

Pengaruh Kemitraan Digital UMKM Terhadap Minat Generasi Z Mendukung Pertumbuhan Inklusif Kota Medan

Tri Kusmarini Saragih, Salsalina Br Tarigan, Lisbet Desiana Simanjuntak, Sixson Reberto Simangunsong*

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan, Indonesia

Email: ¹rinisaragih456@gmail.com, ²tarigansalsalina6@gmail.com ³lisbetdesiana@gmail.com, ⁴*msixson@gmail.com

(* : corressponding author)

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Medan memiliki potensi besar dalam perekonomian daerah, namun pemanfaatan digitalisasi masih terkendala rendahnya literasi digital dan minimnya partisipasi generasi muda dalam ekosistem kemitraan digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Kemitraan Digital UMKM terhadap Minat Generasi Z dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal dengan metode survei eksplanatif terhadap 50 responden Generasi Z yang dipilih secara purposive sampling. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemitraan Digital UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Z, dengan koefisien jalur sebesar 0,684, nilai T-Statistics 7,946, dan P-Values 0,000. Variabel Kemitraan Digital UMKM mampu menjelaskan 46,8% variasi Minat Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan pentingnya penguatan kemitraan digital yang melibatkan partisipasi aktif generasi muda guna mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif.

Kata Kunci: Kemitraan Digital UMKM, Minat Generasi Z, Pertumbuhan Ekonomi Inklusif, SEM-PLS, Kota Medan

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, tidak terkecuali di Kota Medan sebagai pusat ekonomi Provinsi Sumatera Utara. Tercatat sekitar 70.000 unit UMKM beroperasi di Kota Medan dan berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja serta penguatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah [1]. Meskipun potensinya besar, sebagian UMKM di Kota Medan belum memanfaatkan digitalisasi secara optimal akibat rendahnya literasi digital, distribusi pelatihan yang tidak merata, dan keterbatasan infrastruktur pendukung [1], [2].

Di sisi lain, transformasi digital telah menjadi keniscayaan bagi keberlangsungan usaha. Laporan *Boston Consulting Group* (BCG) menunjukkan bahwa negara-negara tetangga seperti Tiongkok dan Malaysia secara agresif meningkatkan tingkat digitalisasi UMKM guna membuka nilai ekonomi baru, sementara literasi digital Indonesia khususnya di luar kota besar masih tertinggal dan membatasi potensi ekonomi yang dapat diraih pelaku usaha [3]. Pemerintah Kota Medan telah merespons kondisi ini melalui berbagai program kemitraan digital, antara lain pendampingan pengelolaan bisnis daring, integrasi UMKM ke dalam *e-katalog* lokal, serta kerja sama dengan penyedia platform seperti Paper.id untuk 20.000 UMKM binaan [1], dan kolaborasi dengan lembaga keuangan daerah untuk memperluas akses pembiayaan inklusif [4]. Kemitraan semacam ini melibatkan sinergi antara sektor publik, pelaku UMKM, dan platform digital, di mana pemerintah menyediakan regulasi dan edukasi, UMKM mengadopsi inovasi, sedangkan mitra komersial memfasilitasi logistik dan akses pasar [1].

Keberhasilan kemitraan digital tersebut tidak dapat dilepaskan dari peran generasi muda, khususnya Generasi Z, yang tumbuh sebagai *digital native* dan memiliki kedekatan alami dengan teknologi. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z berperan sebagai katalisator UMKM melalui kreativitas konten, *storytelling digital*, dan pemanfaatan *social commerce* yang mampu memperluas jangkauan pasar serta memperkuat citra merek [5]. Kehadiran Generasi Z juga membawa pengaruh signifikan terhadap inovasi produk dan strategi *digital marketing* UMKM di berbagai daerah [6], sekaligus menjadi mitra strategis dalam memperkuat visibilitas dan kredibilitas merek melalui kolaborasi *co-branding* dan *micro-influencer* [7]. Kedekatan Generasi Z dengan ekosistem finansial digital ini turut ditegaskan oleh temuan di Kota Medan yang menunjukkan bahwa strategi keuangan berbasis aplikasi digital, seperti *soft saving* melalui dompet digital, memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan generasi ini, sekaligus mengindikasikan pentingnya literasi keuangan digital dalam mendorong keterlibatan mereka pada program-program berbasis platform digital [8]. Posisi generasi Z yang adaptif terhadap teknologi ini menempatkan mereka sebagai agen penyebar (*diffuser*) inovasi digital di lingkungan UMKM sekitarnya, sebuah peran yang akan dijelaskan lebih lanjut melalui pendekatan teori difusi inovasi. Namun demikian, minat generasi ini untuk terlibat aktif dalam ekosistem kemitraan digital UMKM masih diwarnai tantangan, seperti kesenjangan digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan serta rendahnya literasi digital produktif [5], [7].

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara digitalisasi UMKM dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Studi di Kota Padang menyoroti peran Generasi Z dalam akselerasi transformasi digital UMKM menuju ekonomi yang berdaya saing [5], sementara penelitian di Kota Semarang dan sejumlah daerah lain berfokus pada strategi pemasaran digital yang digerakkan oleh Generasi Z [6]. Kajian lain di tingkat nasional menekankan bahwa

digitalisasi UMKM melalui peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, dan perluasan akses pasar berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi inklusif, meskipun implementasinya masih dibayangi kesenjangan infrastruktur dan literasi digital [9],[10]. Konsep keadilan inklusif itu sendiri tidak terbatas pada sektor ekonomi, sebagaimana ditegaskan dalam kajian tentang pendidikan khusus di Indonesia yang menyatakan bahwa inklusivitas menuntut sinergi antara regulasi, kapasitas sumber daya, penyediaan fasilitas, dan perubahan paradigma masyarakat [11]. Adapun kajian yang secara khusus meneliti UMKM di Kota Medan lebih banyak menyoroti pengaruh digitalisasi terhadap daya saing usaha dan efektivitas kebijakan pemerintah daerah [1], [2]. Namun belum banyak yang secara spesifik mengukur bagaimana bentuk kemitraan digital tersebut memengaruhi minat Generasi Z untuk turut mendukungnya. Penelitian mengenai pentingnya kolaborasi lintas pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam ekosistem digital juga menegaskan bahwa kemitraan antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha dapat memperluas akses pasar digital yang inklusif bagi UMKM [12], namun dimensi minat generasi muda sebagai motor penggerak kemitraan tersebut belum menjadi fokus utama dalam literatur yang ada.

Kesenjangan penelitian tersebut menunjukkan perlunya kajian yang secara khusus menghubungkan bentuk kemitraan digital UMKM dengan minat Generasi Z di Kota Medan sebagai representasi kota besar di kawasan Sumatera. Penelitian-penelitian terdahulu cenderung berjalan pada dua jalur yang terpisah: di satu sisi mengkaji dampak digitalisasi terhadap daya saing usaha dan efektivitas kebijakan pemerintah daerah [1], [2], dan di sisi lain menyoroti peran Generasi Z dalam pemasaran digital serta literasi keuangan digital. Kajian mengenai kolaborasi lintas pemangku kepentingan dalam ekosistem digital [12] pun masih berhenti pada level kebijakan dan kelembagaan, tanpa menempatkan minat generasi muda sebagai unit analisis utama, sementara prinsip keadilan inklusif dari sektor lain menegaskan bahwa keberhasilan agenda inklusi sangat bergantung pada partisipasi aktif kelompok yang dituju, bukan sekadar menjadi objek kebijakan [11]. Dengan demikian, belum ada penelitian yang secara spesifik mengukur bagaimana bentuk-bentuk kemitraan digital UMKM mencakup pendampingan pemerintah, integrasi platform marketplace, dan kolaborasi pembiayaan digital memengaruhi minat Generasi Z untuk berpartisipasi dan mendukung ekosistem tersebut.

Penelitian ini menawarkan solusi berupa analisis pengaruh kemitraan digital UMKM terhadap minat Generasi Z di Kota Medan, dengan mengidentifikasi faktor-faktor kemitraan digital yang paling berpengaruh terhadap minat mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang aplikatif bagi Pemerintah Kota Medan, pelaku UMKM, dan mitra platform digital dalam merancang strategi kemitraan yang lebih relevan bagi generasi muda, sehingga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Kota Medan[13].

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Konsep UMKM dan Kemitraan Digital

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha produktif yang dikelola oleh perorangan atau badan usaha kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 [14]. Dalam konteks transformasi digital, UMKM dituntut untuk membentuk ulang strategi bisnis, model operasional, dan pendekatan pemasarannya agar mampu beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis [14]. *Kemitraan digital* dipahami sebagai bentuk kolaborasi antar-pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang meliputi pemerintah, pelaku UMKM, dan penyedia platform digital, di mana sektor publik berperan menyediakan regulasi dan edukasi, UMKM mengadopsi inovasi dalam operasional bisnisnya, sementara mitra komersial memfasilitasi akses logistik dan pasar [1]. Bentuk kemitraan ini menjadi instrumen penting untuk mengatasi keterbatasan sumber daya, pengetahuan pasar (*market intelligence*), dan jaringan bisnis (*business networking*) yang selama ini menjadi kendala UMKM dalam bersaing di pasar digital[15].

2.2 Teori Difusi Inovasi

Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovation Theory*) yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers menjelaskan bagaimana, mengapa, dan seberapa cepat suatu inovasi teknologi menyebar dan diadopsi dalam suatu sistem sosial [16]. Teori ini mengklasifikasikan individu ke dalam lima kategori *adopter innovators*, *early adopters*, *early majority*, *late majority*, dan *laggards* yang mencerminkan kecepatan dan kesiapan mereka dalam menerima inovasi [16]. Dalam konteks kemitraan digital UMKM, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana Generasi Z, yang umumnya berada pada kategori *innovators* atau *early adopters* karena kedekatannya dengan teknologi, berperan sebagai agen penyebar inovasi yang mempercepat adopsi digital pada UMKM di lingkungan sekitarnya [16].

2.3 Teori Minat (Theory of Planned Behavior)

Untuk menjelaskan minat Generasi Z dalam mendukung kemitraan digital UMKM, penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen. Teori ini menyatakan bahwa minat atau intensi (*intention*) seseorang untuk berperilaku tertentu dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap

perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) [17]. Semakin positif sikap, dukungan lingkungan sosial, dan keyakinan atas kemampuan diri seseorang terhadap suatu perilaku, semakin tinggi pula minat untuk melakukannya [17]. Dalam penelitian ini, TPB digunakan sebagai kerangka untuk menjelaskan bagaimana persepsi Generasi Z terhadap manfaat, dukungan sosial, dan kemudahan akses terhadap program kemitraan digital UMKM dapat membentuk minat mereka untuk berpartisipasi dan mendukung ekosistem tersebut.

2.4 Karakteristik Generasi Z sebagai Digital Native

Generasi Z, yang lahir pada rentang pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai *digital native* karena tumbuh bersamaan dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan internet [5], [6]. Karakteristik ini menjadikan mereka terbiasa berinteraksi melalui media sosial, memiliki kreativitas tinggi dalam memproduksi konten digital, serta cenderung memanfaatkan *social commerce* dan strategi *storytelling digital* dalam aktivitas ekonomi [5]. Generasi ini juga dikenal adaptif terhadap teknologi baru serta memiliki peran strategis sebagai katalisator maupun mitra UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat *branding* digital melalui kolaborasi seperti *co-branding* dan *micro-influencer* [6], [7].

2.5 Konsep Pertumbuhan Ekonomi Inklusif

Pertumbuhan ekonomi inklusif merupakan konsep pembangunan yang menekankan pemerataan manfaat pertumbuhan ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat, bukan hanya berorientasi pada tingginya angka pertumbuhan semata [18]. Menurut *United Nations Development Programme* (UNDP), pertumbuhan ekonomi inklusif adalah pertumbuhan yang meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga manfaatnya dapat dinikmati secara merata oleh semua pihak, termasuk kelompok rentan dan pelaku usaha berskala kecil [19]. Dalam konteks ini, penguatan kemitraan digital UMKM yang melibatkan partisipasi generasi muda dapat dipandang sebagai salah satu strategi mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di tingkat kota, karena turut memperluas akses ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan kesejahteraan bagi pelaku usaha skala mikro dan kecil [18], [19].

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teori di atas, penelitian ini membangun kerangka pemikiran bahwa kemitraan digital UMKM yang tercermin dari dukungan kebijakan pemerintah, integrasi platform digital, dan kolaborasi pembiayaan berpotensi memengaruhi minat Generasi Z melalui mekanisme sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku sebagaimana dijelaskan dalam TPB [17]. Minat yang terbentuk kemudian mendorong partisipasi aktif Generasi Z sebagai agen difusi inovasi [16], yang pada akhirnya berkontribusi terhadap terciptanya pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Kota Medan [18], [19]. Kerangka pemikiran ini menjadi dasar analisis pada bagian pembahasan selanjutnya.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif untuk menguji pengaruh Kemitraan Digital UMKM terhadap Minat Generasi Z mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di Kota Medan sebagaimana kerangka pemikiran yang telah diuraikan pada bagian tinjauan teoritis. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 sangat tidak setuju hingga 5 sangat setuju, untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap indikator variabel penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya diolah secara statistik menggunakan perangkat lunak SmartPLS[20].

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif asosiatif kausal dengan pendekatan survei eksplanatif (*explanatory survey*), yaitu desain yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel serta menguji signifikansi pengaruh tersebut secara statistik, bukan sekadar mendeskripsikan fenomena. Rancangan penelitian bersifat *cross-sectional*, di mana data dikumpulkan dari responden pada satu titik waktu tertentu, sehingga hasil penelitian menggambarkan kondisi persepsi dan minat Generasi Z pada periode pengambilan data berlangsung.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu masing-masing anggota Generasi Z di Kota Medan yang memenuhi kriteria sampel. Hubungan antar variabel dirancang bersifat kausal-prediktif satu arah, yaitu menguji pengaruh variabel eksogen Kemitraan Digital UMKM (X) terhadap variabel endogen Minat Generasi Z (Y), sejalan dengan kerangka pemikiran yang dibangun dari Teori Difusi Inovasi dan *Theory of Planned Behavior* pada bagian tinjauan teoritis. Pengujian pengaruh tersebut dilakukan melalui pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS), yang dipilih karena mampu menguji model dengan konstruk laten multidimensi serta sesuai untuk ukuran sampel yang relatif terbatas.

Secara keseluruhan, tahapan penelitian dirancang mengikuti alur: (1) perumusan kerangka pemikiran dan hipotesis berdasarkan tinjauan teoritis, (2) penyusunan dan pengujian instrumen kuesioner, (3) pengumpulan

data primer melalui survei daring, (4) evaluasi model pengukuran (outer model), (5) evaluasi model struktural (inner model), dan (6) pengujian hipotesis melalui prosedur bootstrapping untuk menarik kesimpulan atas pengaruh Kemitraan Digital UMKM terhadap Minat Generasi Z.

2.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili dan beraktivitas di Kota Medan, yaitu individu yang lahir pada rentang pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2010-an. Mengingat jumlah populasi Generasi Z di Kota Medan yang besar dan tidak diketahui secara pasti jumlahnya, penentuan ukuran sampel mengacu pada kecukupan minimum untuk analisis Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS), sehingga ditetapkan sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden: 1. Termasuk dalam rentang usia Generasi Z, 2. Berdomisili atau beraktivitas di Kota Medan, 3. Mengetahui atau pernah terlibat dengan salah satu bentuk kemitraan digital UMKM di Kota Medan, baik sebagai konsumen, pengguna platform digital, maupun pelaku usaha pemula.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada responden yang memenuhi kriteria populasi dan sampel. Kuesioner disusun secara tertutup dengan sejumlah pernyataan yang mengacu pada indikator masing-masing variabel penelitian, serta menggunakan skala Likert lima poin sebagai instrumen pengukuran sikap dan persepsi responden. Sebelum digunakan untuk pengumpulan data secara menyeluruh, instrumen kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya guna memastikan setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara konsisten dan akurat.

2.4 Variabel dan Definisi Operasional

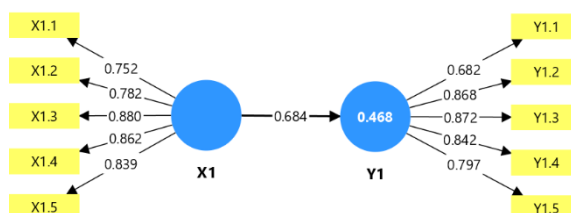
Penelitian ini terdiri dari variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen adalah Kemitraan Digital UMKM (X), yang diukur melalui tiga dimensi utama sebagaimana dijelaskan pada bagian tinjauan teoritis, yaitu dukungan kebijakan dan pendampingan pemerintah, integrasi platform digital/marketplace, dan kolaborasi pembiayaan digital [1]. Variabel endogen adalah Minat Generasi Z (Y) dalam mendukung kemitraan digital UMKM, yang diukur berdasarkan tiga komponen Theory of Planned Behavior, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) [17]. Setiap dimensi dijabarkan lebih lanjut ke dalam beberapa item pernyataan pada kuesioner agar dapat diukur dan diolah secara statistik.

2.5 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan analisis dilakukan melalui dua model utama, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model). Evaluasi outer model dilakukan melalui uji validitas konvergen, yang dilihat dari nilai outer loading dan Average Variance Extracted (AVE), uji validitas diskriminan, serta uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan dengan melihat nilai R-Square (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen, serta nilai Q-Square (Q^2) untuk menilai relevansi prediktif model. Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan melihat nilai koefisien jalur (path coefficient), nilai T-statistic, dan P-value, di mana hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai T-statistic $> 1,96$ dan P-value $< 0,05$ pada tingkat signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian



Gambar 4.1 Model Struktural Hasil Pengolahan Data SmartPLS 4

Hasil pengolahan data penelitian ini menggunakan SmartPLS 4 menghasilkan model struktural sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.1. Diagram tersebut menunjukkan hubungan antara variabel Kemitraan Digital UMKM (X1) yang diukur melalui lima indikator (X1.1–X1.5) dan variabel Minat Generasi Z (Y1) yang diukur melalui lima

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 277-283

indikator (Y1.1–Y1.5). Nilai outer loading pada masing-masing indikator X1 berkisar antara 0,752 hingga 0,880, sedangkan pada indikator Y1 berkisar antara 0,682 hingga 0,872. Seluruh nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,70 (untuk sebagian besar indikator) sehingga dinyatakan valid dalam merepresentasikan variabel latennya. Diagram ini juga menampilkan nilai koefisien jalur X1 terhadap Y1 sebesar 0,684 serta nilai R-Square pada variabel Y1 sebesar 0,468. Penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing hasil pengujian tersebut diuraikan pada subbab berikut.

4.1.1 Hasil path coefficient (Signifikan Pengaruh)

Pengujian signifikansi pengaruh antarvariabel dilakukan melalui prosedur bootstrapping pada SmartPLS 4, dengan melihat nilai Original Sample (arah pengaruh), T-Statistics, dan P-Values. Kriteria pengujian menetapkan bahwa pengaruh dinyatakan signifikan apabila nilai T-Statistics lebih besar dari 1,96 dan P-Values lebih kecil dari 0,05.

Tabel 1. Hasil Uji Path Coefficient

Hubungan Antar Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y1	0,684	0,720	0,086	7,946	0,000

Berdasarkan Tabel 1, diperoleh nilai Original Sample sebesar 0,684 dengan arah positif pada jalur X1 → Y1, nilai T-Statistics sebesar 7,946 (lebih besar dari nilai kritis 1,96), dan nilai P-Values sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima, yaitu Kemitraan Digital UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Z dalam mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di Kota Medan.

Nilai koefisien jalur sebesar 0,684 menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan tergolong kuat. Artinya, semakin baik kualitas dan intensitas kemitraan digital UMKM yang dirasakan oleh Generasi Z, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berpartisipasi dan mendukung ekosistem tersebut. Nilai T-Statistics sebesar 7,946 yang jauh melampaui ambang batas 1,96 turut memperkuat keyakinan bahwa hubungan antara kedua variabel ini bukan terjadi secara kebetulan, melainkan didukung secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%.

4.1.2 Hasil R-Square (Koefisien Determinasi)

Tabel 2. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-square	Adjusted R-square
Y1	0,468	0,457

Pengujian R-Square dilakukan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogen pada model penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4, diperoleh nilai R-Square pada lingkaran variabel Y1 (Minat Generasi Z) sebesar 0,468 dan Adjusted R-Square sebesar 0,457. Nilai pada lingkaran variabel Y1 ini menunjukkan besarnya kemampuan variabel X1 (Kemitraan Digital UMKM) dalam menjelaskan variabel Y1. Arah panah dari X1 menuju Y1 menunjukkan bahwa penelitian ini menguji pengaruh kemitraan digital UMKM terhadap minat Generasi Z, sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya.

Nilai R-Square sebesar 0,468 tersebut tergolong dalam kategori moderat, yang berarti variabel Kemitraan Digital UMKM mampu menjelaskan 46,8% variasi Minat Generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

4.1.3 Hasil Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Variabel	Cronbach's Alpha	Keandalan Komposit (rho_a)	Keandalan Komposit (rho_c)	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Y1	0,871	0,878	0,908	0,665
X1	0,886	0,922	0,914	0,680

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu mengukur variabel penelitian secara konsisten dan akurat. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Y1 (Minat Generasi Z) sebesar 0,871 dan variabel X1 (Kemitraan Digital UMKM) sebesar 0,886, di mana kedua nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Nilai Composite Reliability (rho_c) sebesar 0,908 untuk Y1 dan 0,914 untuk X1 turut memperkuat hasil tersebut.

Selain itu, nilai Average Variance Extracted (AVE) sebesar 0,665 untuk Y1 dan 0,680 untuk X1 menunjukkan bahwa masing-masing indikator mampu menjelaskan lebih dari 50% varians konstruksinya, sehingga validitas konvergen pada model penelitian ini dinyatakan terpenuhi.

4.2 Pembahasan Penelitian

Temuan ini memperkuat kerangka pemikiran yang dibangun berdasarkan Theory of Planned Behavior, di mana persepsi positif terhadap bentuk-bentuk kemitraan digital UMKM mencakup dukungan kebijakan pemerintah, integrasi platform marketplace, dan kolaborasi pembiayaan digital membentuk sikap (attitude), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control) yang pada akhirnya mendorong minat Generasi Z untuk terlibat aktif. Hasil ini juga selaras dengan Teori Difusi Inovasi, yang menempatkan Generasi Z sebagai kelompok innovators atau early adopters yang cenderung merespons secara positif terhadap program-program berbasis teknologi, sehingga berpotensi berperan sebagai agen penyebar (diffuser) inovasi digital di lingkungan UMKM sekitarnya.

Nilai R-square sebesar 46,8% menunjukkan bahwa meskipun kemitraan digital UMKM memberikan kontribusi yang berarti, masih terdapat ruang bagi faktor-faktor lain seperti tingkat literasi digital individu, dukungan lingkungan sosial, atau karakteristik demografis untuk turut memengaruhi minat Generasi Z, yang dapat menjadi arah bagi penelitian selanjutnya. Secara keseluruhan, temuan ini mendukung argumen bahwa penguatan kemitraan digital UMKM yang melibatkan partisipasi aktif generasi muda dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di Kota Medan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, hasil evaluasi model pengukuran (outer model) menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Kemitraan Digital UMKM (X1) dan Minat Generasi Z (Y1) valid dan reliabel, yang dibuktikan dengan nilai outer loading di atas 0,70, Cronbach's Alpha di atas 0,70 (0,871 dan 0,886), Composite Reliability di atas 0,70 (0,908 dan 0,914), serta Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50 (0,665 dan 0,680). Dengan demikian, instrumen penelitian ini layak digunakan untuk mengukur kedua variabel tersebut. Kedua, hasil evaluasi model struktural (inner model) menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,468, yang berarti variabel Kemitraan Digital UMKM mampu menjelaskan 46,8% variasi Minat Generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Nilai ini tergolong dalam kategori moderat. Ketiga, hasil pengujian hipotesis melalui prosedur bootstrapping menunjukkan bahwa Kemitraan Digital UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Generasi Z, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,684, T-Statistics sebesar 7,946 ($> 1,96$), dan P-Values sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dengan demikian, hipotesis penelitian yang diajukan dinyatakan diterima. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin baik kualitas kemitraan digital UMKM yang mencakup dukungan kebijakan pemerintah, integrasi platform marketplace, dan kolaborasi pembiayaan digital semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk berpartisipasi dan mendukung ekosistem tersebut, sehingga pada akhirnya berkontribusi terhadap terciptanya pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Kota Medan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa Pemerintah Kota Medan, pelaku UMKM, dan mitra platform digital perlu terus memperkuat bentuk-bentuk kemitraan digital yang relevan dengan karakteristik Generasi Z sebagai generasi digital native, agar partisipasi mereka dalam mendukung digitalisasi UMKM dapat terus meningkat. Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain jumlah sampel yang relatif kecil (50 responden) dan cakupan variabel eksogen yang terbatas pada tiga dimensi kemitraan digital. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sampel, menambah variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat Generasi Z, seperti literasi digital, dukungan sosial, atau kepercayaan terhadap platform digital, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor pendukung kemitraan digital UMKM.

REFERENCES

- [1] A. W. Zein, M. Alif, R. P. Nasution, and A. Laksono, "Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Medan pada Kebijakan PemKot," pp. 116–127, 2025.
- [2] A. Hutagaol, D. B. N. Damanik, J. R. S. Saragih, M. F. Wijaya, R. S. M. Sitompul, W. H. Sugara, dan L. S. Pratama., "Analisis pengaruh digitalisasi terhadap umkm di kota medan," vol. 6, no. 3, 2024. Available: https://www.researchgate.net/publication/386537484_Analisis_Pengaruh_Digitalisasi_Terdapat_Umkm_Di_Kota_Medan
- [3] "Menciptakan Pertumbuhan Inklusif melalui Digitalisasi UMKM di Indonesia," no. June, 2022.
- [4] Redaksi Merdeka, "Kerja Sama Pemkot Medan dan BJB: Dorong Pembiayaan Inklusif dan Inovasi Digital," *Reporter*, 2026.
- [5] F. Setyadi, A. Ria, R. Nida, and M. Riyantie, "Digitalisasi UMKM Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Inklusif," vol. 8, no. 1, pp. 40–52, 2025. https://www.researchgate.net/publication/393112346_Digitalisasi_UMKM_Dalam_Mendorong_Pertumbuhan_Ekonomi_Inklusif

ISSN 2962-7966 (media online)

Vol 4 No 1, Hal: 277-283

- [6] Y. A. Tarigan, A. Gusfira, R. Ria, and A. Hasibuan, "Peran Aktif Generasi Z dalam Inovasi dan Pemasaran Digital UMKM di Era Teknologi," vol. 2, pp. 52-60, 2025.
<https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JIMaKeBiDi/article/download/603/816/3151>
- [7] J. Nugroho, A. L. Arifin, A. A. Ludfi, P. Guru, M. Ibtidaiyah, and A. Bisnis, "Peran Gen Z dalam Pemanfaatan Media Sosial untuk Daya Saing UMKM menuju Indonesia Emas 2045," vol. 12, no. 2, pp. 283-295, 2025.
<https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/efektor-e/article/download/27416/4935>
- [8] S. R. Simangunsong, T. S. Wira, and Y. P. Manullang, "Analysis of Soft Saving as a Financial Strategy in Addressing the Consumptive Behavior of Generation Z in the Digital Era," no. 2021, pp. 2020-2023, 2025.
- [9] F. Ayu and T. Putri, "PEMBANGUNAN EKONOMI INKLUSIF MELALUI DIGITALISASI UMKM : ANALISIS KUALITATIF DI INDONESIA," vol. 13, no. 1, pp. 13-20, 2024.
- [10] N. Royani, D. Mitasari, G. Masitoh, and T. I. Fitri, "Analisis dampak digitalisasi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di indonesia," vol. 4, no. April, 2025.
- [11] M. Panjaitan and S. R. Simangunsong, "Special Education As A Pillar Of Inclusive Justice Towards Golden Indonesia 2045," pp. 41-45, 2025.
- [12] D. Astuti and R. Rosita, "Pentingnya Transformasi Digital UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia Politeknik LP3I Jakarta , Indonesia Transformasi digital sangat penting untuk keberhasilan berkelanjutan UMKM di toko online dapat menjangkau audiens yang lebih luas di luar lokasi fisik mereka . Dengan," 2024.
- [13] E. Sembiring and S. R. Simangunsong, "The Effect Of Marketing Affiliate Tiktok And Discount Prices On Purchasing Decisions In Durin Tonggal Village-Elfrida Sembiring et.al The Effect Of Marketing Affiliate Tiktok And Discount Prices On Purchasing Decisions In Durin Tonggal Village," *Jurnal Ekonomi*, vol. 13, p. 2024, doi: 10.54209/ekonomi.v13i02.
- [14] F. Reporting, "Pengembangan UMKM Berbasis Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal," vol. 3, no. 3, pp. 990-1008, 2025.
- [15] E. Sembiring and S. R. Simangunsong, "The Effect Of Marketing Affiliate Tiktok And Discount Prices On Purchasing Decisions In Durin Tonggal Village," *Jurnal Ekonomi*, vol. 13, no. 2, pp. 1486-1492, 2024.
- [16] Arjang, R. Wadu Mariana Bunga, and K. Kraugusteeliana, "Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi : Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform," vol. 14, pp. 1608-1618, 2025.
- [17] R. Widyawati *et al.*, "Minat Berwirausaha Generasi Z di Era Digital : Analisis Kuantitatif Berbasis Theory of Planned Behaviour," vol. 2, no. 2, pp. 51-59, 2025.
- [18] Bappenas, "Kementerian PPN/Bappenas, "Indeks Pembangunan Ekonomi Inklusif "," 2025. [Online]. Available: <https://satudata.jakarta.go.id/open-data/detail/indeks-pembangunan-ekonomi-inklusif>
- [19] "Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Inklusif," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 2024.
- [20] R. Triayuni and S. R. Simangunsong, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Penjualan Pada Koperasi Maju Jaya Mart Desa Buluh Telang," *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, vol. 3, no. 4, pp. 988-997, Jun. 2026, doi: 10.62421/jibema.v3i4.299.