

SKRIPSI
PENGARUH KREATIVITAS, PENGETAHUAN,
KEWIRAUSAHAAN, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM



DIAJUKAN OLEH: NAMA :
MALVIN HARIYANTO NPM :
115190320

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023

SKRIPSI
PENGARUH KREATIVITAS, PENGETAHUAN,
KEWIRAUSAHAAN, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM



DIAJUKAN OLEH: NAMA :
MALVIN HARIYANTO NPM :
115190320

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Malvin Hariyanto
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190320
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : [REDACTED]
Telp. [REDACTED]
HP. [REDACTED]

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 16 Januari 2022.



Malvin Hariyanto

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Malvin Hariyanto
NIM : 115190320
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh kreativitas, pengetahuan
kewirausahaan, dan media sosial terhadap
keberhasilan usaha UMKM

Jakarta



(Mei Ie, S.E.,M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA :
NIM :
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI :

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tunggal dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji :
2. Anggota Penguji : -
-

Jakarta,
.....
Pembimbing,

(.....)

ABSTRACT TARUMANAGARA
UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMIC
AND BUSINESS JAKARTA

(A). Malvin Hariyanto (115190320)

(B). THE INFLUENCE OF CREATIVITY,
ENTREPRENEURSHIP KNOWLEDGE,
AND SOCIAL MEDIA ON THE SUCCESS
OF MSME BUSINESS

(C). ENTREPRENEURSHIP

(D). **Abstract** : : *In this day and age there are still many MSMEs that are not successful in running their business. there are still many MSME businesses that are less creative in running their business. Most of these MSME owners still follow other existing UMKM, so there are no differentiating factors between one MSME and another. In addition, there are still many MSME owners who do not understand the use of social media in developing their business. Conventional methods are still often found around us and this is one of the reasons an MSMEs do not develop optimally in achieving business success. The purpose of this study was to determine and analyze the influence of creativity, entrepreneurial knowledge, and social media on the success of MSME businesses. Sampling of this study was carried out by purposive sampling method. The study distributed questionnaires to 60 business owners. Data analysis using SmartPLS 3.0 analysis. The results of the analysis conclude that creativity has a positive and significant effect on the success of MSMEs. Entrepreneurial knowledge has a positive and significant effect on the success of MSMEs. Social*

media has a positive and significant effect on the success of MSMEs.

(E). *Keywords* : : *Business Success, Creativity,*

Entrepreneurship Knowledge, Social Media

(F). *Refefrence* 26 (2017-2022)

(G). Mei Ie, S.E.,MM

ABSTRAK TARUMANAGARA
UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMIC
AND BUSINESS JAKARTA

(A). MALVIN HARIYANTO (115190320)

(B).PENGARUH, KREATIVITAS, PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA UMKM

(C). KEWIRAUSAHAAN

(D). Abstrak : Pada zaman sekarang ini masih banyak UMKM yang tidak berhasil dalam menjalankan usahanya . masih banyak sekali usaha UMKM yang kurang kreatif dalam menjalankan usahanya. Kebanyakan dari para pemilik UMKM ini masih mengikuti UMKM lain yang sudah ada, sehingga tidak ada faktor pembeda antara UMKM satu dengan lainnya. Selain itu masih banyak pemilik UMKM yang tidak mengerti penggunaan media sosial dalam mengembangkan usahanya. Cara konvensional masih sering kita temukan disekitaran kita dan ini menjadi salah satu alasan sebuah UMKM tidak berkembang secara maksimal dalam mencapai keberhasilan usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh dari kreativitas, pengetahuan kewirausahaan,dan media sosial terhadap keberhasilan usaha UMKM. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan metode purposive sampling. Penelitian menyebarkan kuesioner kepada 60 pemilik usaha. Analisis data menggunakan analisis SmartPLS 3.0. Hasil analisis menyimpulkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

(E). **Kata Kunci:** Keberhasilan Usaha, Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Media Sosial

(F). Daftar Acuan 26 (2017-2022)

(G). Mei Ie, S.E.,MM

MOTTO

Hidup hanya sekali. Lakukan semua yang ingin saya lakukan sebelum terlambat. Lebih baik mencoba walau gagal daripada tidak mencoba sama sekali.

Karya ini saya persembahkan untuk

- ✓ Papa dan Mama yang saya cintai
- ✓ Dosen pembimbing yang saya hormati
- ✓ Rektor dan Dekan yang saya hormati
- ✓ Seluruh teman seperjuangan
- ✓ Diri saya sendiri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “**Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM.**”. dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir atau skripsi ini dibuat dengan tujuan memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dan masukkan seperti bimbingan, dukungan, motivasi, serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, yaitu:

1. Ibu Mei Ie, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta penuh kesabaran dalam membimbing serta memberikan pengarahan pada penulis selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis

selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

5. Keluarga yang penulis sayangi, Papa, Mama, serta kedua adik saya, yang telah memberi dukungan moril maupun materiil, semangat, motivasi, kasih sayang dan doa kepada penulis supaya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, lancar dan tepat waktu, tanpa ada rasa penderitaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun guna untuk menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 12 Januari 2023

(Malvin Hariyanto)

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	viii
MOTTO.....	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah.....	6
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Gambaran Umum Teori	8
B. Definisi Konseptual Antar Variabel	9

1. Keberhasilan Usaha.....	9
2. Kreativitas.....	10
3. Pengetahuan Kewirausahaan	11
4. Media Sosial	12
C. Kaitan Antar Variabel-Variabel.....	13
1. Kaitan Kreativitas dan Keberhasilan UMKM	13
2. Kaitan Pengetahuan Kewirausahaan dan Keberhasilan UMKM.....	14
3. Kaitan Media Sosial dan Keberhasilan UMKM.....	14
D. Penelitian yang Relevan.....	15
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	21
BAB III.....	23
METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Desain Penelitian	23
B. Populasi Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel	23
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	25
1. Operasionalisasi Variabel.....	25
2. Instrumen.....	34
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas	39
E. Analisis Data.....	39
1. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Deskripsi Subjek Penelitian	42
1. Merupakan Pemilik Usaha UMKM	42

2. Jenis Kelamin	43
3. Umur	43
4. Lama Bekerja.....	44
5. Pendidikan Terakhir	45
B. Deskripsi Objek Penelitian	46
1. Keberhasilan Usaha.....	46
2. Kreativitas.....	48
3. Pengetahuan Kewirausahaan	50
4. Media Sosial	50
C. Hasil Analisis Data	51
1. Hasil Uji R Square	54
2. Hasil Uji F Square.....	54
3. Hasil Uji Q Square	55
4. Hasil Uji GoF.....	56
5. Hasil Uji Hipotesis	56
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Keterbatasan dan Saran	61
1. Keterbatasan	61
2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66
Lampiran 1 : Kuesioner	66
A. Data Responden	67

B. Petunjuk Pengisian Responden	67
C. Kuesioner	68
Lampiran 2 : Variabel Independen ,Dependen dan Karakteristik Responden...	71
Lampiran 3 : Hasil Analisis Data	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Dependen – Keberhasilan Usaha	25
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Dependen – Kreativitas	27
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Dependen – Pengetahuan Kewirausahaan..	29
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Dependen – Media Sosial.....	32
Tabel 3. 5 Skala Likert	34
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Konvergen (<i>Loading Factor</i>)	35
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Konvergen (<i>Average Variance Extracted</i>).....	38
Tabel 3. 8 Hasil Uji Diskriminan (<i>Discriminant Validity Fornell-Locker Criterion</i>)	38
Tabel 3. 9 Hasil Analisis Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 1 Deskripsi Penelitian Subjek Merupakan Pemilik Usaha UMKM	42
Tabel 4. 2 Deskripsi Subjek Penelitian Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 3 Deskripsi Penelitian Subjek Tentang Umur.....	43

Tabel 4. 4 Deskripsi Penelitian Subjek Lama Bekerja	44
Tabel 4. 5 Deskripsi Penelitian Subjek Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4. 6 Objek Penelitian Keberhasilan Usaha	46
Tabel 4. 7 Objek Penelitian Kreativitas	48
Tabel 4. 8 Objek Penelitian Pengetahuan Kewirausahaan.....	50
Tabel 4. 9 Objek Penelitian Media Sosial	52
Tabel 4. 10 Tabel R Square	54
Tabel 4. 11 Tabel f Square.....	55
Tabel 4. 12 Tabel Q Square.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Statistik Perkembangan UMKM dari tahun ke tahun	2
Gambar 1. 2 Statistik jumlah pengguna sosial media aktif dari tahun ke tahun	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	22
Gambar 3. 1 Hasil PLS Algorithm.....	37
Gambar 4. 1 Diagram Hasil Uji Hipotesis Bootstrapping	58

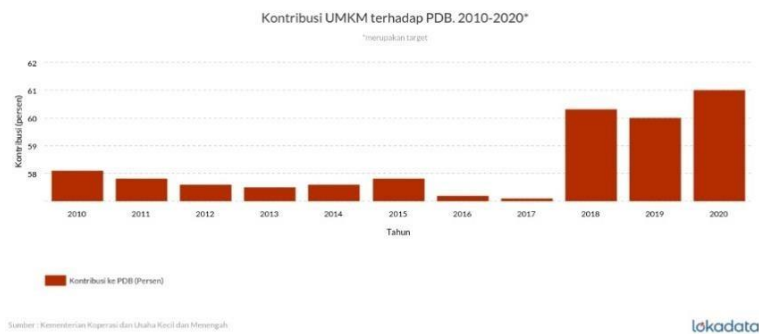
BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang

Peran UMKM di Indonesia sangatlah besar. Pada masa modern seperti saat ini dimana teknologi semakin maju serta persaingan pasar bebas sangat ketat, UMKM Indonesia memiliki tantangan yang besar untuk bertahan dan bersaing. Dengan semakin bebas dan ketatnya kompetisi pasar serta penyebaran informasi yang sangat cepat dan mudah, seiring berjalannya waktu konsumen akan lebih sadar mengenai banyaknya opsi produk barang atau jasa yang dapat dipilih. Sebagai seorang wirausaha baru UMKM harus memiliki jiwa yang tangguh dan ide kreatif dalam menjalankan bisnisnya. Dengan demikian, pemilik UMKM juga dituntut untuk membuat produknya dapat bersaing di pasaran. Oleh karena itu, inovasi juga diperlukan untuk mengembangkan produk agar berbeda dengan yang lain sehingga konsumen tertarik untuk mencoba satu hal yang berbeda. Sebagai contoh beberapa UMKM baru yang cukup viral dikalangan masyarakat berupa produk makanan dan minuman ; *croffle (croissant waffle)*, *ricebowl*, permen dalgona, ataupun jasa dibidang fotografi (produk), *social media management*, MUA, *florist* dan lain sebagainya. Berikut merupakan data statistik mengenai perkembangan UMKM dari tahun ke tahun bersumber lokadata



Gambar 1. 1 Data Statistik Perkembangan UMKM dari tahun ke tahun

Sumber: : <https://2022.co.id/grafik-jumlah-umkm-di-indonesia-2019.html>

Untuk membantu proses keberhasilan UMKM di era globalisasi saat ini, media sosial seperti *Instagram* dan *Whatsapp* diperlukan agar produk maupun jasa yang ditawarkan bisa lebih dikenal masyarakat. Dengan adanya fitur *Instagram ads* maupun *Whatsapp Business*, dapat mempermudah kegiatan komunikasi antara, penjual dan calon konsumen, baik dalam proses promosi, pengenalan atau informasi produk, hingga proses transaksi. Ditambah lagi jumlah pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Berikut data statistik dari DataIndonesia (2022) mengenai jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia dalam 9 tahun terakhir



Gambar 1. 2 Statistik jumlah pengguna sosial media aktif dari tahun ke tahun

Sumber: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>

Berdasarkan data statistik 2022 di atas kita bisa mengetahui bahwa penggunaan media sosial sangatlah penting pengaruhnya terhadap kemajuan UMKM yang ada di Indonesia ini. kreativitas serta pengetahuan kewirausahaan juga sangat berpengaruh dalam perkembangan UMKM . Salah satu faktor yang berkaitan dengan kreativitas adalah pengetahuan kewirausahaan dimana pengetahuan ini sebagai pendukung kreativitas berwirausaha bahkan sebagai aset bisnis di era digital saat ini .

Perkembangan media sosial memberikan dampak yang besar bagi umat manusia, sehingga memudahkan orang yang berbagi informasi atau mencari pengetahuan terkait sesuatu. Teknologi digital membawa perubahan besar pada manajemen bisnis mulai dari produksi barang dan layanan hingga pengirimannya ke konsumen. Media sosial dapat menjaga hubungan baik dengan rantai pasokan. Selain itu, media-media tersebut sebagai katalisator bagi usaha kewirausahaan dan pemasaran (Azhar & Akhtar, 2020). Hal ini juga dapat berfungsi sebagai media pertukaran baru bagi kaum muda untuk memanfaatkan peluang. Merangkul kreativitas, inovasi dan kepemimpinan untuk menjadi seorang wirausaha. Demikian juga Puspitarini dan Nuraeni (2019) menekankan media sosial dekat dengan anak muda sehingga dapat dimanfaatkan dalam pemberdayaan kaum muda dalam kewirausahaan.. Pengembangan media sosial harus tepat digunakan selama pandemi untuk meningkatkan kinerja di era pascapandemi.

Kreativitas juga memegang peranan penting dalam menopang suatu UMKM. Bentuk kreativitas ini harus didasarkan pada pemikiran mutakhir, pemikiran baru, tidak seperti yang terjadi saat ini. Organisasi yang diatur dengan kebebasan kreatif mungkin akan terlihat berbeda dari organisasi serupa lainnya, mengingat visioner kewirausahaan dapat melepaskan kreativitas mereka dan menghidupkan bisnis mereka. Kreativitas sendiri adalah kapasitas untuk mendorong pemikiran baru dan pendekatan yang lebih baik untuk menyelidiki masalah dan memantau peluang bisnis. Memulai bisnis UMKM tidak semudah

yang dibayangkan karena menjalankan bisnis menghadapi tantangan, terutama dalam hal mengikuti inovasi terbaru. Pengusaha masa kini memiliki cara tersendiri dalam menghadapi situasi seperti itu, dan mereka yang bertahan selama ini memiliki ide untuk membiarkan analisis dan ide dari pembeli untuk mengambil keputusan.

Tetapi pada kenyataannya masih banyak UMKM yang tidak berhasil dalam menjalankan usahanya . masih banyak sekali usaha UMKM yang kurang kreatif dalam menjalankan usahanya. Kebanyakan dari para pemilik UMKM ini masih mengikuti UMKM lain yang sudah ada, sehingga tidak ada faktor pembeda antara UMKM satu dengan lainnya. Selain itu masih banyak pemilik UMKM yang tidak mengerti penggunaan media sosial dalam mengembangkan usahanya. Cara konvensional masih sering kita temukan disekitaran kita dan ini menjadi salah satu alasan sebuah UMKM tidak berkembang secara maksimal dalam mencapai keberhasilan usahanya.

Dari faktor -faktor tersebut dalam mencapai keberhasilan dalam membangun UMKM juga dibutuhkan pengetahuan akan kewirausahaan. Pengetahuan kewirausahaan sendiri sangat penting dimiliki oleh para pemilik UMKM. Dengan dimilikinya pengetahuan akan kewirausahaan pemilik UMKM dapat lebih sadar dan mengerti akan sistem dalam menjalankan usahanya secara baik dalam mencapai keberhasilan usaha, salah satunya seperti arus kas. kenyataannya masih banyak pemilik UMKM yang kurang mengerti akan gunanya memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan.

Berdasarkan analisis peneliti diatas penelitian ingin mengetahui apakah faktor kreativitas ,pengetahuan kewirausahaan dan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan sebuah UMKM.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Masih banyak usaha UMKM yang kurang kreatif dalam mengembangkan usahanya
2. Pengetahuan kewirusahaan yang kurang memadai dalam mengembangkan usaha UMKM.
3. Masih banyak UMKM yang kurang memahami penggunaan media sosial dalam mengembangkan usahanya

3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih mendalam dan terfokus, maka penulis merasa perlu adanya batasan variabel. Tidak semua variabel dalam usaha UMKM yang ada akan diteliti oleh penulis. Variabel yang diteliti oleh penulis adalah pengaruh kreativitas , pengetahuan kewirusahaan dan media sosial yang menjadi salah satu faktor berhasilnya suatu usaha .batasan variabel tersebut adalah kreativitas (X1), pengetahuan kewirusahaan (X2) , dan media sosial (X3) sebagai variabel independen. Keberhasilan usaha UMKM sebagai variabel dependen

- a. Variabel keberhasilan usaha UMKM dibahas berdasarkan indikator penjualan, arus kas, jumlah karyawan, dan pertumbuhan bisnis.
- b. Variabel kreativitas dibahas berdasarkan indikator memiliki rasa ingin tahu, optimis , mencari solusi dari masalah , berimajinasi.
- c. Variabel pengetahuan Kewirusahaan dibahas berdasarkan indikator mengetahui tentang bidang usaha, memiliki pembukuan sederhana, memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, mempunyai pengetahuan tentang manajemen, dan mempunyai pengetahuan pemasaran
- d. Variabel media sosial dibahas berdasarakan indikator yaitu Hubungan, komunikasi ,dan interaksi pasca pembelian

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan Uraian latar belakang masalah diatas , maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM ?
- b. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM?
- c. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah faktor kreativitas , pengetahuan kewirausahaan serta media sosial mempengaruhi perkembangan UMKM, Yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM.
- b. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM
- c. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha UMKM

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pihak yang terkait ,antara lain:

- a. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak universitas dalam membantu mahasiswa dalam meningkatkan minat berwirausaha . Serta ,diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang lebih mendalam sebagai bahan informasi dan pengetahuan

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa untuk menjadi bahan acuan dalam penelitian selanjutnya .serta menjadi motivasi bagi mahasiswa dalam berwirausaha

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk lebih menumbuhkan minat berwirausaha kepada lingkungan keluarganya masing masing dan membangun rasa kepercayaan diri anggota keluarga untuk berwirausaha

d. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengetahuan bahwa terdapat faktor faktor yang mempengaruhi seseorang mahasiswa dalam menumbuhkan dan memiliki minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Daftar Pustaka

- Anggraeni, & Diah, N. m. (2017). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha kecil dan menengah pada pengrajin tenun songket di Desa Jinengdalem Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (1) , 1-3.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/20000/11949>
- Azhar, & Akhtar. (2020). Social media : A catalyist for enterpreneueship and marketing. *South Asian Journal of Marketing and Management Reseaerch*, 10 (11), 2249-877. DOI:[10.5958/2249-877X.2020.00087.9](https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00087.9)
- Hadiana, a. I., & Witanti, W. (2017). Analisis jejaring sosial menggunakan social network analysis untuk membantu social CRM bagi UMKM di Cimahi. *Prosiding SAINTIKS FTIK UNIKOM* , 2(6) , 29-36. <http://prosiding-saintiks.ftik.unikom.ac.id/jurnal...>
- Herawati, & Yustien. (2019). Pengaruh Modal, penggunaan informasi akuntansi dan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha kecil (survei pada usaha rumahan produksi pempek di kota jambi). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Finansial Indonesia*, 3 (1), 63-76. DOI:10.31629/jiafi.v3i1.1582
- Irawati, R. (2018). Pengaruh pelatihan dan pembinaan terhadap pengembangan usaha kecil. *Jurnal JIBEKA* , 12(1), 74-82. DOI:
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.18>
- Ismail, & AlBahri, F. P. (2019). Perancangan E-kuisisioner menggunakan codelgniter dan react-js sebagai tools pendukung penelitian. *Jurnal Sains Komputer dan Informatika (J-SAKTI)*, 3(2), 337-347. DOI:
<http://dx.doi.org/10.30645/j-sakti.v3i2.152>
- Mashuri, Eriyana, & Ezril. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pedagang pasar sukaramai di Kecamatan Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* , 8 (1) , 138-154.
<https://ejournal.stiesyariahbengkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/download/158/158/>
- Mulya, V. D., Mulyantomo, E., & Sulistyawati, D. A. (2022). Mengungkap rahasia kesuksesan manis legitnya madu peternakan lebah di desa gadu Kec. Gunungwungkal Kab. Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(3), 208-219.
<https://journals.usm.ac.id/index.php/solusi/article/download/4618/2731>

- Nurjaman, A., & Sari, I. P. (2017). The effect of problem posing approach towards students mathematiccal disposition, critical & creative thinking ability based on school level. *Infinity Journal* , 6(1), 69. DOI: 10.22460/infinity.v6i1.223
- Prasetio, T. (2020). Analisis pengaruh penggunaan media sosial, motivasi intrinsik, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Sekretari dan Administrasi (SERASI)*, 18(1), 35-46. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi/article/view/1040>
- Purwantini, S., Rusdianti, E., & Wardoyo, P. (2021). Kreativitas Kewirausahaan. *Jurnal Tematik*, 3 (2) , 192-198. <https://journals.usm.ac.id/index.php/tematik/article/download/4495/2317>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaat media sosial sebagai media promosi (Studi deskriptif pada happy go lucky house). *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. (2018). Peran media sosial dalam mendukung pemasaran produk organisasi bisnis. *Ikraith Ekonomika*, 1 (2) , 25-30. <https://media.neliti.com/media/publications/267974-peran-media-sosial-dalam-mendukung-pemas-118e37b9.pdf>
- Salsabila, A., & Nurdasila. (2021). Pengaruh media sosial dan rekomendasi selebgram terhadap keputusan pembelian dengan electronic word of mouth (EWOM) sebagai pemediasi pada pengguna shoppe di banca aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(3), 546-562. <https://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/17693>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis : pendekatan pengembangan-keahlian* . Jakarta: Salemba Empat.
- Seni, N. N., & Ratnadi, N. M. (2017). Theory of planned behavior untuk memprediksi niat berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6 (12), 4043-4068. DOI:10.5958/2249-877X.2020.00087.9
- Supriadi, D. (2017). Implementasi manajemen inovasi dan kreatifitas guru dalam meningkatkan mutu pembelajaran. *Indonesia Journal of Education management & Administration Review*, 1 (2), 126-132. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ijemar/article/view/944>
- Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh restoran dan pajak hotel terhadap pendapatan asli daerah kota padangsidempuan periode 2018-2019. *Jurnal Akuntansi Politeknik Pos Indonesia*, 14(2), 71-85. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1906>

- Tanti, G. A., & Dewi, P. E. (2020). Pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM milenial di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akutansi Universitas Pendidikan Ganesha* , 11 (2) , 320-330. DOI: <https://doi.org/10.23887/jimat.v11i2.25441>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan konten promosi digital bisnis kuliner kika's catering di media sosial. *PRofesi Humas* , 3(1), 102-119. https://www.researchgate.net/publication/326993224_Pemetaan_Konten_Promosi_Digital_Bisnis_Kuliner_kika's_Catering_di_Media_Sosial
- Wati, M., Rif'at, M. F., & Suyidno, S. (2019). Mengesplorasi tanggung jawab dan kreativitas ilmiah peserta didik melalui creative responsibility based learning. *Journal od Banua Science Education*, 2(1), 67-72. DOI: <https://doi.org/10.20527/jbse.v2i1.56>
- Windyarsita, M., & Anggraeni, T. P. (2021). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner kota Wonogiri. *Seminar Nasional & Call For Paper HUBISINTEK 2021*, 1057-1060. <https://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/download/1487/1133/2007>
- Wiyono, H. D., Ardiansyah, T., & Rasul, T. (2020). Kreativitas dan inovasi dalam berwirausahaan. *Jurnal Ilmiah ekonomi Unindra*, 1 (2) , 19-25. DOI: <https://doi.org/10.30998/juuk.v1i2.503>
- Zein, S. Z., Yasyifa, L. Y., Khozi, R. G., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan analisis data kuantitatif menggunakan aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pembelajaran*, 4(2), 506-514. <https://journal.institutpendidikan.ac.id/index.php/tekp/article/view/529>

