

ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KETERAMPILAN WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM DALAM MENGHADAPI DAMPAK COVID-19 DI KOTA BOGOR

Nurshabrina Alin Ghassani

nurshabrina.alinghassani.an18@mhs.wpnj.ac.id¹

Yanita Ella Chandra

yanitaella.nillachandra@bisnis.pnj.ac.id²

Erlyn Rosalina

erlyn.rosalina@bisnis.pnj.ac.id³

Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta

Abstract

Indonesia has a fairly high number of MSMEs, which is around 99.99% (65.5 million units) in 2018 and absorbs around 89.2% of the workforce from the total number of business actors which increases every year (Ministry of Cooperatives and SMEs RI). Even though it is in the micro category, MSMEs has a big contribution to the Indonesian economy. However, the pandemic that hit Indonesia in 2020 limited business activities, and caused 63.9% of MSMEs experienced a decline in turnover of more than 30% (katadata.co.id). However, there are 5.9% of business actors still felt the positive impact and resistant to Covid-19 by adding marketing channels. The main purpose of using internet access is carried out by business actors, namely marketing products through social media (katadata.co.id). Bogor City became one of the cities with a 60% decline in MSME income during the pandemic. The research purposes are to determine how much influence social media marketing and entrepreneurial skills have on the success of MSMEs in Bogor City. The data collected by interviews, questionnaires and observations, then, analyzed using PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modeling) with PLS SEM software. The results show that the social media marketing variable has a positive and significant effect on the success of MSME business with a coefficient value of 0.527 and a P-value of 0.000, the entrepreneurial skills variable has a positive and significant effect on the success of MSMEs with a coefficient value of 0.322 and a P-Value of 0.000, social media marketing and entrepreneurial skills have a positive and significant effect simultaneously with a P-value of 0.000. This means that the higher the level of use of social media marketing and the better the entrepreneurial skills, the higher the level of business success.

Keywords: *Social Media Marketing, Entrepreneurial Skills, Business Success*

Abstrak

Indonesia memiliki angka UMKM yang cukup tinggi yaitu sekitar 99,99% (65.5 juta unit) pada tahun 2018 dan menyerap sekitar 89,2 % tenaga kerja dari total keseluruhan pelaku usaha yang meningkat setiap tahunnya (Kementerian Koperasi dan UKM RI). Meski berada di kategori mikro, usaha ini memiliki kontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Namun, pandemi yang melanda Indonesia tahun 2020 membatasi aktivitas usaha, dan menyebabkan 63,9% UMKM di Indonesia mengalami penurunan omzet lebih dari 30% (katadata.co.id). Tetapi, sebanyak 5.9% pelaku usaha masih merasakan dampak positif Covid-19. Mereka adalah yang

resisten dan melakukan upaya bertahan salah satunya dengan menambah saluran pemasaran. Tujuan penggunaan akses internet terbesar dilakukan oleh pelaku usaha yaitu memasarkan produk lewat *social media* (katadata.co.id). Kota Bogor menjadi salah satu kota dengan penurunan pendapatan UMKM sebanyak 60% selama pandemi sehingga menjadi lokus penelitian. Penelitian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *social media marketing* dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bogor. Metode dalam pengumpulan data adalah wawancara, kuisioner dan observasi. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM (*Partial Least Square-Structural Equation Modeling*) dengan perangkat lunak SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM dengan nilai koefisien 0,527 dan P-value 0.000, variabel keterampilan wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM dengan nilai koefisien 0,322 dan P-Value 0.000, *social media marketing* dan keterampilan wirausahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dengan P-value 0.000. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan *social media marketing* dan semakin baik keterampilan wirausaha maka semakin tinggi tingkat keberhasilan usaha.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, Keterampilan Wirausaha, Keberhasilan Usaha

Pendahuluan

Indonesia memiliki angka UMKM yang cukup tinggi. Kementrian Koperasi dan UKM RI menyatakan bahwa jumlah UMKM adalah sekitar 99,99% (65.5 juta unit) pada tahun 2018 dan menyerap sekitar 89,2 % tenaga kerja dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia dan jumlah ini meningkat setiap tahunnya. UMKM adalah jenis usaha yang mudah dijalani dan tidak memerlukan biaya besar. Meski berada di kategori mikro, usaha ini memiliki kontribusi besar dan krusial bagi perekonomian Indonesia. Namun, pandemi yang melanda Indonesia

pada tahun 2020 membatasi beberapa aktivitas yang berdampak pada kegiatan usaha, di antaranya menyebabkan sekitar 63,9% UMKM di Indonesia mengalami penurunan omzet lebih dari 30% (katadata.co.id). Meski begitu, berdasarkan Katadata Insight Center, sebanyak 82,9% mengalami dampak negatif dari pandemi sedangkan sebanyak 5.9% pelaku usaha menerima dampak positif Covid-19 yang berarti ada sebagian kecil pelaku usaha yang menerima dampak positif dari pandemic.

Latar Belakang

Sebanyak 5,9% pelaku usaha yang merasakan dampak positif adalah mereka yang dapat melakukan langkah-langkah berikut:

- a. Mengevaluasi efisiensi produksi
- b. Mengurangi jam kerja dan karyawan
- c. Menambah saluran pemasaran sebagai bagian dari strategi bertahan.

Berdasarkan katadata.co.id, tujuan penggunaan akses internet terbesar oleh pelaku usaha adalah untuk memasarkan produk lewat *social media*. Sebagai saluran informasi, *social media* dimanfaatkan pelaku

usaha untuk memperluas interaksi, membangun *personal branding*, dan sebagai media promosi yang mendatangkan keuntungan. Kota Bogor memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang cukup tinggi yaitu sebanyak 27.377 unit dan mengingkat setiap tahun sebesar 50—60% yang terbagi ke dalam bidang kuliner, konveksi, kerajinan tangan, aksesoris, peralatan rumah tangga dan jenis usaha lainnya. Berdasarkan data dari Pemerintah Kota Bogor, pandemi menurunkan pendapatan sebanyak 60% secara keseluruhan. Dinas Koperasi dan UKM Kota

Bogor (2020) menyatakan bahwa dampak pandemi Covid-19 di Kota Bogor paling dirasakan pelaku usaha kebutuhan sekunder (*fashion*) dan kuliner. Misalnya, seperti pada unit Pasar Pakuan Jaya, pusat kuliner kawasan Suryakencana, Sukasari, dan Warung Jambu. Maka seiring dengan

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap keberhasilan usaha UMKM, pengaruh keterampilan wirausaha

Kajian Pustaka

Social Media Marketing

Social media marketing adalah bagian dari *digital marketing* yang bertujuan mempromosikan *brand* dengan mengunggah konten di berbagai *channel* untuk menaikkan *brand awareness*, meningkatkan *traffic*, serta menaikkan *leads* perusahaan.

Keterampilan Wirausaha

Kewirausahaan merupakan orang-orang yang mempunyai *instinct* (semangat, jiwa, nalar, intuisi, dan kompetensi), untuk berbisnis, *risk taker* (pengambilan resiko), berani investasi, *gambling* (berani rugi dalam memperoleh keuntungan) dan berani melakukan perubahan dengan cepat dan besar (bila memang dibutuhkan) untuk menciptakan kemajuan setiap saat (Z. Heflin Frinces, 2011). Menurut Guido Corbetta (2004:18), kewirausahaan adalah tentang mengantisipasi pasar dengan tepat. Jika pengusaha berhasil dalam mengantisipasi pasar, dia akan dapat menghasilkan produk lebih murah dari pada pesaing dan

Keberhasilan Usaha

Seorang wirausaha harus dapat meningkatkan sumber daya yang tersedia mampu bersaing dan berkompetitif dengan pelaku usaha lain. Suryana (2011:66) mengungkapkan bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu

program Pemerintah Kota Bogor dalam membangun *Smart City* dan mendukung pemulihan ekonomi nasional dalam program Bogor Bangkit, ditemukan urgensi percepatan digitalisasi agar segera direalisasikan guna membantu UMKM di Indonesia dan Kota Bogor.

terhadap keberhasilan usaha, dan pengaruh *social media marketing* dan keterampilan wirausaha secara simultan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bogor dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Menurut (Praditya, 2019) indikator *social media marketing* terhadap keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

- 1) Partisipasi.
- 2) Keterbukaan.
- 3) Perbincangan.
- 4) Komunitas.
- 5) Keterhubungan.

mendapatkan keuntungan dengan menjadi berguna dan bermanfaat bagi pelanggan, maka semakin banyak keuntungan yang akan didapat.

Menurut D. Made Dharmawati (2016:195), indikator keterampilan wirausaha diantaranya, adalah:

- 1) Keterampilan konseptual
- 2) Keterampilan kreatif
- 3) Keterampilan dalam memimpin dan mengelola.
- 4) Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi.
- 5) Keterampilan teknik usaha yang akan dilakukan.

maupun uang” Keberhasilan usaha dapat dinilai ketika suatu perusahaan berhasil mencapai tujuan atau sasaran yang ditetapkan organisasi

Indikator Keberhasilan Usaha Menurut (Suryana, 2014).

- 1) Volume Penjualan
- 2) Keuntungan
- 3) Pendapatan
- 4) Pertumbuhan tenaga kerja .

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data primer adalah *interview* (wawancara), kuisioner, dan observasi.

Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh variabel *social media marketing* dan pengaruh keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Bogor. Hasil *T-Value social media marketing* terhadap keberhasilan UMKM lebih besar dari pada *T* tabel (1.960) yaitu 6.272 sehingga pengaruh yang diberikan oleh *social media marketing* terhadap keberhasilan usaha terbukti signifikan. Sedangkan *path coefficient* untuk variabel *social media marketing* adalah sebesar 0,527 yang menandakan terdapat pengaruh positif

Hasil *P-value social media marketing* dan keterampilan terhadap keberhasilan UMKM terbukti signifikan karena *P value* $0.000 < \text{sig. } 0.05$. Diterimanya hipotesis ini

Sementara data sekunder diperoleh dari bahan pustaka, penelitian terdahulu, buku dan data internal yang besumber dari *annual report* Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor.

sebesar 52,7% terhadap keberhasilan UMKM

Hasil *T-value social media marketing* terhadap keberhasilan UMKM lebih besar dari pada *T* tabel (1.960) yaitu 3.683 sehingga pengaruh yang diberikan oleh keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha terbukti signifikan. Sedangkan *path coefficient* untuk variabel keterampilan wirausaha adalah sebesar 0,322 yang menandakan terdapat pengaruh positif sebesar 32,2% terhadap keberhasilan UMKM.

disimpulkan bahwa semakin baik keterampilan yang dimiliki wirausaha maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha di sektor UMKM pada Kota Bogor.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis mengenai pengaruh *social media marketing* dan keterampilan wirausaha terhadap UMKM Kota Bogor, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *social media marketing* semakin meningkat pula keberhasilan UMKM di Kota Bogor.
- b. Keterampilan Wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Kota Bogor. Hal ini menunjukkan bahwa semakin terampil wirausaha semakin baik

pula tingkat keberhasilan usaha UMKM di Kota Bogor.

- c. *Social 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.

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan diatas maka penulis dapat merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Penggunaan sosial media pada kegiatan usaha terbukti meningkatkan keberhasilan usaha, Oleh karena itu, direkomendasikan bagi pemerintah Kota unruk melakukan pendampingan UMKM

- | | |
|---|--|
| secara berkelanjutan yang berfokus pada keterampilan membuat konten. | pengetahuannya sehingga pelaku lain dapat sama-sama berkembang. |
| b. Pelaku UMKM yang telah berhasil memanfaatkan sosial media bergabung dalam komunitas agar bisa membagi pengalaman dan | c. Dinas Koperasi dan Parwisata Kota Bogor menggelar lebih banyak <i>event</i> atau bazar yang dapat memfasilitasi pemasaran UMKM. |

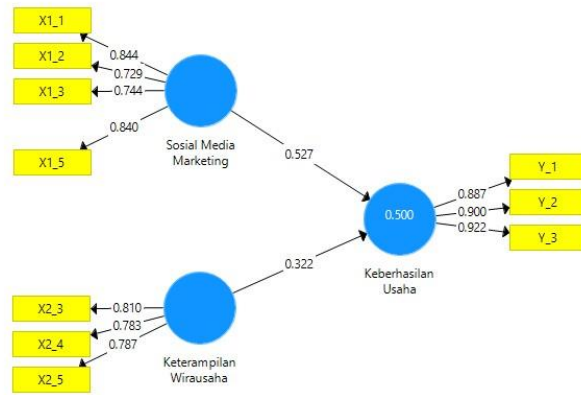
Daftar Pustaka

- Afifah, A. N. (2018). PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH SEKTOR KREATIF DI INDONESIA DAN MALAYSIA. *Jurnal Manajemen IPB*.
- Amini, N. W. (2021). ANALISIS DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA PERILAKU USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA BOGOR. *Jurnal Ekonomi dan Pertahanan*, Volume 7 Nomor 2.
- Andy Prasetyo Wati, J. A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera (Anggota IKAPI – No. 211/JTI/2019).
- Atiqah, S. (2016). Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Wirausaha terhadap Keunggulan Bersaing pada Batik Socialiteroom Medan. *Repository Institusi Universitas Sumatera Utara*.
- Dani Anggoro, H. H. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurpikat Politeknik Kebumen*, 384.
- Husna, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Husni Awali, F. R. (2020). URGENSI PEMANFAATAN E-MARKETING PADA KEBERLANGSUNGAN UMKM DI KOTA PEKALONGAN DI TENGAH DAMPAK COVID-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Irawan, A. (2016). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha. *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*.
- Jahid Syaifullah, M. S. (2021). Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the Covid-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 8 No 2*.
- Molle, A. (2021). *The importance of social media marketing for MSMEs in Jakarta to meet the challenges in the new normal era*. Jakarta: CRC Press.
- Raharjip, M. (2020). Implementation of Social Media Marketing for MSMEs. *International Journal of Education, Information Technology and others*, vol 3 no 2.
- Sunan Purwa Aji, H. M. (2018). Keterampilan Wirausaha Untuk Keberhasilan Usaha. *Journal of Business Management Education*.
- Ulum, M. (2014). Analisis structural equation modeling (SEM) untuk sampel kecil dengan pendekatan partial least square (PLS). *Repository Universitas Jember*.

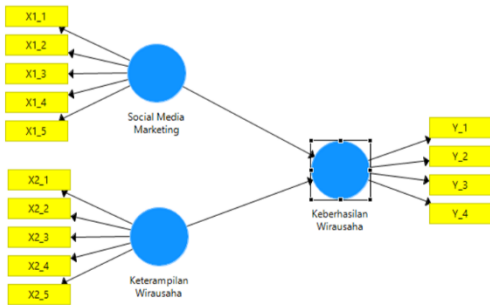
LAMPIRAN

Lampiran 3 Hasil SEM PLS

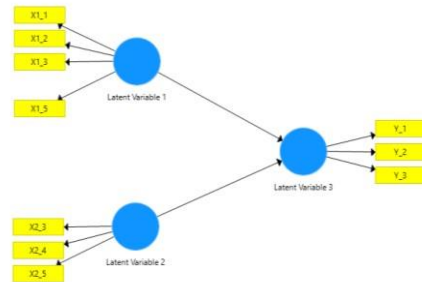
Hasil *Boostrapping*



Sebelum Penghapusan Item



Setelah Penghapusan Item



a. Nilai Outer Loadings Sebelum Penghapusan Item

Outer Loadings

Matrix	Keberhasilan ...	Keterampilan ...	Social Media ...
X1_1			0.832
X1_2			0.704
X1_3			0.745
X1_4			0.656
X1_5			0.808
X2_1		0.627	
X2_2		0.637	
X2_3		0.729	
X2_4		0.714	
X2_5		0.752	
Y_1	0.835		
Y_2	0.895		
Y_3	0.912		
Y_4	0.637		

b. Nilai AVE sebelum penghapusan item

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Keberhasilan W...	0.839	0.856	0.895	0.684
Keterampilan ...	0.732	0.741	0.822	0.481
Social Media M...	0.807	0.829	0.866	0.565

c. Nilai Outer Loadings setelah penghapusan item

Outer Loadings

Matrix	Keberhasilan U...	Keterampilan ...	Social Media ...
X1_1			0.844
X1_2			0.729
X1_3			0.744
X1_5			0.840
X2_3		0.810	
X2_4		0.783	
X2_5		0.787	
Y_1	0.887		
Y_2	0.900		
Y_3	0.922		

d. Nilai AVE setelah penghapusan item

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Keterampilan ...	0.710	0.716	0.836	0.630
Social Media M...	0.801	0.829	0.869	0.626
Keberhasilan U...	0.887	0.887	0.930	0.816

e. Nilai Cross Loadings

Discriminant Validity

	Keberhasilan U...	Keterampilan ...	Social Media ...
X1_1	0.490	0.260	0.844
X1_2	0.418	0.218	0.729
X1_3	0.432	0.215	0.744
X1_5	0.638	0.380	0.840
X2_3	0.392	0.810	0.262
X2_4	0.340	0.783	0.248
X2_5	0.459	0.787	0.316
Y_1	0.887	0.435	0.620
Y_2	0.900	0.476	0.549
Y_3	0.922	0.464	0.562

f. Nilai Fornell Larcker

Discriminant Validity

	Keberhasilan U...	Keterampilan ...	Social Media ...
Keberhasilan U...	0.903		
Keterampilan ...	0.507	0.794	
Social Media M...	0.640	0.351	0.791

g. R Square

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjus...
Keberhasilan U...	0.500	0.490

h. F Square

f Square

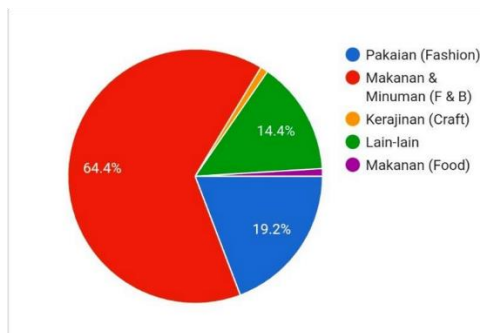
	Keberhasilan U...	Keterampilan ...	Social Media ...
Keberhasilan U...			
Keterampilan ...		0.182	
Social Media M...		0.487	

i. Path Coefficient

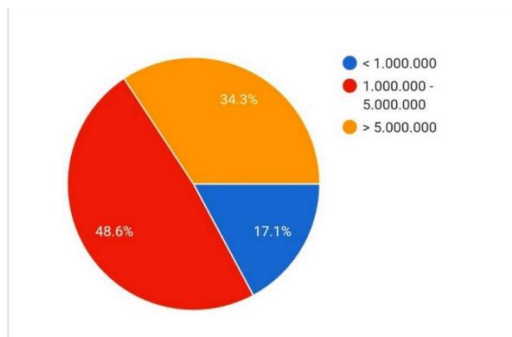
Path Coefficients

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Keterampilan ...	0.322	0.320	0.087	3.683	0.000
Social Media M...	0.527	0.527	0.084	6.272	0.000

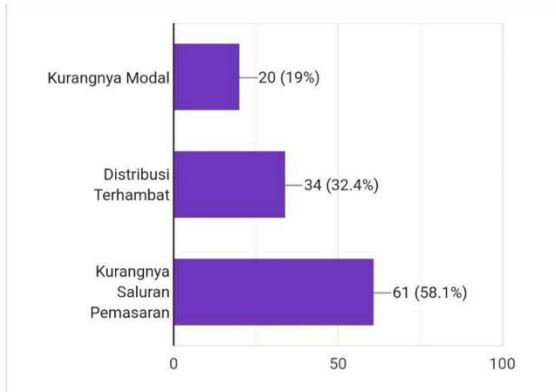
Jenis UMKM Yang di Jalani



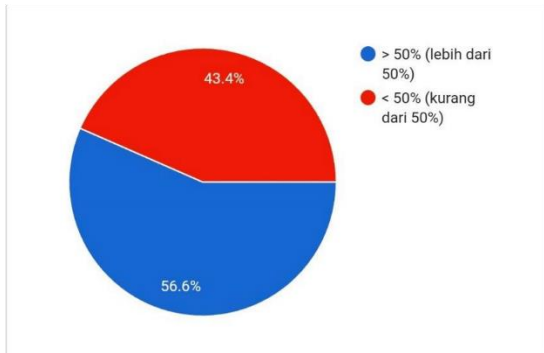
Jumlah Pendapatan Per Bulan



Faktor Yang Mempengaruhi Penurunan Pendapatan



Besar Penurunan Pendapatan



Jenis Pemasaran Online yang Digunakan

