sebesar 100, variabel independent 3 serta tingkat nyata 5%, maka didapatkan Ftabel sebesar $(k; n-k) = (3, 97) = 2.698$

Tabel 8. Hasil Uji Simultan Model 1

Model	ANOVA ^a					
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	504.605	2	252.303	26.430	.000 ^b
	Residual	925.985	97	9.546		
	Total	1430.590	99			

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Usaha
b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Pemanfaatan Media Sosial

Sumber : Output SPSS

Informasi nilai signifikansi $0,000 < 0.05$ dan nilai F hitung $26.430 > f$ tabel 3.089 . disajikan pada tabel di atas. variabel independen seperti penggunaan media sosial dan daya cipta terus berpengaruh pada variabel dependen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen penggunaan media sosial dan kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kelangsungan usaha

Tabel 9. Hasil Uji Simultan Model 2

Model	ANOVA ^a					
		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1198.425	3	399.475	39.449	.000 ^b
	Residual	972.135	96	10.126		
	Total	2170.560	99			

a. Dependent Variable: Modal Sosial
b. Predictors: (Constant), Keberlanjutan Usaha, Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas

Sumber : Output SPSS

Informasi nilai signifikansi $0,000 < 0.05$ dan nilai F hitung sebesar $39.449 > f$ tabel 2.698 . menunjukkan bahwa variabel independen seperti penggunaan media sosial, daya cipta, dan kelangsungan perusahaan berdampak pada variabel dependen modal sosial. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa variabel independen dan faktor sosial kontemporer memiliki pengaruh yang cukup besar.

Korelasi

Kekuatan dan kelemahan hubungan linier (hubungan) antara dua variabel dinilai dengan menggunakan konsep hubungan. Meskipun ada hubungan positif dan negatif antara variabel, hubungan Pearson digunakan dalam analisis ini Tes dijalankan pada tingkat signifikansi 0,05 (nilai-p).

Asumsi:

H0 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel independen dan dependen.

H1 : Variabel independen dan dependen saling berkorelasi.

Dasar keputusan

1. Terima H0 dan tolak H1 jika Sig. (kedua sisi) $0 > 0,05$.
2. Terima H0 dan tolak H1 jika Sig. (kedua sisi) $0 < 0,05$.

Tabel 9. Analisis Korelasi

Correlations			
		Pemanfaatan Media Sosial	Keberlanjutan Usaha
Pemanfaatan Media Sosial	Pearson Correlation	1	.565**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keberlanjutan Usaha	Pearson Correlation	.565**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber :Output SPSS

Sesuai tabel diatas, pelajari lebih lanjut tentang koneksi Pemanfaatan media sosial berinteraksi dengan Keberlanjutan usaha diperoleh nilai yang substansial sebanyak 0.000 nilai tersebut < 0.05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, menunjukkan bahwa ada hubungan antara Pemanfaatan media sosial berinteraksi dengan Keberlanjutan usaha. berapa banyak koefisien korelasi yang ada sebanyak 0.565, menunjukkan tingkat keeratan korelasi (korelasi) antara faktor yang berbeda Pemanfaatan media sosial berinteraksi dengan Keberlanjutan adalah sama dengan usaha sebesar 0.565 atau mendaftar pada kriteria sedang.

Koefisien Determinasi

Kemampuan model untuk merepresentasikan variasi variabel dependen diukur dengan koefisien determinasi (Ghozali, 2018). Kisaran koefisien determinasi adalah 0 hingga 1. Variabel independen memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap variabel dependen jika koefisien determinasi mendekati 1. Hasil koefisien determinasi (R²) yang ditampilkan pada tabel di bawah ini adalah sebagai berikut berikut.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Pengujian	R Square
Model 1	0.339
Model 2	0.538

Sumber : Output SPSS

Nilai R², atau R-kuadrat yang dimodifikasi, dari model regresi digunakan untuk menghitung sejauh mana kemungkinan variabel independen mempengaruhi model,

berdasarkan temuan uji koefisien determinasi yang disebutkan di atas menunjukkan Ini adalah variabel dependen. Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R² adalah pada model 1 sebesar 0,339, Ini menyiratkan 33.9% perubahan variabelnya Keberlanjutan usaha dapat diklarifikasi oleh variasi variabel Pemanfaatan media sosial, dan Kreativitas. Untuk sisanya sebanyak (100% - 33.9% = 66.1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini Besarnya nilai e1 sebanyak $\sqrt{(1-R^2)} = \sqrt{(1-0.339)} = 0.813$

pada model 2 diketahui bahwa nilai R² pada model 2 sebanyak 0.538, Itu menyiratkan 53.8% variasi dalam variabel tersebut modal Sosial dapat dijelaskan dengan perubahan variabel Berpikir Kreatif, Penggunaan Media Sosial, dan Keberlanjutan usaha. Sebaliknya, sisanya sama sebesar (100% - 53.8% = 46.2%) dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini Besarnya nilai e2 sebesar $\sqrt{(1-R^2)} = \sqrt{(1-0.538)} = 0.679$.

Uji Sobel

Dengan menggunakan metode Signifikansi efek mediasi dalam uji Sobel diperiksa. Tes Intinya, uji Sobel adalah uji t. disesuaikan untuk Tes apakah variabel intervensi memiliki dampak yang signifikan secara statistik pada hasil model atau tidak. Berdasarkan nilai t yang ditentukan dan tabel t, keputusan diambil. Mungkin ada konsekuensi menengah jika nilai t estimasi lebih tinggi dari nilai t pada tabel (Ghozali, 2016). Perhitungan ini disediakan:

Persamaan di bawah ini menunjukkan bagaimana penggunaan media sosial secara tidak langsung memengaruhi modal sosial:

Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap modal sosial melalui keberlanjutan usaha

pengaruh tidak langsung Pemanfaatan media sosial terhadap modal Sosial bisa memberikan perhitungan lebih lanjut:

1. Untuk menghitung uji Sobel

$$a = 0.311 \quad Sa = 0.115$$

$$b = 0.302 \quad Sb = 0.105$$

2. Perhitungan Menggunakan Tes Sobel untuk Menghitung Signifikansi Aplikasi Mediasi

A:	<input type="text" value="0.311"/>	?
B:	<input type="text" value="0.302"/>	?
SE _A :	<input type="text" value="0.115"/>	?
SE _B :	<input type="text" value="0.105"/>	?
<input type="button" value="Calculate!"/>		

Sobel test statistic: 1.97021350

One-tailed probability: 0.02440695

Two-tailed probability: 0.04881391

Aplikasi Sobel Test digunakan untuk mengambil hasil tes berdasarkan hasil komputasi. Calculation nilai yang diperoleh signifikansi 0.024. nilai berarti lebih sedikit asal 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Keberlanjutan usaha signifikan dampak perantara Pemanfaatan media sosial menentang modal Sosial. hasil tersebut mengartikan bahwa Pemanfaatan media sosial berpengaruh tidak langsung terhadap modal Sosial. Maka hipotesis keenam H₆ = Pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap modal Sosial melalui Keberlanjutan usaha "diterima".

Pengaruh Kreativitas terhadap Modal Sosial Melalui Keberlanjutan Usaha

Dampak tidak langsung Kreativitas Karena modal Sosial terlihat dari Lakukan perhitungan berikut:

1. Untuk menghitung uji Sobel

$$a = 0.312 \quad Sa = 0.066$$

$$b = 0.302 \quad Sb = 0.105$$

2. Perhitungan Menggunakan Tes Sobel untuk Menghitung Signifikansi Aplikasi Mediasi

A:	<input type="text" value="0.312"/>	?
B:	<input type="text" value="0.302"/>	?
SE _A :	<input type="text" value="0.066"/>	?
SE _B :	<input type="text" value="0.105"/>	?
<input type="button" value="Calculate!"/>		

Sobel test statistic: 2.45713317

One-tailed probability: 0.00700254

Two-tailed probability: 0.01400508

Hasil tes Sobel yang diperoleh melalui aplikasi Tes Sobel didasarkan pada hasil perhitungan. Calculation nilai yang diperoleh signifikansi 0.007. nilai berarti lebih sedikit asal 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Keberlanjutan usaha efek mediasi yang kuat Kreativitas Karena modal Sosial. Hasil ini menunjukkan Kreativitas berpengaruh tidak langsung terhadap modal Sosial. Maka hipotesis ke 7, H7 = Kreativitas berpengaruh terhadap modal Sosial melalui Keberlanjutan usaha “diterima”.

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Modal Sosial Di Kecamatan Mattiro Sompe

Hasil pencarian pemanfaatan media sosial yang penting secara penting untuk modal sosial di kecamatan mattiro sompe . dilakukan dengan menggunakan uji-t, seperti yang diilustrasikan oleh tabel 4.13 . Variabel Pemanfaatan media sosial memiliki nilai substansial dari 0.032, nilainya lebih besar sedikit dari 0.05. Sedangkan untuk mendapatkan nilai untuk t dalam aritmatika $2.182 > t_{tabel} (1.984)$ maka Pemanfaatan dampak media sosial berpengaruh terhadap variabel modal Sosial. sehingga Ho variabel Pemanfaatan media sosial mempengaruhi variabel hanya agak jauh modal Sosial “diterima” dan menjadi menunjukkan Manfaatkan media sosial secara maksimal secara signifikan terhadap modal sosial di kecamatan mattiro sompe .

Hal tersebut sesuai dengan ungkapan (Hennigthurau et al., 2013) bahwa media sosial memberikan keterkaitan antar konsumen yang menghasilkan transparansi yang tinggi dalam lingkungan pemasaran, oleh karena itu, semua aktivitas konsumen dan merek segera terlihat oleh sekelompok besar konsumen lain di media sosial. Platform Media sosial komponen dari metode menyampaikan pemasaran yang biasa dilakukan pengetahuan konsumen tentang barang dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan (Gonz, 2020). Pengguna media sosial Mungkin berpartisipasi aktif dalam penggunaan dan identifikasinya (Harbert Blummer dan Elhu Katz, 1974). Menemukan informasi, keahlian, dan sumber informasi yang tersedia dengan mudah adalah hal yang mudah bagi banyak orang di era digital modern.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Elita Tanujaya Julianto, 2022) dilakukan pengujian diketahuinilai nilai signifikansi $X1$ sebanyak $0,042 < 0,05$. kita dapat menentukan bahwa Ho disetujui atau signifikan. dari hasil tersebut bisa diartikan dengan strategi pemasaran media sosial yang dibuat dengan baik dan menarik akan dapat membangkitkan rasa ingin tahu dan keinginan pelanggan untuk membeli.

Peneliti lain (Luo et al., 2021) model mediasi yang diusulkan untuk BICV-F cocok dengan data studi (RMSEA=0,032; TLI=0,952; CFI=0,973). Pertama, 3 pengaruh tidak langsung dari frekuensi sosial pasif gambaran media (koefisien standar = 0,03; 95% CI: 0,02, 0,04; $p < 0,001$)/sosial aktif interaksi media (koefisien standar = 0,03; 95% CI: 0,02, 0,04; $p < 0,001$)/rekan diskusi (koefisien standar = 0,05 pada BICV-F; CI 95%: 0,04; 0,06; $p < 0,001$) melalui tingkat kecukupan informasi yang dirasakan semuanya signifikan secara statistik. ke 2, langsung efek dari frekuensi gambaran pasif media sosial terhadap BICV-F secara signifikan positif (koefisien standar = 0,23, $p < 0,001$). efek langsung dari frekuensi interaksi aktif media sosial terhadap BICV-F negatif secara signifikan (koefisien standar = -0,17, $p < 0,001$). Efek langsung dari frekuensi diskusi rekan terhadap BICV-F adalah Secara statistik tidak signifikan .

Pengaruh Kreativitas Terhadap Modal Sosial Di Kecamatan Mattiro Sompe

Menurut penelitian, modal sosial di lingkungan Mattiro Sompe tidak terpengaruh oleh kreativitas. Besar nilai variabel Creative adalah 0,019 yaitu lebih sedikit 0,05. Kreativitas berpengaruh terhadap variabel modal sosial, terlihat dari nilai t hitung sebesar 2,391 > ttabel (1,984) sehingga Ho dianggap “diterima”.

Menjadi kreatif adalah memiliki kapasitas untuk mempelajari hal-hal baru dan memikirkan solusi kreatif untuk tantangan. Penemuan ini mendorong kepribadian untuk terus mengembangkan ide, strategi, dan sistem baru. Setiap orang dan segala sesuatu pada akhirnya membangkitkan imajinasi atau jiwa kreatif seseorang (Lehman et al., 2020). Kapasitas untuk menghasilkan ide dan metode yang unik—lebih tepatnya, kapasitas untuk membuat penemuan baru—mendefinisikan kreativitas (Reinhardt et al., 2019).

pada Penelitian(Verhaeghen et al., 2005) model kreativitas dasar diasumsikan bahwa kepentingan kreatif (keseriusan serta waktu) akan mempengaruhi masing-masing dari ketiga aspek tersebut sikap kreatif secara mandiri. model awal ini sesuai dengan literatur yang menyatakan bahwa motivasi internal serta pengalaman adalah kekuatan pendorong untuk perilaku kreatif (misalnya, Amabile,1996; Ericson, Krampe, & Tesch-Romer, 1993). dalam model ini, keseriusan secara langsung memengaruhi waktu yang diinvestasikan, yang pada gilirannya secara langsung memengaruhi Kefasihan, Orisinalitas, dan penjelasan terperinci, tanpa yang dipengaruhi antara 3 variabel terakhir. model ini berhasil tidak cocok dengan data, (62, N 99) 52.03, RMSEA .281. dibebaskan. model ini dianggap final karena tidak terdapat perbaikan lebih lanjut yang signifikan bisa dibuat; cocok dengan data, (4, N 99) 5.02, . Itu indeks modifikasi yang disediakan oleh LISREL digunakan untuk memandu upaya penyesuaian lebih lanjut. Jalur tambahan pertama yang dibebaskan adalah jalan antara Kefasihan serta Orisinalitas. Hal ini mengakibatkan tidak signifikannya jalur antara jam serta Orisinalitas. setelah menghapus jalur ini, model fit adalah tidak signifikannya jalur antara jam serta Orisinalitas. setelah menghapus jalur ini, model fit adalah , (6, N 299) 34,53, RMSEA Kefasihan, statistik fit adalah, 2 (6, N 99) 22.64, RMSEA 0,169. Jalur selanjutnya yang dibebaskan adalah antara Kefasihan dan elaborasi, 12.11, RMSEA.121, 2 (5, N 99). model terakhir, the jalur antara elaborasi dan Orisinalitas dibebaskan. model ini dianggap final karena tidak terdapat perbaikan lebih lanjut yang signifikan bisa dibuat; cocok menggunakan data, (4, N 99) 5.02,2 RMSEA 0,51.

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Milenial Di Kecamatan Mattiro Sompe.

Temuan studi menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan penting untuk modal sosial pada kecamatan mattiro sompe Variabel Pemanfaatan media sosial mempunyai tingkat signifikansi sebanyak 0.028, nilai tersebut lebih sedikit 0.05. Sedangkan Berikan nilai aritmatika yang diperoleh sebanyak 2.224 > ttabel (1.984) maka Pemanfaatan dampak media sosial pada beberapa variabel Keberlanjutan usaha. Menjadi Ho “diterima”. Hal ini sesuai dengan ungkapan (Van Dijck et al.,2013) Di antara media sosial adalah banyak platform berbasis internet yang memungkinkan individu memproduksi dan berbagi konten Media sosial didefinisikan oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein. menjadi

"kumpulan Konten buatan pengguna dapat diproduksi dan dibagikan melalui teknologi Web 2.0 dan aplikasi internet berbasis filosofi.

media sosial mengkategorikan teknologi berdasarkan bentuk yang berbeda teknologi, seperti berkala, blog, blog sosial, forum online, Weibo, Catatan, bookmark sosial, film, podcast, wiki, dan foto (Hamm et al., 2013). Sedangkan menurut (Brown et al., 2017) Keberlanjutan usaha adalah stabilitas kondisi usaha, yang merupakan kelangsungan usaha yang meliputi peningkatan, kelangsungan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan perluasan usaha. Salah satu dari banyak cara media sosial membantu pekerjaan adalah dalam mempresentasikan, mempromosikan, dan mengiklankan produk dan layanan. Ini adalah sesuatu yang dieksploitasi oleh usaha kecil dan menengah (DeBord et al., 2019). Media pemasaran ini muncul menjadi sangat menguntungkan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) karena biaya moderat, dan fleksibilitas yang dapat digunakan organisasi yang lebih kecil untuk beradaptasi sosial (Groth et al., 2017).

terdapat banyak hal yang perlu dipikirkan saat menggunakan social media marketing untuk UMKM baru(De Clercq et al., 2020). Beberapa faktor yg menghipnotis penggunaan pemasaran media sosial antara lain kondisi fasilitas, biaya, kompatibilitas, teknologi terkait penggunaan, dan kemudahan penggunaan. Pelaku UMKM yang umum dengan teknologi informasi harus menguasainya supaya bisa memanfaatkan teknologi atau fitur-fiturnya secara maksimal, terutama di jaringan sosial. Media sosial sebagai media untuk berkomunikasi membantu pemasaran produk dan jasa layanan (Widmer et al., 2017)

Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Milenial Di Kecamatan Mattiro Sompe

Menurut temuan penelitian, kreativitas memiliki efek berpengaruh secara signifikan menuju keberlanjutan usaha Umkm di kecamatan Mattiro Sompe .Variabel Kreativitas mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.028, Hasilnya di bawah 0,05. Sementara itu, hasil hitung t sama dengan 2.231 > ttabel (1.984) maka Kreativitas maka orisinalitas berdampak Keberlanjutan usaha. H4 : "diterima". Hal ini sesuai dengan Ungkapan (Pennisi Paola et.,al 2020).3 kategori utama di mana konsep kreativitas biasanya terfragmentasi adalah: berpikir divergen , wawasan dan kreativitas artistic .

Salah satu faktor yang mempengaruhi kelangsungan usaha UMKM adalah kreativitas. mengatakan bahwa kreativitas adalah kapasitas individu untuk menghasilkan ide atau karya baru yang berbeda secara signifikan dari yang sudah ada

Dalam penelitiannya, peneliti lain (Holm-Hadulla et al., 2021) juga menunjukkan bagaimana kreativitas dan inovasi berdampak pada pemasaran kewirausahaan. Namun, karena usianya yang masih muda, generasi milenial juga terkenal dengan orisinalitas dan spontanitas mereka yang berbeda dalam manajemen perusahaan (Henley, 2017). Individu menggunakan kreativitas mereka untuk menemukan solusi untuk berbagai masalah sambil terlibat dengan lingkungan sekitar dan mencari adaptasi yang sesuai (Brahim Herbane et al. 2019, 2019).

Sains dan teknologi adalah produk imajinasi manusia yang meningkatkan peradaban dan membuat hidup lebih mudah bagi semua orang (Proudfoot et al., 2015). Seluruh perkembangan kreativitas manusia harus diimbangi dengan perubahan dinamis dalam segala aspek kehidupan (Holm-Hadulla et al., 2021). Menurut Rotenberg et al. (2020), kreativitas adalah tempat khusus di mana tiga ciri psikologis—kecerdasan, gaya kognitif, dan kepribadian/motivasi—bertemu.

Pengaruh Modal Sosial Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Milenial Di Kecamatan Mattiro Sompe

Temuan menunjukkan pengaruh modal sosial secara penting untuk keberlanjutan usaha umkm milenial di kecamatan mattiro sompe .Variabel modal Sosial tingkat signifikansi Kurang dari 0,05 adalah nilai 0,001. Sedangkan nilai resultan untuk aritmetika t 3.560 > ttabel (1.984) maka modal Sosial mempengaruhi variabel keberlanjutan usaha . menjadi Ho "diterima". Hal ini sesuai dengan ungkapan (Gelderman, et al., 2016).

Modal sosial adalah teori yang menjelaskan bagaimana orang berhubungan satu sama lain dan dengan kelompok. Tingkat modal relasional juga memengaruhi seberapa kolektif generasi milenial Indonesia. 2019 (Martin Rotenberg dkk.). Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan pentingnya modal sosial dalam menentukan keberhasilan usaha, dengan hasil yang menunjukkan bahwa semakin baik modal sosial, khususnya di sektor UMKM, maka kinerja usaha akan semakin baik.

Peneliti(Cozzolino, 2011) dalam penelitiannya yang berjudul "Trust, Collaboration, and Parity: A Psychological Examination of Social Capital Development " jumlah kapital sosial yang jauh lebih tinggi daripada peserta dalam syarat surplus ($= \beta 0,29$). ketika variabel modal sosial diregresikan pada variabel distribusi serta variabel keadilan distributif, hubungan langsung antara manipulasi dan modal sosial tidak lagi signifikan ($= \beta 0,22$). Teknik bootstrapping yang direkomendasikan oleh Preacher dan Hayes (2004, 2008) menegaskan bahwa efek tidak pribadi dari keadilan distributif (estimasi efek tidak langsung yang tidak standar = $\beta 0,09$, BCa 95% CI [$\beta 0,27$, $\beta 0,002$]) berbeda secara signifikan dari nol.

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Modal Sosial Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Milenial Di Kecamatan Mattiro Sompe

Pengaruh tidak langsung pemanfaatan media sosial terhadap modal Sosial bisa dilihat dari perhitungan tidak langsung pengaruh kreativitas terhadap modal sosial yaitu Cara menghitung tes Sobel $a=0.311$ $Sa = 0.115$ $b =0.302$ $Sb = 0.105$ dan berdasarkan gambar 4.6 sesuai hasil perhitungan diperoleh Melalui aplikasi Tes Sobel, hasil tes Sobel Calculation nilai signifikansi 0.024. Nilai tersebut berarti lebih sedikit 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Keberlanjutan usaha signifikan memediasi pengaruh Pemanfaatan melalui media sosial menjadi modal sosial. tersebut mengartikan bahwa Pemanfaatan media sosial yang penting tidak langsung tentang modal ekuitas. Maka H_0 "diterima". Di antara media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk perdagangan konten "Kumpulan aplikasi Internet yang dibangun di atas teknologi dan ideologi Web 2.0 yang dapat membuat dan bertukar konten buatan pengguna" adalah bagaimana Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial. (Van Dijck et al.,2013).

dalam penelitian (Hibino et al., 2012) yang berjudul link between social capital and Japanese people's perceptions of their own health: a multi-level analysis " menunjukkan bahwa kepercayaan sosial regional dipertimbangkan. dalam model 1 kepercayaan sosial regional mencapai signifikansi statistik ($p,001$) dan berhubungan negatif dengan SRH yang buruk.

Pengaruh Kreativitas Dan Modal Sosial Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Milenial Di Kecamatan Mattiro Sompe

pengaruh tidak langsung Kreativitas terhadap modal Sosial dapat dilihat dari perhitungan tidak langsung pengaruh kreativitas terhadap modal sosial yaitu Cara menghitung tes Sobel $a= 0.312$ $Sa = 0.066$. $b =0.302$ $Sb = 0.105$. serta berdasarkan hasil perhitungan diperoleh Melalui aplikasi Tes Sobel, hasil tes Sobel Calculation diperoleh nilai signifikansi 0.007. nilai yang diperoleh berarti lebih sedikit dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa Keberlanjutan usaha efek mediasi yang kuat Kreativitas Karena modal Sosial. Hasil ini menunjukkan Kreativitas berpengaruh tidak langsung terhadap modal Sosial. Maka hipotesis ketujuh, $H_0 =$ Kreativitas berpengaruh terhadap modal Sosial melalui Keberlanjutan usaha "diterima".

Penelitian (Jong et al., 2017) yg berjudul Interacting with American healthcare providers influences social capital and quality of life for a number of US HIV-positive samples of individuals: Path-analysisModel ini menjelaskan 89% varian dalam QoL, tetapi tidak memiliki kecocokan yang baik ($\chi^2 = 0$, RMSEA = 0,495, CFI = 0). untuk meningkatkan kecocokan model dan untuk menguji sekunder kami hipotesis, dalam model 2 kami menguji efek dari 3 faktor—sosial koneksi, partisipasi masyarakat, dan toleransi terhadap keragaman—pada modal sosial dan QoL .model 2 menjelaskan 99% dari total varians dalam

QoL dan sangat cocok (RMSEA=0, CFI=1). Sosial koneksi memiliki hubungan yang signifikan dan substansial baik dengan Beta standar (std.beta=0,50, $p < 0,05$, beta=7,05, SE=0,64) dan interaksi dengan HCP (std.beta=-0.14, beta=-0.08, SE=0.03, $p < .05$), menunjukkan bahwa ODHA yang memiliki hubungan sosial yang baik lebih suka terlibat dengan HCP mereka dan untuk melaporkan QoL yang lebih baik. di model 2, kami juga menguji memediasi efek keterlibatan dengan HCP antara 3 faktor dan QoL. Keterlibatan dengan HCP memediasi 4,7% hubungan sosial di QoL. Toleransi terhadap keragaman tidak menunjukkan signifikan asosiasi langsung dengan Kualitas hidup (beta=-0.61, SE=0.58, $p=0.29$, standar deviasi beta=-0.04), perkiraan standar efek pada keterlibatan dengan HCP lebih besar dari koneksi sosial (Alih-alih -0,14, std.beta=-0,19.masing-masing). karena tidak ada pengaruh langsung toleransi terhadap keragaman pada QoL, efek positif toleransi terhadap keragaman pada QoL semata-mata dimediasi oleh HCP. sebaliknya, partisipasi masyarakat menunjukkan asosiasi yang terbalik dengan variabel lain pada model. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dapat merugikan kualitas hidup dalam sampel ini. Partisipasi memiliki hubungan yang signifikan dan negatif baik dengan Kualitas layanan (std.beta=-0,14, beta=-1,48, SE=0,33, $p < 0,05$) dan keterlibatan menggunakan HCP (std.beta=0,12, $p < 0,05$, beta=0,05, SE=0,01),ssmenunjukkan bahwa ODHA yang lebih banyak berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat melaporkan QoL yang lebih rendah dan kurang ingin terlibat dengan HCP mereka. Partisipasi masyarakat berkorelasi minimal dengan QoL ($r < 0,01$) dan keterlibatan menggunakan HCP ($r < 0,02$; Tabel 3). ketika model jalur sederhana dilakukan hanya dengan partisipasi masyarakat, hubungan dengan keterlibatan menggunakan HCP tidak signifikan ($p=0,47$) dan hubungan dengan QoL adalah positif dan signifikan ($p < 0,05$).

SIMPULAN

Penggunaan media sosial berdampak signifikan terhadap modal sosial. Kreatif berpengaruh secara signifikan terhadap modal sosial. Pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Modal sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Keberlanjutan Usaha signifikan memediasi pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap Modal Sosial. Keberlanjutan Usaha signifikan memediasi pengaruh Kreativitas terhadap Modal Sosial. Diharapkan para pelaku UMKM milenial dapat menerima perubahan perkembangan zaman dengan adanya teknologi informasi karena penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi sebuah usaha, baik ditinjau dari segi komunikasi, promosi, serta alat transaksi yang mudah dan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, R., & Heaton, P. (2018). Can shared mechanisms of cultural evolution illuminate the process of creativity within the arts and the sciences. In *Progress in Brain Research* (1st ed., Vol. 237). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/bs.pbr.2018.03.018>
- Alvarez, E. C., Kawachi, I., & Romani, J. R. (2016). *Family social capital and health – a systematic review and redirection*. xx(xx), 1–25. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.12506>
- Aryanasl, A., Ghodousi, J., & Arjmandi, R. (2017). *Components of sustainability considerations in management of petrochemical industries*. <https://doi.org/10.1007/s10661-017-5962-y>
- Allen, R., & Heaton, P. (2018). Can shared mechanisms of cultural evolution illuminate the process of creativity within the arts and the sciences. *Progress in Brain Research*, 237, 61–75. <https://doi.org/10.1016/bs.pbr.2018.03.018>
- Brown, T., Kelly, D. D., Vercauteren, S. M., Wilson, W. H., & Werner, A. (2017). How Biobanks Are Assessing and Measuring Their Financial Sustainability. *Biopreservation and Biobanking*, 15(1), 65–71. <https://doi.org/10.1089/bio.2016.0086>

- Basri, W. Sha. M., & Siam, M. R. A. (2019). Social media and corporate communication antecedents of SME sustainability performance. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 35(3), 172–182. <https://doi.org/10.1108/jeas-01-2018-0011>
- Boso, Nathaniel, Vicky M. Story, John W. Cadogan, (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing* 28 (2013) 708–727
- Choi, M., Mesa-frias, M., Nu, E., Hargreaves, J., Prieto-merino, D., Bowling, A., Smith, G. D., Ebrahim, S., Dale, C. E., & Casas, J. P. (2014). *Original article Social capital , mortality , cardiovascular events and cancer : a systematic review of prospective studies. November*, 1895–1920. <https://doi.org/10.1093/ije/dyu212>
- Caselli, R. J. (2009). Creativity: An organizational schema. *Cognitive and Behavioral Neurology*, 22(3), 143–154. <https://doi.org/10.1097/WNN.0b013e318192ccea>
- Chen, Y., Wu, J., Ma, J., Zhu, H., Li, W., & Gan, Y. (2022). The mediating effect of media usage on the relationship between anxiety/fear and physician–patient trust during the COVID-19 pandemic. *Psychology and Health*, 37(7), 847–866. <https://doi.org/10.1080/08870446.2021.1900573>
- Cozzolino, P. J. (2011). Trust, cooperation, and equality: A psychological analysis of the formation of social capital. *British Journal of Social Psychology*, 50(2), 302–320. <https://doi.org/10.1348/014466610X519610>
- De Clercq, E., Rost, M., Gumy-Pause, F., Diesch, T., Espelli, V., & Elger, B. S. (2020). Moving beyond the Friend-Foe Myth: A Scoping Review of the Use of Social Media in Adolescent and Young Adult Oncology. *Journal of Adolescent and Young Adult Oncology*, 9(5), 561–571. <https://doi.org/10.1089/jayao.2019.0168>
- Dayan, E., & Jay, M. (2019). *Improving Communication with*. 533–535. <https://doi.org/10.1097/PRS.0000000000005857>
- DeBord, L. C., Patel, V., Braun, T. L., & Dao, H. (2019). Social media in dermatology: clinical relevance, academic value, and trends across platforms. *Journal of Dermatological Treatment*, 30(5), 511–518. <https://doi.org/10.1080/09546634.2018.1530444>
- Doni, F., Corvino, A., & Bianchi, S. (2019). Servitization and sustainability actions . Evidence from European manufacturing companies. *Journal of Environmental Management*, 234(December 2018), 367–378. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.01.004>
- Duh-leong, C., Dreyer, B. P., Huang, T. T., Katzow, M., Gross, R. S., Fierman, A. H., Tomopoulos, S., Di, C., Mph, C., & Yin, H. S. (2020). Social Capital as a Positive Social Determinant of Health: A Narrative Review. *Academic Pediatrics*. <https://doi.org/10.1016/j.acap.2020.09.013>
- Dai, W. D., Mao, Z. E., Zhao, X. R., & Mattila, A. S. (2015). How does social capital influence the hospitality firm’s financial performance? The moderating role of entrepreneurial activities. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 42–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.011>
- Dalimunthe, R., & Leonita Sibarani, M. (2022). *The Competitive Advantage of Micro-Businesses of Millennial Women in Medan, North Sumatra, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.30-8-2021.2316414>
- Duh-Leong, C., Dreyer, B. P., Huang, T. T. K., Katzow, M., Gross, R. S., Fierman, A. H., Tomopoulos, S., Di Caprio, C., & Yin, H. S. (2021). Social Capital as a Positive Social Determinant of Health: A Narrative Review. *Academic Pediatrics*, 21(4), 594–599. <https://doi.org/10.1016/j.acap.2020.09.013>
- Felício, J. A., Cuoto E., Caiado, J., (2014). Human capital, social capital and organizational performance. *Management Decision*, Vol. 52 Issue. 2, pp.350 – 364
- Ghassemi, E., Fuller, S., Cisneros, R., Barnes, C., & Mclendon, A. (2019). Impact of social media use on reading levels in third-year student pharmacists. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 11(9), 915–919. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2019.05.009>
- Gonz, A. (2020). *Review Article Information behaviour of the millennial generation : a scoping review of medical residents and their use of social media*. <https://doi.org/10.1111/hir.12306>

- Groth, G. G., Longo, L. M., & Martin, J. L. (2017). Social media and college student risk behaviors: A mini-review. *Addictive Behaviors*, 65, 87–91. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.10.003>
- Genaidy, A. M., Sequeira, R., Rinder, M. M., & A-Rehim, A. D. (2009). Determinants of business sustainability: An ergonomics perspective. *Ergonomics*, 52(3), 273–301. <https://doi.org/10.1080/00140130802376042>
- González-Teruel, A., Campos-Peláez, M. I., & Fortea-Cabo, G. (2021). Information behaviour of the millennial generation: a scoping review of medical residents and their use of social media. *Health Information and Libraries Journal*, 38(1), 5–31. <https://doi.org/10.1111/hir.12306>
- Hibino, Y., Takaki, J., Ogino, K., Kambayashi, Y., Hitomi, Y., Shibata, A., & Nakamura, H. (2012). The relationship between social capital and self-rated health in a Japanese population: A multilevel analysis. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 17(1), 44–52. <https://doi.org/10.1007/s12199-011-0218-x>
- Hamm, M. P., Chisholm, A., Shulhan, J., Milne, A., Scott, S. D., Klassen, T. P., & Hartling, L. (2013). Social media use by health care professionals and trainees: A scoping review. *Academic Medicine*, 88(9), 1376–1383. <https://doi.org/10.1097/ACM.0b013e31829eb91c>
- Haslam, S. A., Adarves-Yorno, I., Postmes, T., & Jans, L. (2013). The Collective Origins of Valued Originality: A Social Identity Approach to Creativity. *Personality and Social Psychology Review*, 17(4), 384–401. <https://doi.org/10.1177/1088868313498001>
- Holm-Hadulla, R. M., Hofmann, F. H., Sperth, M., & Mayer, C. H. (2021). Creativity and Psychopathology: An Interdisciplinary View. *Psychopathology*, 54(1), 39–46. <https://doi.org/10.1159/000511981>
- Houston, J. P., & Mednick, S. A. (1963). Creativity and the need for novelty. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(2), 137–141. <https://doi.org/10.1037/h0043197>
- Houston, J. P., & Mednick, S. A. (1963). Creativity and the need for novelty. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66(2), 137–141. <https://doi.org/10.1037/h0043197>
- Herbane, B., Elliott, D., & Swartz, E. M. (2004). Business Continuity Management: Time for a strategic role? *Long Range Planning*, 37(5), 386–457. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2004.07.010>
- Journeault, M. (2016). The Integrated Scorecard in support of corporate sustainability strategies. *Journal of Environmental Management*, 182, 214–229. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2016.07.074>
- Jong, S. S., Carrico, A., Cooper, B., Thompson, L., & Portillo, C. (2017). Engagement with health care providers as a mediator between social capital and quality of life among a sample of people living with HIV in the United States: Path-analysis. *SSM - Population Health*, 3(October 2016), 448–454. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2017.05.001>
- Khalil, R., Godde, B., & Karim, A. A. (2019). The link between creativity, cognition, and creative drives and underlying neural mechanisms. *Frontiers in Neural Circuits*, 13(March), 1–16. <https://doi.org/10.3389/fncir.2019.00018>
- Langaa, P. (2012). *Ergonomics and sustainability – challenges from global supply chains*. 41, 3906–3913. <https://doi.org/10.3233/WOR-2012-0060-3906>
- Lehman, J., Clune, J., Bernard, S., & Jordan, I. C. (2020). *The Surprising Creativity of Digital Evolution : A Collection of Anecdotes from the Evolutionary Computation and Artificial Life Research Communities*. 306, 274–306.
- Leist, A. K. (2013). Social media use of older adults: A mini-review. *Gerontology*, 59(4), 378–384. <https://doi.org/10.1159/000346818>
- Lindheim, S. R., Christianson, M. S., San, J., & A, M. B. (2021). *The need for business in reproductive medicine*. 115(1), 1–3. <https://doi.org/10.1016/j.fertnstert.2020.10.054>
- Luo, S., Xin, M., Wang, S., Zhao, J., Zhang, G., Li, L., Li, L., & Lau, J. T. F. (2021). Behavioral intention of receiving COVID-19 vaccination, social media exposures, and

- peer discussions in China. *Epidemiology and Infection*.
<https://doi.org/10.1017/S0950268821000947>
- Mackler, B., & Shontz, F. C. (2015). *Life Styles and Creativity: A Review*. 3980(November).
<https://doi.org/10.1080/00223980.1964.9916737>
- Mittra, J., & Tait, J. (2012). Analysing stratified medicine business models and value systems: innovation- regulation interactions. *New BIOTECHNOLOGY*, 29(6), 709–719. <https://doi.org/10.1016/j.nbt.2012.03.003>
- Monks, I., Stewart, R. A., Sahin, O., & Keller, R. J. (2021). Taxonomy and model for valuing the contribution of digital water meters to sustainability objectives. *Journal of Environmental Management*, 293(April), 112846.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112846>
- Morgan, A., Svedberg, P., Nyholm, M., & Nygren, J. (2020). *Advancing knowledge on social capital for young people 's mental health*. 1–13.
<https://doi.org/10.1093/heapro/daaa055>
- Muruthi, J. R., Dolbin-macnab, M. L., & Jarrott, S. E. (2020). *Social Capital Among Black South African Grandmothers Raising Grandchildren*.
<https://doi.org/10.1177/0733464820966474>
- Paola, P., Laura, G., Giusy, M., & Michela, C. (2020). Autism , autistic traits and creativity : a systematic review and meta - analysis. In *Cognitive Processing*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/s10339-020-00992-6>
- Pinheiro, M. A., & Simão, L. M. (2021). Creativity and Fiction: Interpretative Horizons on the Emergence of the New in the Relationship Between Individual and Culture. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 55(1), 1–17.
<https://doi.org/10.1007/s12124-020-09583-8>
- Proudfoot, D., Kay, A. C., Koval, C. Z., Hitchcock, A., Dylan, B., & Wright, F. L. (2015). *A Gender Bias in the Attribution of Creativity: Archival and Experimental Evidence for the Perceived Association Between Masculinity and Creative Thinking*.
<https://doi.org/10.1177/0956797615598739>
- Quarles, J., & Hafron, J. (2021). Understanding the Millennial Physician. *Urologic Clinics of NA*, 48(2), 195–202. <https://doi.org/10.1016/j.ucl.2020.12.001>
- Rajamohan, S., Bennett, E., & Tedone, D. (2019). The hazards and benefits of social media use in adolescents. *Nursing*, 49(11), 52–56.
<https://doi.org/10.1097/01.NURSE.0000585908.13109.24>
- Ramage, C., & Moorley, C. (2019). A narrative synthesis on healthcare students use and understanding of social media: Implications for practice. *Nurse Education Today*, 77(March), 40–52. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2019.03.010>
- Reinhardt, R., Christodoulou, I., Gassó-domingo, S., & Amante, B. (2019). Towards sustainable business models for electric vehicle battery second use : A critical review. *Journal of Environmental Management*, 245(December 2018), 432–446.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2019.05.095>
- Rotenberg, M., Anderson, K. K., & McKenzie, K. (2020). Social capital and psychosis: a scoping review. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 55(6), 659–671.
<https://doi.org/10.1007/s00127-019-01812-9>
- Roy, A. L. (2018). Intersectional ecologies: Positioning intersectionality in settings-level research. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 2018(161), 9–20.
<https://doi.org/10.1002/cad>
- Sachdev, G. (2014). Sustainable business models: Systematic approach toward successful ambulatory care pharmacy practice. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 71(16), 1366–1374. <https://doi.org/10.2146/ajhp140078>
- Spiotta, A. M., Kalthorn, S., & Patel, S. (2018). Millenials in neurosurgery: Is there hope? *Clinical Neurosurgery*, 83(2), E71–E73. <https://doi.org/10.1093/neuros/nyy228>
- Spottswood, E. L., & Wohn, D. Y. (2020). Online social capital: recent trends in research. *Current Opinion in Psychology*, 36, 147–152.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.07.031>

- Surani, Z., Hirani, R., Elias, A., Quisenberry, L., Varon, J., Surani, S., & Surani, S. (2017). Social media usage among health care providers. *BMC Research Notes*, 10(1), 1–5. <https://doi.org/10.1186/s13104-017-2993-y>
- Taylor, C. L. (2017). Creativity and Mood Disorder: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Perspectives on Psychological Science*, 12(6), 1040–1076. <https://doi.org/10.1177/1745691617699653>
- Terrasse, M., Gorin, M., & Sisti, D. (2019). Social Media, E-Health, and Medical Ethics. *Hastings Center Report*, 49(1), 24–33. <https://doi.org/10.1002/hast.975>
- Uekusa, S., Matthewman, S., & Lorenz, D. F. (2022). Conceptualising disaster social capital: what it is, why it matters, and how it can be enhanced. *Disasters*, 46(1), 56–79. <https://doi.org/10.1111/disa.12470>
- Verhaeghen, P., Joormann, J., & Khan, R. (2005). Why we sing the blues: The relation between self-reflective rumination, mood, and creativity. *Emotion*, 5(2), 226–232. <https://doi.org/10.1037/1528-3542.5.2.226>
- Watson, J. (2018). Social Media Use in Cancer Care. *Seminars in Oncology Nursing*, 34(2), 126–131. <https://doi.org/10.1016/j.soncn.2018.03.003>
- Widmer, R. J., Arce, M. K., Aase, L. A., & Timimi, F. K. (2017). Social Media Platforms and Heart Failure. *Journal of Cardiac Failure*, 23(11), 809–812. <https://doi.org/10.1016/j.cardfail.2017.07.396>
- Wanambisi, A. N., & Bwisa, P. H. M. (2013). Effects of Microfinance Lending on Business Performance: A Survey of Micro and Small Enterprises in Kitale Municipality, Kenya. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(7). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i7/9>
- Waltz, L. A., Muñoz, L., Weber Johnson, H., & Rodriguez, T. (2020). Exploring job satisfaction and workplace engagement in millennial nurses. *Journal of Nursing Management*, February, 673–681. <https://doi.org/10.1111/jonm.12981>
- Xue, X., Reed, W. R., & Menclova, A. (2020). Social capital and health: a meta- analysis. *Journal of Health Economics*, 72, 102317. <https://doi.org/10.1016/j.jhealeco.2020.102317>
- Xu X, Antwi HA, Zhou L, Mustafa T, Bofo-Arthur A. Can social capital play a role in contracting services of family doctors in China? Reflections based on an integrative review. *BMC Fam Pract*. 2021;22(1):1-17. doi:10.1186/s12875-021-01431-x