

The Influence of Social Media and Technology on Financial Circulation in Karangtengah District through Economic Activities

*Dani Irwansyah¹, Parso², Muhammad Gusvarizon³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence Author: Dani Irwansyah, daniirwansyah19@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.37012/jeb.v2i1.4026>

Abstract

The development of social media and digital technology has changed the way people transact, yet studies examining their effect on financial turnover at the sub-district level remain limited. This study aims to analyze the effect of social media and technology on community financial turnover in Karangtengah Sub-district, Cianjur Regency, with economic activity as a mediating variable. A quantitative associative approach was used, with primary data collected through questionnaires from 150 respondents selected by purposive sampling. The data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 3. The results show that social media has no significant direct effect on financial turnover ($\beta = 0.157$; $p = 0.079$), whereas technology has a positive and significant direct effect ($\beta = 0.250$; $p = 0.003$). Social media and technology both have positive and significant effects on economic activity, and economic activity significantly affects financial turnover ($\beta = 0.497$). Economic activity fully mediates the effect of social media and partially mediates the effect of technology on financial turnover. Local governments and business actors are recommended to strengthen digital literacy and to convert social media interactions into real transactions.

Keywords: Social Media, Technology, Economic Activity, Financial Turnover, SEM-PLS

Abstrak

Perkembangan media sosial dan teknologi digital mengubah cara masyarakat bertransaksi, namun kajian yang menguji pengaruhnya terhadap perputaran keuangan di tingkat kecamatan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh media sosial dan teknologi terhadap perputaran keuangan masyarakat di Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur, dengan aktivitas ekonomi sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data primer dari kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis dengan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perputaran keuangan ($\beta = 0,157$; $p = 0,079$), sedangkan teknologi berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,250$; $p = 0,003$). Media sosial dan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas ekonomi, dan aktivitas ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perputaran keuangan ($\beta = 0,497$). Aktivitas ekonomi memediasi pengaruh media sosial secara penuh dan pengaruh teknologi secara parsial. Pemerintah daerah dan pelaku usaha disarankan memperkuat literasi digital serta mengubah interaksi di media sosial menjadi transaksi nyata.

Kata Kunci: Media Sosial, Teknologi, Aktivitas Ekonomi, Perputaran Keuangan, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat memasarkan produk, bertransaksi, dan mengakses layanan keuangan. Di Indonesia, pengguna aktif media sosial mencapai 143 juta orang pada Januari 2025 atau 50,2% populasi (We Are Social, 2025), dan penggunaan dompet digital serta marketplace menggeser pola transaksi konvensional ke digital. Teori difusi inovasi menyatakan bahwa inovasi diadopsi apabila dipandang bermanfaat, mudah, dan efisien (Rogers, 2003), sedangkan media sosial dipahami sebagai aplikasi berbasis Web 2.0 yang memungkinkan pertukaran konten oleh pengguna (Kaplan & Haenlein, 2010). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial dan pemasaran digital berkontribusi pada omzet dan pengembangan UMKM (Almujadidi et al., 2025; Muttalib, 2022).

Kabupaten Cianjur mencatat pertumbuhan ekonomi 5,14% pada tahun 2024 dengan struktur ekonomi yang mulai bergeser dari pertanian ke perdagangan dan jasa (DPMPTSP Kabupaten Cianjur, 2025). Kecamatan Karangtengah, dengan 167.556 jiwa pada tahun 2023 (Kabupaten Cianjur dalam Angka, 2024), merupakan kecamatan berpenduduk terbanyak kedua di kabupaten ini. Namun, pemanfaatan media sosial dan teknologi oleh pelaku usaha di wilayah seperti ini diperkirakan belum merata karena kendala keterampilan dan literasi digital (Kharisma, 2020).

Kajian terdahulu umumnya menyoroti kinerja UMKM, omzet, atau keputusan pembelian, sedangkan kajian yang mengaitkan media sosial, teknologi, aktivitas ekonomi, dan perputaran keuangan dalam satu model pada tingkat kecamatan masih terbatas. Media sosial dan teknologi diduga memengaruhi perputaran keuangan terutama melalui peningkatan aktivitas jual beli, sebagaimana pola mediasi pada penelitian Nawang dan Mukhlis (2022). Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung media sosial dan teknologi terhadap perputaran keuangan masyarakat di Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur, dengan aktivitas ekonomi sebagai variabel mediasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif di Kecamatan Karangtengah, Kabupaten Cianjur, selama tiga bulan (Januari sampai Maret). Variabel independen adalah media sosial (MS) dan teknologi (TK), variabel mediasi adalah aktivitas ekonomi (AE), dan variabel dependen adalah perputaran keuangan (PK). Model menguji tujuh hipotesis: pengaruh langsung MS→PK (H1), TK→PK (H2), MS→AE (H3), TK→AE (H4), dan AE→PK (H5), serta pengaruh tidak langsung

Populasi adalah masyarakat Karangtengah yang beraktivitas ekonomi dan memanfaatkan media sosial serta teknologi. Sampel sebanyak 150 responden ditentukan dengan *purposive sampling* (pelaku UMKM kecil, pengguna media sosial dan teknologi dalam transaksi, serta aktif berkegiatan ekonomi), sesuai rekomendasi 100–200 responden untuk SEM-PLS (Hair et al., 2021). Data primer dikumpulkan dengan kuesioner skala Likert lima poin secara langsung dan melalui Google Form; data sekunder berasal dari studi kepustakaan.

Data dianalisis dengan SEM-PLS menggunakan SmartPLS 3. Model pengukuran (*outer model*) dievaluasi melalui validitas konvergen (*outer loading* > 0,70; 0,60–0,70 masih dapat dipertahankan), validitas diskriminan (Fornell-Larcker, *cross loading*, HTMT), dan reliabilitas (*Cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0,70; AVE > 0,50). Setelah dua indikator (AE7 dan PK6) dieliminasi, model memuat 27 indikator. Model struktural (*inner model*) dievaluasi melalui VIF, R^2 , serta *bootstrapping* untuk *path coefficient* dan *specific indirect effect*, dengan hipotesis diterima jika *t-statistic* > 1,96 dan *p-value* < 0,05.

HASIL & PEMBAHASAN

Bagian ini memaparkan karakteristik responden, evaluasi model, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Karakteristik Responden dan Statistik Deskriptif

Dari 150 responden, sebanyak 98 orang (65,3%) adalah perempuan dan 52 orang (34,7%) laki-laki. Sebagian besar responden berusia di bawah 25 tahun (140 orang; 93,3%), diikuti usia 25–35 tahun (8 orang; 5,3%) dan 36–45 tahun (2 orang; 1,3%). Rata-rata seluruh indikator berkisar 3,913 (MS2) sampai 4,400 (AE4) dengan standar deviasi 0,888–1,144, yang menunjukkan responden cenderung setuju hingga sangat setuju dengan jawaban yang homogen.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Ringkasan validitas konvergen dan reliabilitas konstruk disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas Konstruk

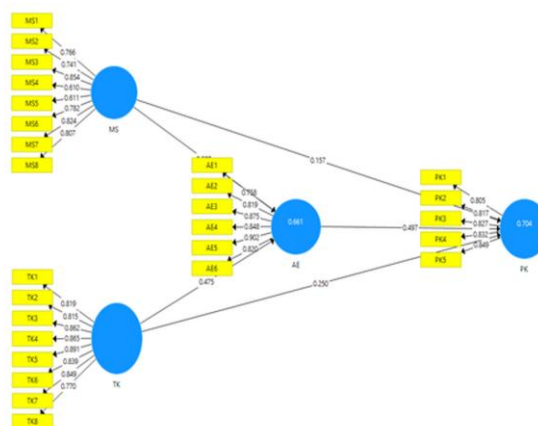
Variabel	Jumlah Indikator	Kisaran Outer Loading	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
Aktivitas Ekonomi (AE)	6	0,758–0,902	0,915	0,916	0,934	0,702
Media Sosial (MS)	8	0,610–0,854	0,889	0,895	0,913	0,569
Perputaran Keuangan (PK)	5	0,805–0,849	0,884	0,891	0,915	0,682
Teknologi (TK)	8	0,770–0,891	0,940	0,942	0,950	0,705

Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 3 (2026)

Seluruh indikator memiliki outer loading di atas 0,70, kecuali MS4 (0,610) dan MS5 (0,611) yang dipertahankan karena di atas 0,60 dan AVE MS (0,569) memenuhi batas 0,50. Seluruh konstruk reliabel (Cronbach's alpha dan composite reliability > 0,70). Setiap indikator memiliki loading tertinggi pada konstruknya dan HTMT tertinggi (0,882) di bawah 0,90; hanya pada Fornell-Larcker akar AVE MS (0,754) sedikit di bawah korelasinya dengan TK (0,765), sehingga validitas diskriminan pasangan ini marginal tetapi didukung oleh cross loading dan HTMT. Nilai VIF indikator (1,908–4,541) dan antarkonstruk seluruhnya di bawah 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Evaluasi Model Struktural dan Pengujian Hipotesis

Nilai R^2 aktivitas ekonomi sebesar 0,661 dan perputaran keuangan sebesar 0,704, yang menurut kriteria Hair et al. (2021) tergolong moderat menuju kuat. Hasil bootstrapping ditampilkan pada Gambar 1 dan Tabel 2.

**Gambar 1.** Model Struktural Hasil Bootstrapping

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Jalur	β	STDEV	t-statistic	p-value	Keputusan
H1	MS $\rightarrow$ PK	0,157	0,089	1,758	0,079	Ditolak
H2	TK $\rightarrow$ PK	0,250	0,083	3,017	0,003	Diterima
H3	MS $\rightarrow$ AE	0,389	0,090	4,333	0,000	Diterima
H4	TK $\rightarrow$ AE	0,475	0,078	6,082	0,000	Diterima
H5	AE $\rightarrow$ PK	0,497	0,089	5,599	0,000	Diterima
H6	MS $\rightarrow$ AE $\rightarrow$ PK	0,194	0,050	3,900	0,000	Diterima (penuh)
H7	TK $\rightarrow$ AE $\rightarrow$ PK	0,236	0,064	3,667	0,000	Diterima (parsial)

Keterangan: H1–H5 pengaruh langsung; H6–H7 pengaruh tidak langsung. Sumber: Hasil pengolahan data SmartPLS 3 (2026)

Pembahasan

Media sosial dan perputaran keuangan (H1). Media sosial tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perputaran keuangan ($\beta = 0,157$; $p = 0,079$). Promosi dan komunikasi di media sosial belum serta-merta menambah arus kas sebelum berubah menjadi pembelian nyata.

Teknologi dan perputaran keuangan (H2). Teknologi berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,250$; $p = 0,003$). Pembayaran nontunai seperti QRIS, mobile banking, dan dompet digital mempercepat penyelesaian transaksi sehingga modal kerja tidak mengendap dalam bentuk tunai, sejalan dengan temuan Nawang dan Mukhlis (2022).

Media sosial dan teknologi terhadap aktivitas ekonomi (H3 dan H4). Keduanya berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,389$ dan $0,475$). Media sosial berfungsi sebagai pasar digital yang memperluas jangkauan pelanggan (Anggraeny et al., 2022; Almujaiddi et al., 2025), sedangkan kuatnya pengaruh teknologi mendukung teori difusi inovasi (Rogers, 2003) bahwa inovasi yang mudah dan bermanfaat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha.

Aktivitas ekonomi dan perputaran keuangan (H5). Aktivitas ekonomi memiliki pengaruh langsung terbesar ($\beta = 0,497$; $p = 0,000$): semakin tinggi intensitas jual beli, semakin sering uang berpindah antarpelaku sehingga arus kas semakin lancar (Samuelson & Nordhaus, 2009).

Peran mediasi (H6 dan H7). Karena pengaruh langsung media sosial tidak signifikan sedangkan pengaruh tidak langsungnya signifikan ($\beta = 0,194$), mediasinya bersifat penuh: media sosial baru berdampak jika lebih dahulu meningkatkan aktivitas ekonomi. Pada teknologi, pengaruh langsung ($0,250$) dan tidak langsung ($0,236$) sama-sama signifikan

KESIMPULAN

Media sosial tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perputaran keuangan masyarakat di Kecamatan Karangtengah, sedangkan teknologi berpengaruh positif dan signifikan. Keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas ekonomi, yang selanjutnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perputaran keuangan. Aktivitas ekonomi memediasi pengaruh media sosial secara penuh dan pengaruh teknologi secara parsial.

Pelaku usaha disarankan mengubah interaksi di media sosial menjadi transaksi nyata dan mengoptimalkan pembayaran digital, sedangkan pemerintah daerah disarankan menyelenggarakan pelatihan literasi digital dan memperkuat infrastruktur internet. Keterbatasan penelitian ini adalah dominasi responden berusia di bawah 25 tahun dan cakupan satu kecamatan; penelitian selanjutnya dapat memperluas wilayah dan menambah variabel seperti literasi keuangan.

REFERENSI

- Almujadidi, M., Sopingi, I., & Musfiroh, A. (2025). Pengaruh media sosial dan literasi keuangan terhadap peningkatan omzet bagi pelaku UMKM. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 6(3), 148–158.
- Anggraeny, A. D., Yudhari, I. D. A. S., & Arisena, G. M. K. (2022). Pengaruh strategi promosi melalui media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk minyak oles Bokashi. *Jurnal Hexagro*, 6(2), 83–97. <https://doi.org/10.36423/hexagro.v6i2.923>
- DPMPTSP Kabupaten Cianjur. (2025).
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.
- Kabupaten Cianjur dalam angka 2024. (2024).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and <https://journal.thamrin.ac.id/index.php/jeb/article/view/4026/3232>

- opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kharisma, B. (2020). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam pemanfaatan internet: Studi kasus di Desa Babakan Peuteuy, Kecamatan Cicalengka, Kabupaten Bandung. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(3).
<https://doi.org/10.24843/EEB.2020.v09.i03.p02>
- Muttalib, A. (2022). Pengaruh digital marketing terhadap pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Nusa Tenggara Barat (Studi kasus Program Active Selling 2021 KOMINFO). *Jurnal Econetica: Jurnal Sosial, Ekonomi, dan Bisnis*, 4(2), 102–115.
<https://doi.org/10.69503/econetica.v4i2.335>
- Nawang, S., & Mukhlis, I. (2022). Strategi pengembangan UMKM melalui financial technology dengan peningkatan modal dan jumlah konsumen sebagai variabel intervening. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(4).
<https://doi.org/10.37385/msej.v3i4.589>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2009). *Economics*. McGraw-Hill.