

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Alma (2018), kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar untuk mencari peluang dan meraih kesuksesan. UMKM sendiri menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (BPS, 2022) serta penyerapan tenaga kerja. Pertumbuhan usaha, yang dapat diartikan sebagai peningkatan kapasitas dan kinerja bisnis, sangat penting untuk diperhatikan agar bisnis dapat berkembang secara berkelanjutan. Suryana (2013) menyatakan bahwa pertumbuhan usaha dapat dilihat dari aspek produksi, pemasaran, dan pendapatan yang meningkat, sedangkan Kuncoro (2012) menambahkan pertumbuhan usaha mencakup bertambahnya penjualan, keuntungan, aset, serta jangkauan pasar.

Dalam era digital, media sosial menjadi alat yang strategis untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Nasrullah (2016) menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan interaksi dan pembentukan ikatan sosial secara virtual, sementara Priansa (2017) menekankan media sosial sebagai alat pemasaran digital yang memungkinkan interaksi dua arah tanpa batasan geografis. Pemanfaatan media sosial yang efektif dapat meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan usaha. Di sisi lain, kreativitas berwirausaha juga menjadi faktor utama yang mampu meningkatkan

daya saing usaha. Suryana (2013) menegaskan kreativitas sebagai kemampuan menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan usaha, dan menurut Alma (2018), kreativitas berwirausaha adalah daya cipta dan daya pikir dalam mengidentifikasi peluang usaha serta menciptakan produk atau strategi baru yang berbeda dari pesaing. Di sisi lain, Ekonomi Kreatif juga menjadi faktor utama yang mampu meningkatkan daya saing usaha. Suryana (2013) menegaskan kreativitas sebagai kemampuan menghasilkan ide-ide baru untuk mengembangkan usaha, dan menurut Alma (2018), Ekonomi Kreatif adalah daya cipta dan daya pikir dalam mengidentifikasi peluang usaha serta menciptakan produk atau strategi baru yang berbeda dari pesaing

Kelurahan Oesapa merupakan salah satu wilayah di Kota Kupang yang memiliki jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang cukup tinggi. Sebagian besar pelaku usaha di wilayah ini bergerak pada sektor ekonomi kreatif, terutama subsektor kuliner, kecantikan, dan kriya (kerajinan). Perkembangan UMKM di Oesapa tidak terlepas dari peran media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran, serta kreativitas pelaku usaha dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah.

Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business menjadi platform utama yang digunakan untuk memperkenalkan produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun citra usaha. Sementara itu, penerapan prinsip ekonomi kreatif mendorong para pelaku usaha untuk mengembangkan ide baru, memperindah desain produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan. Kombinasi

antara dua faktor tersebut diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis, baik dari segi omzet, jangkauan pasar, maupun loyalitas konsumen.

**Tabel 1.1**

**Data UMKM Ekonomi Kreatif di Kelurahan Oesapa**

No	Subsektor	Nama Usaha / Pemilik	Produk / Layanan	Lokasi Usaha
1	Kriya	Getreda Yosefin Nalle	Buket Bunga, buket snack, buket wisuda	Jln. Adisucipto
2	Kuliner	Abdul Rahman	Makanan Siang	Jln. Timor Raya
3	Kecantikan	Salon Ivanie	Layanan Salon	RSS Oesapa Blok K11
4	Kecantikan	Benig's Klinik	Klinik Kecantikan	Oesapa
5	Kriya	UD. Rizki Indah	Mebel & Furnitur	Jln. Timor Raya
6	Kriya	Buket Ceriah	Buket bunga, buket snack, buket wisuda	Jln. Adisucipto / Belakang STIM

*Sumber: Kelurahan Oesapa*

Tabel yang disajikan menunjukkan enam contoh UMKM ekonomi kreatif di Kelurahan Oesapa yang terdiri dari subsektor kuliner, kecantikan, dan kriya (kerajinan). Pada subsektor kuliner, usaha seperti *Getreda Yosefin Nalle* dan *Abdul Rahman* memanfaatkan lokasi strategis di kawasan Pantai Warna Oesapa dan Jalan Timor Raya untuk menjual produk makanan seperti jagung bakar dan makanan siang. Pada subsektor kecantikan, *Salon Ivanie* dan *Benig's Klinik* menunjukkan

perkembangan usaha jasa perawatan diri yang mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi. Sedangkan pada subsektor kriya, *UD. Rizki Indah* dan *Buket Ceriah* mencerminkan kreativitas pelaku usaha dalam menciptakan produk bernilai tambah seperti furnitur dan buket bunga yang menarik pasar lokal.

Namun, di balik potensi tersebut, masih terdapat permasalahan yang menghambat pertumbuhan bisnis UMKM di wilayah ini. Sebagian pelaku usaha belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk memperluas pasar dan membangun citra usaha. Konten promosi yang kurang menarik serta pemahaman digital yang terbatas membuat kegiatan pemasaran belum efektif. Di sisi lain, penerapan konsep ekonomi kreatif juga belum maksimal, karena masih ada pelaku usaha yang kurang berinovasi dalam desain produk maupun strategi layanan.

Keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial dan kurangnya kreativitas produk menjadi faktor yang berpotensi menurunkan daya saing UMKM di Kelurahan Oesapa. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana penggunaan media sosial dan penerapan ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan bisnis UMKM agar mampu berkembang secara berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi media sosial dan kreativitas sebagai pendorong pertumbuhan usaha dengan kenyataan di lapangan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan Ekonomi Kreatif terhadap pertumbuhan bisnis UMKM seperti *Buket Ceria* menjadi sangat penting untuk dilakukan, guna menemukan strategi pengembangan usaha yang efektif dan berkelanjutan. Penelitian yang mendukung penelitian saya

ialah beberapa studi terdahulu yang mengkaji pengaruh media sosial terhadap pertumbuhan dan kinerja usaha kecil menengah (UKM) dengan hasil yang beragam. Pertama, penelitian berjudul “Penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Pada Biro Perjalanan Wisata Cv. Kafa Dwikarya” oleh Kamila Rasyida Azhar Dan Keni Kaniawat (2024) Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Penggunaan Media Sosial Mempunyai Pengaruh Yang Terhadap Kesuksesan Bisnis yang Menunjukkan Hubungan Positif Sedang. Secara Simultan Pemanfaatan Media Sosial Dan Kreativitas Wirausaha Berpengaruh Signifikan Terhadap Keberhasilan Usaha

Kedua, penelitian oleh Unna Ria Safitri, Inayatur Rahmania Purwani, Febri Fatmawati, Azahra Nayla Putri, Friska Dita Desti Anjani Dan Wahyu Kurniati yang berjudul “Pengaruh Media Sosial terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Aplikasi Di Desa Jelok” menemukan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) penting bagi ekonomi Indonesia karena menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan mengurangi pengangguran. Meskipun mengalami tantangan seperti kurangnya modal dan teknologi, UMKM berpeluang besar untuk berkembang dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp dapat membantu dalam pemasaran dan penjualan. Edukasi tentang penggunaan media sosial bagi UMKM diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia.

Hasil-hasil tersebut mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pertumbuhan dan kinerja UMKM.

Namun, keberhasilan optimal sangat bergantung pada bagaimana media sosial tersebut digunakan secara kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada pengaruh penggunaan media sosial dan kreativitas berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha pada objek spesifik UMKM kelurahan Oesapa.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA UMKM EKONOMI KREATIF KELURAHAN OESAPA** Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku Berwirausaha dalam mengembangkan strategi pemasaran dan inovasi produk yang lebih efektif

## **1.2.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah terkait **Pengaruh Media Sosial dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Bisnis Pada UMKM Ekonomi Kreatif Kelurahan Oesapa**

## **1.3 Persoalan Penelitian**

1. Apakah Media Sosial berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Bisnis UMKM Ekonomi Kreatif Pada Kelurahan Oesapa?
2. Apa Kreativitas Berwirausaha berpengaruh Terhadap Pertumbuhan Bisnis UMKM Ekonomi Kreatif Pada Kelurahan Oesapa?

## **1.4 Tujuan Dan Manfaat**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian ini untuk :**

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Media sosial terhadap Pertumbuhan Bisnis UMKM Ekonomi Kreatif Pada Kelurahan Oesapa
2. Untuk Mengetahui sejauh mana kreativitas Berwirausaha berkontribusi terhadap Pertumbuhan Bisnis UMKM Ekonomi Kreatif Pada Kelurahan Oesapa.

### **1.4.2 Manfaat Dari Penelitian ini adalah**

1. Manfaat Akademis
  - Memberikan wawasan akademik mengenai peran media sosial dan kreativitas dalam keberhasilan bisnis kecil.
  - Menyediakan referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis berbasis kreativitas.
2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi dan sebagai tambahan bahan referensi juga Peningkatan Pertumbuhan Bisnisdimasa yang akan datang.