

ABSTRAK

Vivian Halim¹, Sheila Natasyha Halim², Purnama Yanti Purba³

KINERJA UMKM KULINER GENERASI Z DI KOTA MEDAN: PERAN KETERLIBATAN DIGITAL DALAM MEMEDIASI KOMPETENSI KEPEMIMPINAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL”

Program Sarjana Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Transformasi digital UMKM tidak hanya memerlukan adopsi teknologi digital, tetapi juga pengembangan kapabilitas strategis untuk meningkatkan kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kompetensi kepemimpinan dan pemanfaatan media sosial terhadap kinerja usaha, dengan keterlibatan digital sebagai variabel mediasi pada UMKM kuliner Generasi Z di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif eksplanatori dengan data yang dikumpulkan dari 100 UMKM kuliner Generasi Z di Kota Medan. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi kepemimpinan dan pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan digital maupun kinerja usaha. Keterlibatan digital juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha serta berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara kompetensi kepemimpinan dan kinerja usaha, maupun antara pemanfaatan media sosial dan kinerja usaha. Temuan penelitian ini memperluas RBV dengan memposisikan keterlibatan digital sebagai kapabilitas relasional strategis yang mentransformasikan kapabilitas internal organisasi dan sumber daya digital menjadi peningkatan kinerja usaha.

Kata kunci: Kepemimpinan; Media Sosial; Keterlibatan Digital; Kinerja Usaha

**BUSINESS PERFORMANCE OF GENERATION Z- CULINARY MSMEs IN
MEDAN: THE MEDIATING ROLE OF DIGITAL ENGAGEMENT IN THE
RELATIONSHIP BETWEEN LEADERSHIP COMPETENCIES AND SOCIAL
MEDIA UTILIZATION**

Bachelor of Management Program, Universitas Prima Indonesia

The digital transformation of MSMEs requires not only the adoption of digital technologies but also the development of strategic capabilities to improve business performance. This study aims to examine the effects of leadership competencies and social media utilization on business performance, with digital engagement as a mediating variable among generation Z- culinary MSMEs in Medan. This study employed a quantitative explanatory research design using data collected from 100 Generation Z- culinary MSMEs in Medan. The data were analyzed using SEM-PLS. The results demonstrate that leadership competencies and social media utilization have positive and significant effect on both digital engagement and business performance. Digital engagement also has positive and significant effect on business performance and serves as a significant mediator in the relationships between leadership competencies and business performance, as well as between social media utilization and business performance. The findings extend the RBV by positioning digital engagement as a strategic relational capability that transforms internal organizational capabilities and digital resources into enhanced business performance.

Keywords: Leadership; Social Media; Digital Engagement; Business Performance