

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pertumbuhan teknologi informasi, khususnya perkembangan sosial media, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Dalam konteks ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal. Penggunaan sosial media telah menjadi fenomena utama dalam komunikasi dan pemasaran bisnis. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan mereka, meningkatkan visibilitas merek, dan berinteraksi secara langsung dengan pelanggan potensial. Namun, belum banyak penelitian yang mendalam mengenai bagaimana penggunaan sosial media secara efektif dapat berkontribusi terhadap keberhasilan usaha UMKM.

Arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan penting. Peran penting teknologi yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa digunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga

membawa dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital. Tantangan pada era digital telah pula masuk kedalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri.

Tingginya pengaruh digital marketing kini merupakan strategi pemasaran yang lebih prospektif karena para calon pelanggan potensial mulai membeli produk melalui internet. Dengan menggunakan digital marketing proses transaksi lebih mudah dan murah karena media komunikasi hanya mengeluarkan biaya pulsa untuk mendukung komunikasi. Media promosi yang paling baik karena bisa menampilkan dan berbagi gambar lewat media ke komunitas dan masyarakat. Update informasi dapat dilakukan setiap waktu. Dan yang paling penting peningkatan volume penjualan rata-rata 100%. Sosial media merupakan sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Sosial media dapat dikatakan sebagai gerbang pembuka sebuah usaha untuk meluncur di dunia maya untuk menjangkau lebih luas target market yang sulit dijangkau dalam dunia nyata. Efek kecepatan dalam penyebaran informasi merupakan keunggulan yang dapat diperoleh dengan memanfaatkan media sosial. Tidak hanya itu, hal-hal yang disampaikan melalui media sosial juga memiliki kekuatan yang shareabl dengan mudah. Bahkan feedback dari khalayak juga dapat dengan segera dilihat serta dianalisis untuk kemajuan market yang bersangkutan. Selain biaya yang murah dan tidak perlu keahlian khusus dalam melakukan inisiasi awal, media sosial dianggap mampu untuk secara langsung meraih (engage) calon konsumen.

Menurut Smilor dan Kilby dalam penelitian Hari Mulyadi (2018; 22) “keterampilan kewirausahaan mengacu pada aktivitas, atau pengetahuan praktis, yang dibutuhkan untuk membangun dan menjalankan bisnis dengan sukses. Ini mungkin terdiri dari area keuangan, akuntansi, pemasaran atau produksi”. Sedangkan menurut Chang dan Rieple dalam Irawan (2016:218) “Mengemukakan bahwa keterampilan wirausaha meliputi perencanaan bisnis, peka terhadap peluang, analisis lingkungan bisnis dan kemampuan mengakses keahlian eksternal. Dalam mengembangkan usaha hingga berhasil seorang wirausahawan tidak saja harus memiliki pengetahuan yang cukup juga keterampilan.” “Seorang wirausahawan haruslah yang mampu melihat ke depan. Melihat kedepan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternative masalah dan 2 pemecahannya”. Dari uraian menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa keterampilan kewirausahaan adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha dalam mengimplementasikan pengetahuan yang ia dimiliki ke dalam bidang usaha yang dimiliki atau pekerjaannya sehingga dapat berjalan berlandaskan fungsi-fungsi manajemen dan usaha maupun pekerjaannya dapat berhasil sesuai apa yang diharapkannya Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017:36).

Keberhasilan usaha merupakan sebuah usaha yang dapat mencapai tujuan dalam bisnisnya, selain itu sebuah perusahaan yang segala didalam aktivitas merujuk untuk mencapai suatu keberhasilan Menurut (Suryana, 2014. Menurut Dedi Haryadi dalam Risma Hanifah (2017:25) menyatakan bahwa: “Keberhasilan usaha biasanya dicirikan dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya. Hal

tersebut bisa dilihat dari volume produksinya yang tadinya biasa menghabiskan sejumlah bahan baku perhari meningkat menjadi mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak dengan meningkatnya bahan baku yang dibutuhkan berarti meningkat pada jumlah buruhnya (baik buruh produksi maupun pemasaran) sekaligus mencirikan perluasan jaringan pemasaran.”

Menurut Purnama (2010) keberhasilan usaha pada industri kecil di satu pengaruhi oleh berbagai faktor. Keberhasilan usaha pada perusahaan merupakan salah tujuan dari setiap pengusaha. Keberhasilan usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti kinerja keuangan dan image perusahaan. Menurut Ina Primiana, dkk (2009) mengemukakan bahwa, keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Menurut Algifari (2003) mengatakan bahwa, keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara ekonomis. Keberhasilan suatu usaha yang dapat dilihat dari masing -masing wirausaha itu sendiri, tetapi keberhasilan itu sendiri, tetapi keberhasilan suatu usaha yang tidak dapat gapai begitu saja. Keberhasilan wirausaha di pengaruhi berbagai faktor yaitu kemampuan, memiliki tekad yang kuat dan keras ketepatan dan kemampuan. Dan juga menurut Suryana (2010) untuk menjadi wirausahawan atau wirausahawati yang ingin berhasil maka orang tersebut wajib mempunyai ide ataupun visi yang baik dan juga memiliki keinginan dan berani mengambil resiko.

Hall and Sharples, (2003) menjelaskan bahwa wisata kuliner didefinisikan sebagai kunjungan ke suatu tempat yang terdapat suatu makanan, festival makanan, restoran dan lokasi-lokasi khusus untuk mencoba rasa makanan serta memperoleh pengalaman yang didapat dari makanan khas suatu daerah tersebut guna untuk memotivasi seseorang dalam melakukan perjalanan wisata. Kuliner adalah istilah yang merujuk pada segala hal yang berkaitan dengan makanan, termasuk persiapan, presentasi, dan konsumsi makanan. Secara lebih luas, kuliner juga mencakup aspek-aspek budaya dan tradisional yang terkait dengan cara masyarakat memasak dan menikmati makanan. Oleh karena itu, kuliner tidak hanya mencakup makanan itu sendiri, tetapi juga proses memasak, teknik kuliner, serta nilai-nilai budaya yang terkandung dalam makanan tersebut. Dengan demikian, kuliner mencerminkan keanekaragaman cita rasa, bahan makanan, dan kebiasaan makan di suatu daerah atau komunitas tertentu.

Berdasarkan hasil analisis maka data UMKM di Kelurahan Oesapa, Kota Kupang tahun 2022 yang diperoleh dari hasil penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1

Data UMKM kuliner di Kelurahan Oesapa Kota Kupang 2024

No	Jenis Usaha	Jumlah Usaha	Modal (Rp)
1	Warung Makan	12	22.000.000
2	Aneka Kue	9	4.500.000
3	Aneka Minuman	7	5.000.000
4	Cemilan	10	5.500.000
5	Chatring	5	6.500.000
6	Bakso	13	90.000.000
	Total	56	133.500.000

Sumber: Data Umkm Kelurahan Oesapa Kota Kupang

Dari tabel data umkm kuliner di kelurahan Oesapa diatas berjumlah 56 jenis usaha dengan memiliki modal yang bervariasi. Dan perkembangan digital yang menggunakan sosial media yaitu chatring, aneka minuman, aneka kue dan cemilan. Dengan adanya data diatas dapat disimpulkan bahwa kurangnya penggunaan sosial media dan minimnya ketrampilan wirausaha pada umkm di Kelurahan Oesapa

Penelitian pengaruh sosial media marketing Ghassani (2022), tentang Analisis pengaruh social media marketing dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha umkm dalam menghadapi dampak covid-19 di kota bogor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sosial media marketing dan Keterampilan Wirausaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan social media marketing dan semakin baik keterampilan wirausaha secara simultan dapat meningkatkan keberhasilan usaha UMKM di Kota Bogor.

Penelitian lain juga pernah diteliti oleh Irawan (2016), tentang Pengaruh Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menyatakan bahwa keterampilan wirausaha memiliki pengaruh sebesar 74,2% terhadap keberhasilan usaha. Dari hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa keterampilan wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha

Berdasarkan latar belakang yang ada, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kelurahan Oesapa Kota Kupang”.

1.2.Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang di amati peneliti di atas, maka yang menjadi masalah penelitian adalah **Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kelurahan Oesapa Kota Kupang**

1.3.Persoalan penelitian

1. Apakah Sosial media Marketing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kelurahan Oesapa?
2. Apakah Keterampilan wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kelurahan Oesapa?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh sosial media marketing terhadap keberhasilan usaha kuliner pada Kelurahan Oesapa.
2. Untuk mengetahui pengaruh keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha kuliner pada Kelurahan Oesapa.

1.4.2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan peneliti tentang pengaruh Sosial Media marketing dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha kuliner. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu masyarakat maupun pemerintah, agar tidak salah didalam penggunaan sosial media.

b) Manfaat Praktis

1. Bagi para pelaku usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan kepada pelaku UKM, yang berkaitan dengan pengaruh Sosial Media marketing dan keterampilan wirausaha Terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kelurahan Oesapa Kota Kupang agar dapat menggunakan sosial media marketing dalam mempromosikan usaha.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya mengenai Sosial Media marketing Terhadap keberhasilan usaha kuliner UKM.