

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kelurahan Harapan Jaya

Rizqi Abdul Karim*, Anwar Musadad

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

Email: 2010631020125@student.unsika.ac.id*, anwar.musadad@unsika.ac.id

Keywords:

entrepreneurial knowledge, social media, and business success

Abstract

This study analyzes and explains the influence of entrepreneurial knowledge and social media on business success among culinary entrepreneurs in Harapan Jaya Sub-District, Bekasi. This research uses a quantitative method that is descriptive and verificative in nature. To examine this influence, a rating scale was used, and multiple linear regression analysis was conducted using SPSS 25. The primary data source was a questionnaire distributed to 168 culinary business owner respondents in Harapan Jaya Sub-District. The results of the study show that there is a partial influence of entrepreneurial knowledge and social media on business success. There is also a simultaneous relationship between the variables of entrepreneurial knowledge and social media on business success. The results for the Entrepreneurial Knowledge variable (X1) On average, business owners have fairly good knowledge of entrepreneurship. However, further evaluation is still needed. The results for the Social Media variable (X2) show that business owners, on average, use social media as one of their operational tools. However, evaluation is needed since not all business owners gained many customers from social media. The results for the Business Success variable (Y) show that business owners in Harapan Jaya Sub-District have a fairly good level of business success. However, evaluation is still needed since not all businesses succeed based on image alone.

Kata Kunci:

pengetahuan kewirausahaan, media sosial dan keberhasilan usaha

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dan menjelaskan pengaruh pengetahuan kewirausahaan, media sosial terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan bersifat deskriptif dan verifikatif. Untuk bisa meneliti pengaruh tersebut digunakanlah rentang skala dan akan dilakukan analisis regresi linier berganda melalui SPSS 25. Dengan sumber data primer menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada pemilik usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya sebanyak 168 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial antara pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha. Dan terdapat juga hubungan secara simultan antara variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha. Hasil dari variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) rata-rata pemilik usaha memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan yang cukup baik. Akan tetapi perlu adanya evaluasi lebih lanjut. Hasil dari variabel media sosial (X2) rata-rata pemilik usaha menggunakan media sosial sebagai salah satu alat operasional. namun, perlu adanya evaluasi lebih lanjut karena tidak semua pemilik usaha mendapat banyak konsumen dari media sosial. Hasil dari variabel keberhasilan usaha (Y) menunjukkan bahwa pemilik usaha di Kelurahan Harapan Jaya memiliki tingkat keberhasilan usaha yang cukup baik. Namun perlu adanya evaluasi karena tidak semua usaha berhasil karena citranya saja.

PENDAHULUAN

Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan berjumlah sekitar 66 Juta unit UMKM. Jumlah tersebut berkontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Berdasarkan data yang terdapat pada laman KemenKopUKM. Di Kota Bekasi sendiri jumlah UMKM yang tercatat pada tahun 2023 sebanyak 190.522 unit usaha. Dengan jumlah UMKM yang ada para pengusaha harus terus bertahan dari persaingan termasuk beberapa faktor-faktor pendukung yang membantu termasuk media sosial (Ahdiat, 2024).

Untuk bisa sukses dalam berusaha perlu adanya keterampilan namun tidak akan seimbang bila keterampilan tidak ditunjang dengan pengetahuan kewirausahaan yang cukup. Keterampilan – keterampilan khusus dapat membantu untuk membuat nilai tambah bagi seorang wirausaha. Keberhasilan usaha dalam penelitian yang dilakukan oleh Vina Merliana, (2016) menyatakan bahwa setiap perusahaan kecil untuk dapat berhasil, maka harus ada usaha khusus untuk diarahkan sebagai kelangsungan perkembangan perusahaan yaitu penjualan dan profitabilitas.

Pada masa perkembangan teknologi saat ini media sosial merupakan penemuan yang menakjubkan karena bisa menghubungkan orang-orang tanpa memperhatikan jarak dan juga waktu. Menurut peneliti dari Pusat Riset ini Data dan Informasi BRIN menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi media promosi melalui iklan sesuai dengan target yang ditetapkan. Melalui media sosial kita cukup membuat konten untuk di upload di media sosial dengan biaya yang relatif lebih murah, dibandingkan memasang iklan di jalanan yang harus mengeluarkan biaya atau sewa yang cukup tinggi.

Dari fenomena tersebut peneliti ingin lebih mengetahui apakah terdapat fenomena yang mendasari banyaknya usaha yang tidak dapat bertahan di sekitaran Kelurahan Harapan Jaya. Survey awal peneliti melihat banyaknya usaha yang sama dengan produk yang sama, yang menjadikan persaingan menjadi sangat ketat. Dan usaha kuliner banyak yang berlokasi bersebelahan dengan kompetitor sejenis.

Sebagai langkah awal penelitian, peneliti melakukan survei pendahuluan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi keberhasilan usaha. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih memperoleh laba yang relatif rendah, bahkan banyak yang berada di bawah Upah Minimum Regional (UMR), sehingga laba dinilai menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Dari sisi produktivitas, mayoritas responden masih memproduksi kurang dari 100 unit produk per hari, yang mengindikasikan keterbatasan modal dan kapasitas produksi. Sementara itu, pada aspek daya saing, sebagian besar pelaku usaha mampu bersaing dengan kompetitor, namun masih banyak yang menawarkan produk serupa tanpa memiliki keunggulan yang membedakan. Dari segi citra usaha, mayoritas responden telah cukup dikenal oleh konsumen, meskipun usaha yang baru dirintis masih perlu membangun reputasi agar mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan bisnis.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan tersebut, peneliti mengidentifikasi beberapa permasalahan yang dihadapi pelaku usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya, antara lain masih rendahnya pengetahuan mengenai pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pengelolaan sumber daya, serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Selain itu, sebagian besar usaha masih beroperasi kurang dari satu tahun, mengalami

perkembangan yang lambat, dan menghadapi persaingan yang tinggi karena banyaknya pelaku usaha dengan jenis produk yang sama. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha, dengan ruang lingkup penelitian pada pelaku usaha kuliner nonwaralaba di Kelurahan Harapan Jaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif melalui regresi linier berganda, serta memanfaatkan Google Form, SPSS, dan Microsoft Excel sebagai alat bantu pengolahan data.

Penelitian ini memiliki kebaruan novelty karena secara spesifik mengkaji pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial secara simultan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya, yang belum banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya di wilayah tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif melalui regresi linier berganda, serta memanfaatkan Google Form, SPSS, dan Microsoft Excel sebagai alat bantu pengolahan data.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pengetahuan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan tingkat keberhasilan usaha pada pelaku usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya, sekaligus menguji pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas kewirausahaan, media sosial, dan keberhasilan usaha, serta memperkaya pengembangan ilmu manajemen. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan kompetensi kewirausahaan, mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran, serta meningkatkan keberhasilan usaha melalui strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono, (2013) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan sebuah data dengan tujuan tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah sebuah cara untuk memperoleh data tertentu dengan tujuan tertentu. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013) Metode kuantitatif adalah penelitian dengan metode positivistic karena berlandaskan pada filsafat positivism, metode ini juga disebut sebagai metode discovery.

Desain penelitian (Sudaryana, 2013) adalah sebuah gambaran yang dibuat untuk proses penelitian yang akan dilakukan setelah peneteap judul dan menggambarkan apa, mengapa, dan bagaimana masalah akan diteliti menggunakan metodologi yang akan digunakan. Berdasarkan apa yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah atau berhipotesis. Metode yang dipilih adalah metode penelitian kuantitatif untuk meneliti pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha. Penelitian ini akan diteliti dengan analisis regresi untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan. Dengan menggunakan kuisioner kepada pemilik usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya Bekasi Utara.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya yang bukan merupakan usaha waralaba (franchise), dengan jumlah populasi sebanyak 321 usaha. Sampel penelitian merupakan sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili

karakteristik populasi secara keseluruhan. Penentuan jumlah sampel menggunakan pendekatan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 168 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti, yakni pelaku UMKM kuliner nonfranchise di Kelurahan Harapan Jaya. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian serta mempertimbangkan keterbatasan peneliti dalam menjangkau seluruh anggota populasi, sehingga responden yang dipilih diharapkan mampu memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan penelitian.

Jenis Dan Sumber Data

1. Data Primer: Yaitu data yang diambil secara langsung dari sumber datanya tanpa melalui sumber lain (Chandra & Priyono, 2023). Dalam hal ini peneliti mengambil data dari pengusaha kuliner di Kelurahan Harapan Jaya dengan menyebarkan kuisioner.
2. Data Sekunder : Yaitu data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder bisa diambil dari beberapa sumber yaitu pihak-pihak atau lembaga yang menerbitkan data sekunder tertentu, data tersebut juga bisa dari perpustakaan, penerbit data, atau lewat internet (Supardi, 2020).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan secara langsung dengan menggunakan media *google form*. Pengertian dari kuisioner adalah pertanyaan-pertanyaan yang dibagikan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan kepada peneliti (Firdaus & Zamzam, 2018). Kuisioner pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh data dari responden mengenai Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kelurahan Harapan Jaya.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri atas analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data pada setiap variabel penelitian, yaitu pengetahuan kewirausahaan, media sosial, dan keberhasilan usaha, melalui tahapan penyusunan data, tabulasi, pemberian skor berdasarkan skala Likert, perhitungan skor setiap variabel, serta penentuan kategori menggunakan analisis rentang skala. Selanjutnya, analisis verifikatif dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan media sosial terhadap keberhasilan usaha. Pengujian dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang kemudian dilanjutkan dengan uji t untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel, uji F untuk menguji pengaruh kedua variabel secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik guna memperoleh hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Verifikatif

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah proses untuk menguji nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan sebagai syarat uji regresi linier berganda. Model regresi yang baik yaitu yang memiliki data berdistribusi normal. Salah satu cara untuk uji normalitas adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		168
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68812885
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.039
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa angka signifikansi (2- tailed) sebesar 0.200 atau lebih besar dari 0.05. jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Pengujian ini melihat nilai tolerance dan nilai VIF. Jika nilai tolerance diatas 0,1 dan VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Deskripsi
Pengetahuan Kewirausahaan	0.967	1.034	Bebas Multikolinearitas
Media Sosial	0.967	1.034	Bebas Multikolinearitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai tolerance pada masing-masing variabel sebesar $0.967 > 0,1$ dan $VIF\ 1.034 < 10$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel pengetahuan kewirausahaan dan media sosial.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah model regresi memiliki keragaman error yang sama atau tidak. Jika terdapat keragaman eror yang sama disebut homokedastisitas, sedangkan jika keragaman error berbeda disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas adalah uji Glejser, yaitu jika nilai signifikansi $>$

0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah tabel hasil uji heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
(Constant)	1.788	.554		3.229	.001
Pengetahuan Kewirausahaan	-.005	.023	-.018	-.226	.821
Media Sosial	-.047	.036	-.103	-1.311	.192

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2026

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) nilai signifikansi sebesar 0,821 > 0,05. Dan pada variabel media sosial (X2) nilai signifikansi sebesar 0,192 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu proses analisis model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel tetap atau tak bebas dengan variabel dua atau lebih variabel bebas untuk memprediksi nilai-nilai variabel tetap. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan dan besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.887	.942		3.064	.003		
Pengetahuan Kewirausahaan	.447	.040	.607	11.171	.000	.967	1.034
Media Sosial	.587	.060	.527	9.715	.000	.967	1.034

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 4 terdapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,887 + 0,447(X_1) + 0,587(X_2)$$

- Nilai konstanta sebesar 2,887 menunjukkan jika variabel independen bernilai 0 maka variabel dependen bernilai 2,887.
- Nilai koefisien regresi Pengetahuan kewirausahaan (X1) bernilai positif sebesar 0,447 maka dapat disimpulkan variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keberhasilan usaha (Y). Jadi setiap kenaikan 1 variabel pengetahuan kewirausahaan (X2) mempengaruhi keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,447.

- c. Nilai koefisien regresi media sosial (X2) bernilai positif sebesar 0,587 maka dapat disimpulkan variabel media sosial (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel keberhasilan usaha (Y). Jadi setiap kenaikan 1 variabel media sosial (X2) mempengaruhi keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,587.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Model Summary		Std. Error of the Estimate
			Adjusted R Square		
1	.728 ^a	.530	.524		1.698

a. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 5 nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,524 maka dapat disimpulkan bahwa besar pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan Media Sosial (X2) mempengaruhi variabel keberhasilan usaha (Y) secara simultan sebesar 52%. Sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis parsial digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh dari setiap variabel masing-masing terhadap variabel terikat. Dalam pengujian ini pengambilan keputusan didasarkan oleh nilai signifikansi dengan t tabel. Jika nilai signifikansi < 0,05 atau t hitung > t-tabel artinya terdapat pengaruh parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat begitu juga sebaliknya.

1. H0 : Tidak terdapat pengaruh parsial antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y)
2. H1 : Terdapat pengaruh parsial antara variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y)
3. H2 : Terdapat pengaruh parsial antara media sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Tabel 6. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.887	.942		3.064	.003		
	Pengetahuan Kewirausahaan	.447	.040	.607	11.171	.000	.967	1.034
	Media Sosial	.587	.060	.527	9.715	.000	.967	1.034

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat hasil hipotesis uji t sebagai berikut :

1. Variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari $< 0,05$ dan t hitung sebesar 11,171 atau lebih besar dari $> 1,974$. Atau bisa dikatakan H0 ditolak dan H1 diterima. Oleh karena itu, artinya dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh parsial antara pengetahuan kewirausahaan (X1) dan keberhasilan usaha (Y).
2. Variabel media sosial (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari $< 0,05$ dan t hitung sebesar 9,715 atau lebih besar dari $> 1,974$. Atau bisa dikatakan H0 ditolak H1 diterima. Oleh karena itu, artinya dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh parsial antara media sosial (X2) dan keberhasilan usaha (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan pengujian yang dilakukan apakah setiap variabel bebas berpengaruh simultan terhadap variabel tetap atau dalam hal ini yaitu apakah variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) berpengaruh simultan terhadap keberhasilan usaha (Y). uji f dapat dilihat dari nilai signifikansi $< 0,05$ atau f hitung $> f$ tabel yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 7. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	535.992	2	267.996	92.915	.000 ^b
	Residual	475.913	165	2.884		
	Total	1011.905	167			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari $< 0,05$ dan nilai f hitung sebesar 92,915 atau lebih besar dari f tabel $> 3,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan atau secara bersama-sama dari variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Pembahasan Deskriptif

Berikut ini adalah pembahasan deskriptif dari masing-masing variabel:

1. Pengetahuan Kewirausahaan (X1)

Pengetahuan kewirausahaan pada pelaku UMKM Kuliner di Kelurahan Harapan Jaya, berdasarkan dari hasil rekapitulasi rentang skala pada variabel pengetahuan kewirausahaan mendapatkan rentang skala kategori setuju. Yang menunjukkan bahwa rata-rata pelaku UMKM kuliner di kelurahan harapan jaya setuju pada semua indikator dalam variabel pengetahuan kewirausahaan.

2. Media Sosial

Variabel media sosial pada pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Harapan Jaya, berdasarkan hasil rekapitulasi pada rentang skala mendapatkan rentang skala kategori setuju. Yang menunjukkan rata-rata setuju pada semua indikator dalam variabel media sosial,

3. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan Usaha pada pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Harapan Jaya, berdasarkan hasil rekapitulasi rentang skala mendapatkan rentang skala dalam kategori setuju. Dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Harapan Jaya rata-rata setuju pada semua indikator dalam variabel keberhasilan usaha.

Pembahasan Verifikatif

Berikut ini adalah pembahasan verifikatif pada penelitian ini :

1. Pengaruh parsial pengetahuan kewirausahaan (X1) terhadap keberhasilan usaha (Y). menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y) pada pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Harapan Jaya.
2. Pengaruh parsial media sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y). menunjukkan bahwa variabel media sosial (X2) memiliki pengaruh positif pada pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Harapan Jaya.
3. Pengaruh simultan pengetahuan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y) hasil uji verifikatif menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari $<0,05$ dan f hitung sebesar 92,915 atau lebih besar dari f tabel sebesar 3,05. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan antara pengetahuan kewirausahaan (X1) dan media sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kelurahan Harapan Jaya pada umumnya memiliki pengetahuan kewirausahaan yang baik serta telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana operasional dan pemasaran, meskipun masih diperlukan peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial secara lebih optimal sebagai strategi pemasaran. Tingkat keberhasilan usaha yang dimiliki juga tergolong cukup baik, namun tetap memerlukan evaluasi agar dapat dipertahankan dan ditingkatkan dalam jangka panjang. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan media sosial secara parsial maupun simultan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, sehingga kedua faktor tersebut menjadi aspek penting dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner. Meskipun demikian, keberhasilan usaha juga dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan literasi di bidang manajemen, mengoptimalkan penggunaan media sosial sesuai kebutuhan dan karakteristik konsumen, serta menjaga kualitas produk dan citra usaha agar keberhasilan dapat dipertahankan secara berkelanjutan. Sementara itu, peneliti selanjutnya disarankan menggunakan model analisis yang berbeda, menambahkan variabel lain yang relevan, serta memperluas objek dan lokasi penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

REFERENSI

- Ahdiat, A. (2024). Pertumbuhan Jumlah UMKM Indonesia Sampai 2023. *Databoks 2024*.
- Anjuari, R., & Hasibuan, M. Z. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner Di Desa Bandar Setia Deli Serdang. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 7(2), 73–82. <https://doi.org/10.51544/Jmm.V7i2.3459>
- Dharma, B., Sari, L. P., Pulungan, Z. G., William, J., Ps, I. V., Estate, M., Percut, K., & Tuan, S. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha. Dalam *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)* (Vol. 1, Nomor 4, Hlm. 216–225).
- Ende & Dkk. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Eurika Media Aksara.
- Ernawatiningsih, N. P. L., & Arizona, I. P. E. (2022). Analisis Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Di Kecamatan Denpasar Utara). *Journal Of Applied Management And Accounting Science*, 3(Juni), 128–138.
- Fagas, A. F. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian Wirausaha Dan Faktor Eksternal Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Z Suites Hotel* [Phd Thesis, Universitas Medan Area]. <https://Repository.Uma.Ac.Id/Handle/123456789/22166>
- Fajri, A. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol.7(No.2). Diakses Pada Tanggal 15 Agustus 2024 : <https://doi.org/10.36835/Iqtishodiyah.V7i2.619>
- Feryanto P.P., I. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kaos Suci Bandung* [Phd Thesis]. Universitas Komputer Indonesia.
- Fifiyanti, S. D., Muhyiddin, Y., Putu, I., & Wijaya, E. (2022). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kemitraan Terhadap Keberhasilan Usaha Produksi Kopi Bumdes Buana Mekar The Influence Of Entrepreneurial Spirit And Partnership On The Success Of Buana Mekar's Bumdes Coffee Production Business* (Vol. 10, Nomor 1).
- Giri, N. P. E. L. S., & Sujana, I. N. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*. 15(1). <https://doi.org/10.23887/Jjpe.V15i>
- H, S., & S, W. (2008). *Defining The Entrepreneurial Manager: A New Framework For Individuals And Organizations* (1 Ed., Vol. 86). Harvard Bussines Review.
- Hariyani, D. S. (2021). *Manajemen Keuangan*. UNIPMA Press.
- Hariyanto, M., & Mei, L. (2023). *Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm*. 05(02), 511–518.
- Jones, P., & Smith, A. (2018). Understanding Management: A Comprehensive Approach. *Journal Of Organizational Studies*, 42(3), 345–362.
- Julianti, L., & Subekti, R. P. (2018). *Kertha Wicaksana*. 12(2), 156–166. <https://doi.org/10.22225/Kw.12.2.723.156-166>
- Kartini, L. K. B., Farhaeni, M., & Mariana, K. Y. (2021). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Minat Usaha Jasa Pariwisata Di Kampung Wasur Kabupaten Merauke. Dalam *Journal Of Applied Management Studies (JAMMS)* (Vol. 02, Nomor 2, Hlm. 98–106).
- Kinicki & Williams. (2016). *Management: A Practical Introduction*. Mcgrawhill.
- Martina, S., & Syarifuddin, D. (2014). *Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Terhadap Motivasi Dampaknya Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Di Lokawisata Baturraden*.
- Mufaqoh, T., & Anisa, F. (2022). *Webinar Dan Call For Paper Fakultas Ekonomi Universitas Tidar 2022 Pengaruh Self-Efficacy, Modal Usaha Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Empiris UMKM Bidang Perdagangan Di Kota Magelang)* (Vol. 19). [Http://jurnal.untidar.ac.id](http://jurnal.untidar.ac.id)

- Nasional, B. R. Dan I. (2023, Agustus). *Berdayakan UKM Melalui Data Dan Media Sosial*. <https://www.brin.go.id/news/114251/Berdayakan-Ukm-Melalui-Data-Dan-Media-Sosial>
- Nugraha, Y. E. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Pada Unit Usaha Pariwisata Di Kawasan Pesisir Kota Kupang. Dalam *Jurnal Industri Pariwisata* (Vol. 3, Nomor 2, Hlm. 2021).
- Nugroho, I., Hanafie, R. S., & Aditya, C. (2017). Penguatan Manajemen Jasa Transportasi Pariwisata Berorientasi Pendidikan. Dalam *Seminar Nasional Sistem Informasi*.
- Prasetya, D. I., Handoko, F., & Vitasari, P. (2019). Pengukuran Kinerja Perusahaan Jasa Transportasi Niaga Darat Menggunakan Metode Baldrige Excellence Framework (Studi Kasus Pada PT. Galena Perkasa Sidoarjo). Dalam *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri* (Vol. 5, Nomor 2). <http://nist.gov>
- Pratama, R. Y. (2020). *Fungsi-Fungsi Manajemen "POAC"* (4 Ed., Vol. 2). Universitas Jenderal Achmad Yani.
- Rahayu, E. P., & Sulistyowati, S. N. (2022). *Pengaruh Media Sosial Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha*. 7(Tahun), 12–23.
- Ramadhanti, N. A., & Ali, H. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lingkungan Eksternal: Peluang Dan Ancaman Dari Persaingan Industri, Perubahan Regulasi, Dan Perkembangan Teknologi Dalam Konteks Manajemen Strategis*. 2(1). <https://doi.org/10.38035/jstl.v2i1>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2017). *Management*. Pearson.
- Saputra, R. (2019). *pengaruh media sosial dan suasana toko terhadap keputusan pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sepmady, W. (2018). *Dasar Manajemen*. Ahlimedia Press.
- Setiawan, P. E. P. (2020). *Analisis Pengaruh Perubahan Harga Komoditas Kopi Dan Perubahan Valuta Asing Terhadap Return Saham Perusahaan Kopi Yang Go Public Pada Tahun 2019*. <http://repository.unika.ac.id/23039/4/16.D1.0016-PAULUS%20EVANDER%20PRIHATINO%20SETIAWAN%20%20BAB%20III.pdf>
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Koperasi Dan UMKM. Dan. (2023). *Data UMKM*. <https://umkm.depkop.go.id/>
- Umrati, & Wijaya, H. (T.T.). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan* [Phd Thesis]. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Utami, I. N., & Umami, N. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha. *Jurnal Economina*, 2(9), 2568–2578. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.834>
- Wigunadika, I. W. S. (2021). *Menumbuhkan Minat Generasi Muda Menjadi Wirausaha*. NILACAKRA.
- Yuzakhri, M., Harmain, H., & Nasution, Y. S. J. (2023). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Umkm Desa Bandar Setia*. 16(1), 199–208.