

ABSTRAK

Sosial media menurut Dailey (2009:3) adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur media sosial berisi informasi dari seluruh aspek yang ada dan disalurkan kepada masyarakat dengan berbagai macam cara yaitu dengan membagikan konten, foto, video, maupun aplikasi dan iklan untuk mendapatkan informasi tersebut. Media sosial menurut Kaplan and Haenlein merupakan sekelompok aplikasi yang berbasiskan pada internet dan dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari platform Web 2.0, medium ini dapat menghubungkan individu dengan individu untuk sharing dan berkumpul secara online. Jadi yang dimaksud digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (channel online) ke pasar (website, e-mail, database, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan selain itu mengembangkan pendekatan yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen (terhadap perusahaan, perilaku, nilai dan tingkat loyalitas terhadap merek produknya), kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dengan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu atau pelanggan yang spesifik. Singkatnya digital marketing adalah mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital (Jasri, Arfan, Hasanuddin, & Hasan, 2022).

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian ini akan membahas pengaruh sosial media marketing dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kelurahan Oesapa Kota Kupang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik pembagian kuisioner. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 56 responden di ambil

secara random dan jumlah populasi 56 usaha kuliner Di Kelurahan Oesapa Kota Kupang.

Nilai konstanta sebesar 11.603 menunjukkan bahwa sosial media marketing (X_1), ketrampilan wirausaha (X_2) nilainya adalah nol maka (Y) keberhasilan usaha sebesar 11.603 satuan. Nilai koefisien b_1 adalah regresi variabel sosial media marketing 0,491 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variable sosial media marketing maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,491 satuan. Nilai koefisien b_2 regresi variable ketrampilan wirausaha sebesar 0,692 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel ketrampilan wirausaha maka dapat meningkatkan keberhasilan usaha sebesar 0,692 satuan.

Uji T dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel lain konstan, hipotesis yang digunakan (Sugiyono, 2014:250) Uji f digunakan untuk pengujian variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Menurut (Asnawi dan Masyhury, 2011:182). Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk melihat apakah variabel sosial media marketing (X_1) dan ketrampilan wirausaha (X_2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y). Uji koefisien determinasi menurut Ghazali (2016) mempunyai tujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan dari variabel independent Variabel Sosial Media Marketing diketahui berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kelurahan Oesapa Variabel Ketrampilan Wirausaha diketahui berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kelurahan Oesapa sosial media menentukan keberhasilan usaha dikemukakan oleh Ardiansah (2021) menyatakan bahwa sosial media merupakan sarana atau wadah yang digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempengaruhi keberhasilan usaha. Hasil penelitian saya mendukung teori yang dikemukakan oleh Ardiansah dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghassani (2022). keterampilan usaha menentukan keberhasilan usaha dikemukakan oleh Suyatno (2010:179) menyatakan

bahwa keberhasilan usaha ditentukan karena beberapa faktor salah satunya yaitu keterampilan usaha. Hasil penelitian saya mendukung teori yang dikemukakan oleh Suyatno dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwan (2016).

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui sosial media marketing Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kelurahan Oesapa Kota Kupang. Peneliti menggunakan Uji Analisis Linier Berganda, Uji T (parsial), Uji F (Simultan) dan Uji koefisien determinasi (R^2). dan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa secara parsial sosial media marketing dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kelurahan Oesapa Kota Kupang.

Kata Kunci: Sosial media marketing, Ketrampilan wirausaha Keberhasilan usaha