

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya kewirausahaan merupakan suatu usaha untuk menentukan, mengembangkan, kemudian menggabungkan inovasi, kesempatan, dan cara yang lebih baik agar memiliki nilai yang lebih dalam kehidupan. Kata “kewirausahaan” berasal dari kata wirausaha yang tersusun dari kata “Wira” dan “usaha”. “Wira” artinya pahlawan/laki-laki sedangkan “usaha” adalah sebuah tindakan atau kegiatan yang dilakukan dengan mengerahkan pikiran dan kemampuan untuk dapat meraih atau mendapatkan sesuatu. Konsep kewirausahaan ini memiliki kaitan yang erat dengan kegiatan kerja yang dilakukan oleh wirausahawan dalam membangun suatu usaha tertentu yang dijadikan mata pencahariannya untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka (Dewi Rosmala, 2021). Kewirausahaan adalah merupakan orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Ungkapan di atas mengandung maksud bahwa seorang wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain dengan produk atau jasa yang sudah ada sebelumnya (Ade, 2020). Di era kemajuan teknologi dan sistem informasi sebagai dampak dari era globalisasi saat ini memberikan banyak perubahan yang signifikan bagi kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan wirausahawan, bagaimana mereka mencari nafkah dan menjalankan usahanya. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, wirausahawan dituntut untuk lebih kreatif, inovatif dalam menjalankan usaha yang kreatif, berbeda dengan perusahaan atau produk lainnya agar mampu menciptakan strategi kompetitif untuk mampu bersaing dengan para kompetitor di industri perdagangan dan bisnis yang semakin ketat persaingannya (Dharma et al., 2022).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai negara termasuk di Indonesia merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang tangguh. Hal ini karena kebanyakan para pengusaha mikro kecil dan menengah bergerak dari industri keluarga atau rumahan Dengan demikian, konsumennya pun berasal dari kalangan menengah ke bawah. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter dapat dipandang sebagai katup penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional, baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi maupun penyerapan tenaga kerja. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada dasarnya merupakan salah satu jenis usaha di Indonesia yang memiliki peranan penting dalam memajukan peningkatan pendapatan nasional Negara (Fatimah et al., 2023). Dalam konteks ekonomi nasional, UMKM juga memiliki potensi besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan memperkuat kedaulatan ekonomi Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia juga telah mengambil berbagai langkah untuk mendukung perkembangan UMKM, seperti memberikan akses keuangan yang lebih mudah dan meningkatkan kemampuan dan keterampilan wirausaha UMKM. Semua upaya tersebut dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di daerah-daerah yang masih terbelakang secara ekonomi (Suhartik et al., 2022). Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk terus mendukung perkembangan UMKM agar dapat memberikan kontribusi

yang lebih besar dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional (Cahyadi, 2022), industri seringkali memanfaatkan perkembangan dan kemajuan teknologi media sosial untuk dapat diaplikasikan dalam kehidupan berbisnis dan perekonomian masyarakat.

Media sosial merupakan sebuah aplikasi ataupun platform yang dipergunakan masyarakat dalam kegiatan berinteraksi, memperoleh dan membagikan informasi dengan cepat dan menyebar secara luas dengan memanfaatkan teknologi yang sudah dilengkapi dengan jaringan internet. Oleh karena itu, keberadaan media sosial sudah menjadi hal yang *mainstream* bagi sebagian besar masyarakat, hal ini seiring dengan semakin banyaknya jumlah pengguna media sosial yang sudah beredar dan muncul di internet, sehingga masyarakat bisa lebih leluasa dalam memilih jenis media sosial yang akan mereka gunakan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya, disertai dengan fitur yang mendukung (Dharma et al., 2022). Media sosial membuat para penggunanya semakin dinamis dan adaptif. Hal ini dikarenakan media sosial sangatlah memberikan kecepatan informasi yang tinggi. Dampak positif lainnya dari media sosial adalah memudahkan para pelaku usaha dalam berinteraksi dengan konsumen, memperluas sasaran pasar, dalam hal ini jarak dan waktu bukan lagi menjadi masalah, dan mengeluarkan biaya yang lebih murah.

Berdasarkan laporan yang diumumkan oleh *We Are Social* pada bulan Januari 2023, menyatakan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Hal ini menandakan bahwa terjadi kenaikan jumlah pengguna media sosial yang signifikan dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, pada tahun 2014 jumlah pengguna media sosial hanya mencapai 64 juta orang pengguna. Dengan kata lain, terjadi peningkatan jumlah pengguna sebesar 160,94% dalam waktu 10 tahun (dataindonesia.id, 2023). Kenaikan jumlah pengguna media sosial yang signifikan ini menyebabkan para pelaku usaha banyak yang memanfaatkan media sosial agar dapat mengembangkan dan memperluas pasar sasaran produk bisnisnya, supaya dapat dikenal lebih banyak orang.

Adapun fenomena media sosial yang akhir ini sedang berkembang sangat pesat yaitu dengan istilah *influencer*. *Influencer* adalah suatu bentuk pemasaran media sosial yang dilakukan oleh orang/kelompok yang mempunyai cukup banyak *followers*/pengikut di media sosial lalu dapat memberikan pengaruh kepada orang lain dengan cara melibatkan promosi produk dan keahlian pengaruh sosial yang membuat orang-orang tertarik terhadap produk/jasa tersebut sehingga terpengaruh dan ingin mencoba. Fenomena ini sudah terbukti dengan banyak orang yang menjadi *influencer* dengan mempromosikan produk. Bahkan banyak yang sukses menjadi seorang *influencer* dan suatu usaha berhasil mencapai keberhasilan usaha berkat fenomena influencer tersebut, contoh influencer sukses di Indonesia seperti Deddy Corbuzier, Raffi Ahmad, dll. Contoh usaha yang terpengaruh di dalam UMKM kopi, seperti Kopi Kenangan, Kota 1001 warung kopi dan lain-lainya. Namun, disamping memanfaatkan media sosial, para pelaku usaha UMKM seharusnya memiliki keterampilan dan kreativitas dalam berwirausaha untuk dapat mencapai keberhasilan bisnisnya. Penelitian mengenai media sosial terhadap keberhasilan usaha yang sudah dilakukan oleh (Putri & ie, 2020), (Dharma et al., 2022), hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Keterampilan merupakan sebuah indikator dimana seseorang memiliki keunggulan/kelebihan dalam hal kemampuan atau keahliannya dalam melakukan kegiatan usaha dibandingkan orang lain pada umumnya (Hariyanto & Ie, 2023). Sedangkan menurut (Bambang et al, 2018), keterampilan didefinisikan sebagai bentuk kecakapan atau keahlian yang dimiliki seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang hanya dapat diperoleh dari praktik dan pengalaman. Keterampilan dan kreativitas adalah merupakan faktor pendukung keberhasilan usaha pada usaha kecil dan menengah (UMKM). Keterampilan akan berhasil bila memiliki keterampilan khusus perencanaan dan penganggaran dalam mengembangkan strategi bisnis pemasaran untuk menyediakan produk yang menarik dan inovatif, bertindak cepat mendeteksi perubahan pasar, evaluasi masalah penjualan sebagai sarana untuk menjaga hubungan pelanggan, dengan fokus pada kualitas produk untuk mendapatkan pangsa pasar dan daya tarik (Iskandar & Safrianto, 2020). Penelitian mengenai keterampilan usaha untuk keberhasilan kewirausahaan yang dilakukan oleh (Aji et al., 2018), (Iskandar & Safrianto, 2020), memberikan hasil penelitian bahwa keterampilan usaha berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan kewirausahaan.

Kreativitas merupakan keahlian seseorang dalam mengemukakan ide-ide kreatif yang berbeda dari orang lain (Elisabeth Nainggolan et al., 2023). Menurut (Nofriser, dkk, 2022) kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan dan mengembangkan ide-ide baru, serta cara-cara baru dalam melihat masalah peluang yang nampak sehingga muncul pemikiran-pemikiran atau solusi kreatif. Kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang manusia agar mampu mengubah sesuatu yang sudah ada menjadi lebih menarik. Setiap *entrepreneur* harus memiliki kreativitas agar mampu menciptakan produk yang lebih menarik di mata pelanggan. (Ni Ketut Arniti, 2019) memberikan batasan bahwa kreativitas merupakan pengetahuan yang dimiliki seseorang dalam menciptakan ataupun menghasilkan sesuatu yang baru ataupun kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk memecahkan suatu masalah. Kreativitas berwirausaha merupakan sifat atau kemampuan yang dimiliki seorang pelaku usaha, dalam membaca dan menemukan segala bentuk peluang prospektif dengan tepat, bahkan dapat mengubah kesulitan, fenomena, atau permasalahan yang terjadi menjadi peluang usaha. Terutama di era modern saat ini, sangat membutuhkan individu-individu yang kreatif dan inovatif untuk mampu bersaing di pasar industri yang ketat ini (Hariyanto & Ie, 2023). Penelitian mengenai kreativitas terhadap keberhasilan usaha berdasarkan hasil penelitian (Dewi & Herlina, 2021), (Suhartik & Nagel, 2022), (Hariyanto & Ie, 2023), menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya. Kopi telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat Bondowoso sehingga kopi berkembang pesat hingga saat ini. Kopi menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Kopi adalah salah satu produk yang memiliki banyak pesaing diketahui memiliki berbagai merek dan varian bentuk kemasan tersebut menimbulkan perilaku konsumen. Di era modern kopi telah dikombinasikan dengan berbagai bahan dan teknologi. Dengan adanya UMKM kopi di Bondowoso maka membantu perekonomian masyarakat dan sekitarnya. Adapun faktor penghambat dalam UMKM kopi antara lain kurangnya hubungan dengan masyarakat

luar, masyarakat yang kurang mengetahui tentang pengetahuan dan teknologi, masyarakat yang masih tradisional, adat atau kebiasaan. Di Bondowoso bukan hanya menyajikan produk mentahan kopi saja melainkan membangun UMKM kopi seperti cafe-café, angkaringan dll, hal tersebut membuat cukup banyak industri\pelaku usaha kopi UMKM yang ada di kota Bondowoso dan beberapa UMKM tersebut sudah memasarkan produknya sampai keluar negeri.

Saat ini UMKM kopi di Bondowoso semakin meningkat pesat dengan pertumbuhan yang masif. Naiknya citra kopi pada UMKM di Bondowoso membuat para *entrepreneur* muda tampil mengambil peran penting dalam usaha kopi tersebut sehingga menciptakan berbagai jenis produk kopi. Dengan adanya ketertarikan untuk bisnis kopi bagian kecil pengusaha kopi di Bondowoso membutuhkan keterampilan, kreatifitas dan jaringan pemasaran melalui media sosial. Keterampilan dalam menjalin relasi dengan pemasok dan pelanggan juga dapat membantu dalam meningkatkan keberhasilan usaha terhadap UMKM kopi di Bondowoso. Menurut data yang disampaikan oleh H. Irwan Bachtiar Rachmat, SE.M.Si. selaku wakil bupati Bondowoso, dan berdasarkan survei yang diadakan oleh Kelompok Riset dan Pengabdian Masyarakat (Keris Dimas) *Local Economic Governance Studies* (LEGS) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Jember, pada tahun 2022 jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Bondowoso tercatat sekitar 39.000 UMKM (beritajatim.com, 2022).

Kita ketahui usaha Coffe UMKM Kopi di Bondowoso saat ini. Hal tersebut dapat kita lihat secara langsung di lapangan dengan data hasil observasi pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1 DATA UMKM KOPI DI BONDOWOSO TAHUN 2023

NO.	Nama Coffe	Alamat
1.	Matt Coffe – COFFE	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
2.	Gunung kembar	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
3.	Sahabat Tiga Bintang	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
4.	Agung Coffe/UPH Sukosawah	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
5.	Slapak Coffee	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
6.	Kampung kopi Kluncing	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
7.	Delian's	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
8.	Lereng Ijen 99	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
9.	Lembah Ijen	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
10.	Kaldera	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin

dilanjutkan

NO.	Nama Coffe	Alamat
11.	Dalboo	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
12.	Kosabe Coffe	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
13.	Coffe Farmer	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
14.	Lereng tengger ijen	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
15.	Jalakku	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
16.	Zuga Coffee	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
17.	Masiyan	Desa Sukorejo - Kecamatan Sumber Wringin
18.	Cap jago	Desa Sumber Wringin – Kecamatan Sumber Wringin
19.	Cap Jalak	Desa Sumber Wringin – Kecamatan Sumber Wringin
20.	Cap kembang	Desa Sumber Wringin – Kecamatan Sumber Wringin
21.	Raung Tulthul	Desa Sumber Wringin – Kecamatan Sumber Wringin
22.	Demit Coffe	Desa Rejoagung - Kecamatan Sumber Wringin
23.	Cap Kepodang Mas	Desa Rejoagung - Kecamatan Sumber Wringin
24.	Tsarima Coffee	Desa Rejoagung - Kecamatan Sumber Wringin
25.	Brown Coffe	Desa Rejoagung - Kecamatan Sumber Wringin
26.	Cap Nuri	Desa Sumber Gading - Kecamatan Sumber Wringin
27.	Distributor Kopi Bondowoso	Desa Sumber Gading - Kecamatan Sumber Wringin
28.	Gading Raya	Desa Sumber Gading - Kecamatan Sumber Wringin
29.	Duta Putra	Desa Sumber Gading - Kecamatan Sumber Wringin
30.	Edelweis	Desa Sumber Gading - Kecamatan Sumber Wringin
31.	Ruang Kopi	Desa Kademangan - Kecamatan Bondowoso

dilanjutkan

NO.	Nama Coffe	Alamat
32.	Yahala Coffee	Desa Kademangan - Kecamatan Bondowoso
33.	Lereng Argopuro Krajan Tani Tancak Kembar	Desa Andungsari - Kecamatan Pakem
34.	Tancak Kembar	Desa Andungsari - Kecamatan Pakem
35.	Jaman Naw	Desa Andungsari – Kecamatan Pakem
36.	Raz Coffe Roastery	Desa Sumber Gading – Kecamatan Sumber Gading
37.	Caffe Tjap Daoen	Desa Tamansari - Kecamatan Bondowoso
38.	Café Bunga pelita	Desa Tamansari - Kecamatan Bondowoso
39.	Enjoy Caffe	Desa Kademangan - Kecamatan Bondowoso
40.	Flowolf Café	Desa Kademangan - Kecamatan Bondowoso
41.	Photokopi Coffe House	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
42.	NYOK Coffe	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
43.	BELIKOPI. Bondowoso	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
44.	Kilometer 8 Café & Garden	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
45.	Phikopi Specialty Coffe	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
46.	Bondowoso Republik Café	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
47.	Aziz Coffe	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
48.	KOBO (Kopi Bondowoso)	Kotakulon Kecamatan Bondowoso
49.	Tridaruu	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
50.	Angkringan Baswara	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
51.	Warung Shaff	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
52.	Container Café Laki- Laki	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso

dilanjutkan

NO.	Nama Coffe	Alamat
53.	Kopi Siipp Bondowoso	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
54.	Anaga Coffe	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
55.	Cafe Sa' Karep	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
56.	Kedai Happy Memory	Desa Dasabah - Kecamatan Bondowoso
57.	Happy Café	Desa Tamansari - Kecamatan Bondowoso
58.	N'joy The Café	Desa Badean – Kecamatan Bondowoso
59.	Becoff Coffee	Desa Badean - Kecamatan Bondowoso
60.	Kopi limo	Desa Pakuwesi - Kecamatan Curadami
61.	DRK Café N Resto	Blindungan - Kecamatan Bondowoso
62.	Kana Kopi Roast	Desa Kejayan - Kecamatan Pujer
63.	Penai	Desa Poncofati - Kecamatan Curahdami
64.	Bulan Madu	Desa Pejaten - Kecamatan Bondowoso
65.	Raff Coffee	Desa Pancoran - Kecamatan Bondowoso
66.	Kedai 86	Desa Pancoran - Kecamatan Bondowoso
67.	Fanzah Kopi	Desa Sempol – Kecamatan Bondowoso

Sumber : Diskoperindag Bondowoso, 2023

Dapat dilihat pada Tabel 1.1 merupakan sumber data yang diperoleh dari Diskoperindag kabupaten Bondowoso yang dilakukan secara observasi dan survei langsung oleh peneliti. Berdasarkan dari banyaknya jumlah pelaku usaha UMKM caffe di Bondowoso sebanyak 67, bahwa persaingan yang ada dikalangan usaha kecil pada umumnya akan mendorong mereka melanjutkan bersaing untuk meningkatkan produk mereka, persaingan yang terjadi bukan antara apa yang diproduksi tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada produk mereka, sehingga produk tersebut memiliki daya tambah yang mampu membuat konsumen tertarik. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan kreativitas, keterampilan dan inovasi dalam produk yang ditawarkan. UMKM kopi di Bondowoso semuanya terhubung dengan internet, tapi terdapat permasalahan adanya kurang paham terhadap penggunaan media sosial pada pelaku usaha UMKM kopi.

Untuk memahami geliat perkembangan UMKM caffe di Bondowoso sejauh mana pelaku usaha beradaptasi dengan era modern saat ini yang rata-rata menggunakan media sosial. Keterampilan sebagai pelaku usaha harus memiliki kemampuan berpikir kreatif dan strategis untuk mempertahankan kualitas produk yang tinggi dalam usaha caffe tersebut sehingga memenuhi kebutuhan konsumen\pelanggan. Salah satu UMKM kopi yang peneliti bidik yaitu UMKM kopi KOBO Bondowoso, karena UMKM kopi KOBO menciptakan berbagai variasi produk kopi, menciptakan seni dari bahan mentah kopi, menjual produknya kebeberapa café, toko. warung dan swalayan dll. Setelah penulis melakukan survey pada UMKM kopi KOBO di Bondowoso diketahui adanya fenomena yang terjadi pada UMKM kopi KOBO Bondowoso yaitu adanya penurunan volume penjualan yang sangat drastis yang mengakibatkan pendapatan berkurang yaitu pada tahun 2020-2023 sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.2 DATA PENJUALAN UMKM KOPI KOBO DI BONDOWOSO
TAHUN 2020-2023**

No.	Keterangan	Tahun	Total penjualan	Kenaikan (%)	Penurunan (%)
1.	Volume penjualan	2020	42.000 pcs	0	0
2.	Volume penjualan	2021	28.800 pcs	0	41%
3.	Volume penjualan	2022	18.800 pcs	0	53%
4.	Volume penjualan	2023	40.200 pcs	56%	0

Sumber : Hasil observasi dari objek penelitian

Berdasarkan Tabel 1.2 penurunan volume penjualan pada tahun 2020 dan 2021 dikarenakan terjadi pandemi covid 19, dari masalah diatas berakibat keberhasilan usaha tidak sesuai dengan harapan karena pada tahun 2021 – 2022 tahun penjualan semakin menurun 41% - 53% diduga kalah dengan branding produk UMKM kopi KOBO yang lain. Penjualan mulai meningkat dikarenakan menjual produk kopi tersebut melalui media online, sehingga membuat para konsumen dalam pemesanan pada produk kopi meningkat sebesar 56 % pada tahun 2023. akan tetapi UMKM kopi KOBO belum mencapai target penjualan, dikarenakan penjualan di swalayan dan toko-toko kecil mengalami penurunan yang diakibatkan munculnya merek lain sehingga permintaan dari konsumen yang semakin meningkat.

Oleh sebab itu peneliti ingin membuat model faktor-faktor apa saja yang bisa meningkatkan keberhasilan usaha. Ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha (Fauzi, 2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa kesuksesan suatu bisnis di tentukan oleh kreativitas dan keterampilan dan menurut (Dharma et al., 2022) dalam penelitiannya mengatakan bahwa media sosial sangat penting bagi suatu bisnis dan supaya dikenal orang banyak dan masyarakat luas.

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis **Pengaruh Media Sosial, Keterampilan, dan Kreativitas Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kopi di Bondowoso.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang disampaikan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah media sosial berpengaruh signifikan keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso?
2. Apakah keterampilan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso?
3. Apakah kreativitas berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso?
4. Apakah media sosial, keterampilan, kreativitas berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi Bondowoso.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keterampilan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media sosial, keterampilan, kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kopi di Bondowoso.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi objek yang diteliti
 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada pelaku usaha UMKM kopi di Bondowoso. Sehingga dapat dimanfaatkan sebagai penentu strategis bisnis dimasa mendatang.
2. Bagi Perguruan Tinggi
 Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada perguruan tinggi khususnya yang membahas mengenai pengaruh media sosial, keterampilan, dan kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM kopi di Bondowoso.
3. Bagi Penulis
 Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman penulis terkait pengaruh media sosial, keterampilan, dan kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM kopi di Bondowoso, maupun dapat mempertajam pengetahuan yang diperoleh dari pembelajaran di universitas.