

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam peningkatan perekonomian suatu negara maupun perekonomian suatu daerah. Menurut Tambunan (2012) di Indonesia UMKM terbukti memiliki peran yang penting dalam mengatasi akibat dan dampak dari krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1997-1998 yang mana banyak dari perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan sedangkan UMKM mampu bertahan dengan kondisi krisis tersebut. Hingga pada masa moderen saat ini dimana teknologi semakin maju serta persaingan pasar bebas yang sangat ketat, UMKM memiliki tantangan yang besar untuk bertahan dan bersaing guna tercapainya suatu keberhasilan usaha.

Menurut Kusuma dan Soelaiman (2019), Keberhasilan usaha merupakan keberhasilan dari bisnis yang mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Keberhasilan dari suatu usaha dalam mencapai tujuannya dapat dicapai oleh wirausaha yang cerdas, kreatif, serta mengikuti perkembangan teknologi. Dalam menentukan keberhasilan usaha dapat ditentukan oleh beberapa faktor salah satu diantaranya adalah kreativitas.

Menurut Supriadi (2017), kreativitas adalah kecakapan individu untuk menciptakan penemuan baru yang dapat berbentuk ide maupun ciptaan nyata yang

terbaru tidak mirip dengan yang banyak beredar umum. Kreativitas sendiri adalah kapasitas untuk terciptanya pemikiran baru dan pendekatan yang lebih baik untuk menyelidiki masalah dan peluang bisnis serta pemanfaatannya guna mencapai keberhasilan usaha. Untuk mencapai tujuan tersebut pelaku usaha dituntut untuk mempunyai kreativitas dan melakukan kreativitas dalam produk atau jasa yang akan menjadi faktor pembeda antara usaha satu dengan usaha lainnya, hal ini akan mendorong tercapainya keberhasilan usaha. Selain itu pengetahuan kewirausahaan juga sangat penting dimiliki oleh pelaku usaha dalam memulai dan menjalankan bisnisnya.

Menurut Merline dan Widjaja (2022), pengetahuan kewirausahaan adalah informasi yang berupa pemahaman tentang bagaimana cara berwirausaha untuk menumbuhkan ide-ide, berani mengambil peluang dan resiko secara rasional dan logis dalam membuka usaha untuk menuju sukses. Pengetahuan akan menjadi wawasan untuk wirausahawan dalam membangun usahanya. Menurut Windyarsita dan Anggraeni (2021) wirausahawan yang sukses adalah wirausaha yang mempunyai kompetensi yaitu memiliki ilmu pengetahuan, keterampilan, dan kualitas individual yang meliputi sikap, motivasi, nilai-nilai pribadi serta tingkah laku yang diperlukan untuk melakukan suatu usaha atau pun dalam melaksanakan suatu pekerjaan atau kegiatan. Selain itu untuk membantu proses keberhasilan usaha di era digital saat ini, media sosial diperlukan agar produk maupun jasa yang ditawarkan bisa lebih dikenal oleh masyarakat.

Menurut Ardiansah dan Maharani (2021:22), media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah yang digunakan untuk mempermudah interaksi diantara

sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang dan juga dapat di manfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran. Media sosial seperti *Instagram* dan *Whatsapp* dengan fitur *Instagram ads* maupun *Whatsapp Business*, dapat mempermudah kegiatan komunikasi antara, penjual dan calon konsumen, baik dalam proses promosi, pengenalan atau informasi produk, hingga proses transaksi.

Oesapa adalah salah satu kelurahan yang berada dikecamatan Kelapa Lima kota Kupang, provinsi Nusa Tenggara Timur. Kelurahan Oesapa merupakan salah satu wilayah atau daerah strategis bagi seseorang yang ingin menjalankan suatu bisnis atau usahanya, hal ini dikarenakan kelurahan Oesapa merupakan salah satu wilayah yang ramai akan penduduknya. Ini terlihat dari banyaknya bisnis-bisnis yang tersebar dikelurahan Oesapa, seperti: penginapan, pertokoan serta usaha-usaha dengan skala kecil lainnya seperti kios, warung, dll. Berikut ini adalah salah satu data jumlah usaha skala kecil yang masuk dalam kriteria usaha mikro kecil yang ada dikelurahan Oesapa adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Jumlah Usaha Mikro Kecil
Di Kelurahan Oesapa

No	Sektor Usaha	Jumlah
1	Aneka usaha	1
2	Industri	15
3	Jasa	140
4	Komunikasi	8
5	Kuliner	142
6	Perdagangan	513
7	Perikanan	3
8	Pertanian	7
9	Peternakan	87
Total jumlah usaha mikro kecil		916

Sumber data: Dinas Koperasi, UKM Kota Kupang. Data diolah

Dari tabel 1.1 diatas dapat menerangkan bahwa total jumlah usaha mikro kecil yang ada dikelurahan Oesapa sebanyak 916 unit usaha, yang terbagi menjadi 9 sektor usaha, yang diantaranya sektor usaha yang paling dominan adalah usaha perdagangan dengan jumlah 513 unit usaha serta sektor usaha yang paling sedikit terdapat pada aneka usaha sebanyak 1 unit usaha. Adapun sektor usaha lain yang ada dikelurahan Oesapa yaitu industri sebanyak 15 unit, jasa sebanyak 140 unit usaha, komunikasi sebanyak 8 unit usaha, kuliner sebanyak 142 usaha, perikanan sebanyak 3 usaha, pertanian sebanyak 7 unit, dan peternakan sebanyak 87 unit usaha.

Dari tabel data diatas juga dapat menerangkan bahwa usaha mikro kecil yang ada dikelurahan Oesapa bermacam-macam ataupun beragam yang terbagi

menjadi beberapa sektor usaha seperti pada tabel 1.1, hal ini dapat disimpulkan bahwa setiap pelaku usaha dalam memulai dan menjalankan bisnisnya mempunyai kreativitas, kemampuan dan pengetahuannya yang berbeda-beda.

Dari banyaknya usaha yang berhasil ada juga pelaku usaha yang tidak berhasil dalam menjalankan usahanya. Pada umumnya pemilik usaha memiliki kemampuan, kreativitas dan pengetahuan yang berbeda tetapi pada kenyataannya banyak dari para pemilik usaha masih mengikuti usaha yang lain yang sudah ada, sehingga tidak ada faktor pembeda antara usaha satu dengan lainnya dan juga masih banyak pemilik usaha yang tidak mengerti penggunaan media sosial dalam mengembangkan usahanya. Selain itu kegagalan usaha juga bisa disebabkan adanya covid-19 yang terjadi pada tahun 2019-2022. Sebagian usaha terpaksa gulung tikar karena tidak memiliki ketahanan finansial, akses teknologi, pengetahuan teknologi dan kemampuan untuk mengalami segala perubahan dalam krisis pandemi yang dimana hampir semua kegiatan atau aktivitas luar rumah dialihkan secara online. Hal ini berdampak pada pelaku usaha dimana produk maupun jasa yang dipasarkan tidak laku terjual, sehingga menyebabkan kegagalannya suatu usaha.

Dari pembahasan diatas maka masalah yang ditemukan pada objek penelitian, mengenai usaha mikro kecil yaitu kurangnya kreativitas pelaku usaha dimana terdapat kesamaan antara usaha satu dengan lainnya seperti disatu lokasi terdapat warung makan dengan menu yang sama setiap harinya, hal ini akan membuat konsumen tidak mempunyai pilihan yang lain dan akan cepat merasa bosan dengan menu yang sama setiap harinya, serta kurangnya pengetahuan

dalam memanfaatkan media sosial untuk membantu proses keberhasilan usaha pada masa pandemi maupun pada era digital saat ini.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Malvin Hariyanto dan Mei Ie (2023) dengan judul pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan media sosial terhadap keberhasilan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu: kreativitas, pengetahuan kewirausahaan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM. Penelitian ini menggunakan desain studi *cross-sectional* dan pengujian hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wilson Rendy Wijaya dan Sarwo Edy Handoyo (2023) dengan judul pengaruh media sosial, kreativitas, motivasi terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner Jakarta Utara. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen media sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha, variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dan variabel motivasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner Jakarta Utara. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*).

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Di Kelurahan Oesapa”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan media sosial terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di kelurahan Oesapa”.

1.3 PERSOALAN PENELITIAN

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner dikelurahan Oesapa?
2. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner dikelurahan Oesapa?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner dikelurahan Oesapa?

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner dikelurahan Oesapa.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner dikelurahan Oesapa.
3. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner dikelurahan Oesapa.

b. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi teman-teman mahasiswa dan pihak-pihak lain untuk menyusun proposal atau skripsi serta diharapkan dapat menambah wawasan informasi mengenai keberhasilan usaha pada UMKM khususnya dalam bidang usaha Kuliner. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangan konseptual bagi penelitian sejenis dan akademik lainnya, khususnya di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pelaku usaha UMKM jenis usaha Kuliner dikelurahan Oesapa mengenai pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha UMKM.