

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
COFFEE SHOP DI JAKARTA BARAT**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : SYAHLA UMNIYYAH

NIM : 115200315

**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 PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
COFFEE SHOP DI JAKARTA BARAT**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : SYAHLA UMNIYYAH

NIM : 115200315

**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



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Syahla Umniyyah
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200315
Program Studi : SI Manajemen



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 - 15 - Desember - 2023

Syahla Umniyyah

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 : Syahla Umniyyah
NIM : 115200315
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi
dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha
Coffee Shop di Jakarta Barat

Jakarta, 13 Desember 2023

Pembimbing,



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Syahla Umniyah
NIM : 115200315
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi
dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha
Coffee Shop di Jakarta Barat

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Halim Putera Siswanto, S.E, M.M.
2. Anggota Penguji : - Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M.
- Dr. Miharni Tjokrosaputro, S.E, M.M.

Jakarta, Januari 2024

Pembimbing,



Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E, M.M.

ABSTRACT

(A) SYAHLA UMNIYYAH (115200315)

(B) THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, INNOVATION AND SOCIAL MEDIA ON THE SUCCESS OF *COFFEE SHOP* BUSINESS IN WEST JAKARTA

(C) LKK

(D) ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT

(E) **Abstrak:** This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge, innovation, and social media on business success in *coffee shops* in West Jakarta. The sample selection technique in this study uses *non-probability sampling* techniques with *convenience sampling* methods. The sample in this study was *coffee shop owners in West Jakarta with a total of 103 respondents. The data was analyzed using the SEM method with the SmartPLS 4.1 application. The results of this study found a positive and significant influence of entrepreneurial knowledge on business success, innovation has a negative and significant effect on business success and social media has a positive and significant effect on business success.*

(F) Knowledge of Entrepreneurship, Innovation, Social Media, Business Success

(G) Reference

(H) Sarwo Edy Handoyo, Dr, S.E., M.M.

ABSTRAK

(A) SYAHLA UMNIYYAH (115200315)

(B) PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA *COFFEE SHOP* DI JAKARTA BARAT

(C) Lkk

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) **Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, inovasi, dan media sosial terhadap keberhasilan usaha pada *coffee shop* di Jakarta Barat. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Sampel dalam penelitian ini merupakan pemilik *coffee shop* di Jakarta Barat dengan total sebanyak 103 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM dengan aplikasi SmartPLS 4.1. Hasil penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, inovasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

(F) Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi, Media sosial, Keberhasilan Usaha

(G) Referensi

(H) Sarwo Edy Handoyo, Dr, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

Balance work and play for a well-rounded college experience.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk
kedua orangtua, kakak, adik, sahabat
serta semua orang yang saya cintai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis bias menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tarumanagara.

Skripsi ini berjudul **PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA *COFFEE SHOP* DI JAKARTA BARAT.**

Penulis menyadari bahwa masih ada banyak kekurangan dalam penyusunan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak selalu penulis terima dan harapkan.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, pikiran, arahan, saran serta bekal ilmu dalam penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara,
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh Dosen dan staf yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Ayah dan bunda selaku orang tua kandung saya yang telah memberi dukungan berupa cinta dan kasih sayang serta doa yang tidak pernah berhenti sampai detik ini.

6. Kakek dan Nenek yang selalu mengajarkan dan mengingatkan untuk menjadi anak yang tidak mudah menyerah dan berani bertanggung jawab.
7. Diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha sampai titik ini.
8. Adik saya Davina dan Rifat yang selalu menemani dan memberi dukungan berupa semangat dan keceriaan yang ditunjukkan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini berjalan.
9. Alif Fathur Rahman yang selalu memberikan dukungan, bantuan, informasi serta saran dan juga doa selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai.
10. Sahabat seperjuangan saya Dino fam Alifia, Ellena, Ilona dan Lulu yang membantu, mensupport serta meluangkan waktu selama pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan saya Amanda, Gabriela, Farren, Zenita, dan Daffa. Yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
12. Teman-teman seperbimbingan Amanda, Antonius dan Cavel yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
13. Seluruh pihak lain yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang juga turut mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Saya sangat menyadari bahwa skripsi yang telah saya buat masih jauh dari kata sempurna baik dalam hal isi, tata bahasa, maupun dari segi penyusunan, mengingat kemampuan dan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karenanya, saya bersedia menerima kritik serta saran yang membangun guna melengkapi skripsi ini agar menjadi jauh lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 18 Desember 2023

Penulis,

Syahla Umniyyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah.....	5
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Gambaran Umum Teori.....	8
B. Definisi Konseptual Variabel	9
1. Pengetahuan Kewirausahaan.....	9
2. Inovasi.....	10
3. Media Sosial.....	11
4. Keberhasilan Usaha.....	12
C. Penelitian yang Relevan.....	12
D. Kaitan antar Variabel.....	23
1. Kaitan antara Pengetahuan Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha	23
2. Kaitan antara Inovasi dengan Keberhasilan Usaha.....	24
3. Kaitan antara Media Sosial dengan Keberhasilan Usaha.....	25
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	25
 BAB III METODE PENELITIAN	 28
A. Desain Penelitian.....	28
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	28
1. Populasi.....	28
2. Teknik Pemilihan Sampel	28
3. Ukuran Sampel.....	29
C. Metode Pengumpulan Data.....	29
D. Operasional Variabel dan Instrumen	30
E. Analisis Validitas dan Reabilitas	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reliabilitas	35
F. Analisis Data	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 38
A. Deskripsi Subjek Penelitian	38

1. Jenis kelamin.....	38
2. Usia	39
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
1. Pengetahuan kewirausahaan	40
2. Inovasi.....	41
3. Media sosial	42
4. Keberhasilan Usaha.....	43
C. Hasil Analisis Validitas Dan Realibilitas.....	44
1. Hasil Uji Validitas.....	44
2. Hasil Uji Realibilitas	47
D. Hasil Analisis Data.....	48
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
2. Uji Hipotesis	49
3. <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	51
E. Pembahasan.....	52
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Keterbatasan dan Saran	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
DAFTAR LAMPIRAN	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	80
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Literature review</i>	11
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	27
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Inovasi	28
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Media Sosial	29
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Keberhasilan Usaha	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Pernyataan Pengetahuan Kewirausahaan	36
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Pernyataan Inovasi	37
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pernyataan Media Sosial	38
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pernyataan Keberhasilan Usaha	39
Tabel 4.7 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	39
Tabel 4.8 Hasil Nilai <i>Outer Factor</i>	40
Tabel 4.9 Hasil <i>Cross Loading</i>	41
Tabel 4.10 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	43
Tabel 4.11 Hasil <i>Composite Reliability</i>	43
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data konsumsi kopi (2010-2021).....	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.3 Hasil Analisis Validitas.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	62
Lampiran 2 : Tanggapan Responden	66
Lampiran 3 : Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha Composite Reability dan Average Variance Extracted</i>	71
Lampiran 4 : Hasil Analisis <i>Outer Loading</i>	72
Lampiran 5 : Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	73
Lampiran 6 : Hasil Koefisien Determinasi R-Square R^2	73
Lampiran 7 : Hasil Uji Hipotesis <i>path coefficients</i> dan <i>p-value</i>	73

BAB I PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis di pasar Indonesia meningkat dengan cepat. Salah satu bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis kuliner. Khususnya bisnis *coffee shop* di Jakarta Barat, yang sekarang menjadi tempat nongkrong bagi sebagian anak muda yang dapat ditandai dengan munculnya semakin banyak *coffee shop* baru dengan berbagai merek baru.



Sumber: <http://www.ico.org>

Gambar 1.1 Data konsumsi kopi (2010-2021)

Menurut data *International Coffee Organization* (ICO), konsumsi kopi di Indonesia mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kilogram pada periode 2020/2021. Jumlah itu meningkat 4,04% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 4,81 juta kantong berukuran 60 kg. Konsumsi kopi di Indonesia pada 2020/2021 pun menjadi yang tertinggi dalam sedekade terakhir. Lebih lanjut, konsumsi kopi Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia. Indonesia berada di urutan

kelima atau di bawah Jepang yang konsumsi kopinya mencapai 7,39 juta kantong berukuran 60 kg. Sedangkan, produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada 2021. Nilai tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya yang sebesar 753,9 ribu ton.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan dan Ridlo (2017) yaitu meningkatnya jumlah industri kopi serta merta meningkatkan produksi kopi olahan, ditunjukkan dengan semakin menjamurnya *Café dan Coffee Shop* di berbagai kota. Sejak dua hingga tiga tahun terakhir pertumbuhan *coffee shop* terus berkembang pesat sekitar 10% tiap tahun di kota-kota besar seperti di Jakarta. Menurut perkiraan kasar, ada sekitar 1.500 kedai kopi di Jakarta. Namun, pertumbuhan ini sebagian besar terkonsentrasi di Ibu Kota Jakarta. Pertumbuhan di kota-kota besar lainnya seperti Bali, Medan, Surabaya, dan Bandung hanya sekitar 7%. Perkembangan ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup dan tren masyarakat, terutama minat anak muda untuk nongkrong. Masyarakat mulai menjadikan nongkrong di *coffee shop* sebagai rutinitas bagi mereka untuk bertemu dan berkumpul dengan teman-teman (Lai dan Widjaja, 2023). Munculnya berbagai *coffee shop* di Jakarta Barat mungkin menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang senang mengunjungi *coffee shop*.

Ada lebih dari 100 kedai kopi di Jakarta Barat, tetapi jumlah ini mungkin terus meningkat. Data kedai kopi tersebut memenuhi dua kriteria pendataan. Pertama adalah bahwa mereka menjual minuman berbasis kopi racik bukan kopi sachet dan yang kedua adalah bahwa mereka memiliki lokasi yang jelas dan tempat jualan yang jelas. Pemilik kedai kopi harus tahu apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan mereka agar pelanggan merasa puas. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui hal-hal yang menjadi pertimbangan saat membeli di kedai kopi.

Semakin berkembang dan bertambahnya bisnis *coffee shop* membuat bisnis *coffee shop* banyak yang tidak berjalan dengan sukses dan terpaksa harus menutup *coffee shop* nya. Situasi ini terjadi karena banyak pengusaha pemula cenderung terinspirasi oleh kesuksesan orang lain dan mencoba mengejar jenis bisnis yang sama tanpa mempertimbangkan prospek bisnis dan sasaran pasar yang mereka hadapi.

Para pelaku bisnis *coffee shop* sering kali memulai bisnis hanya mengandalkan perencanaan yang tidak matang tanpa adanya pengetahuan kewirausahaan, kemampuan berinovasi, dan pemanfaatan media sosial dalam bisnis mereka. Itulah mengapa pentingnya memiliki pengetahuan kewirausahaan, kemampuan berinovasi dan pemanfaatan media sosial dalam berwirausaha. Banyak sekali faktor yang menjadi keberhasilan usaha bisnis *coffee shop* dan dalam penelitian ini dipilih beberapa variabel independen yang berpotensi untuk dapat mempengaruhi keberhasilan usaha.

Pengetahuan kewirausahaan hal yang mencakup pemahaman mendalam tentang sifat bisnis yang sedang dijalankan, keterampilan pelaksanaan operasional, serta pengetahuan dalam manajemen dan strategi pemasaran (Moelrine dan Syarif, 2023). Penting bagi seorang pebisnis memiliki pengetahuan kewirausahaan karena hal itu memberikan landasan yang kuat dalam merencanakan, menjalankan, dan mengembangkan bisnisnya, sehingga dapat mengurangi risiko dan meningkatkan peluang kesuksesan. Ketika para pelaku bisnis *coffee shop* ingin memulai dan mengelola bisnisnya dengan sukses, salah satu elemen kunci yang harus ada dalam dirinya adalah pengetahuan yang mendalam mengenai kewirausahaan.

Pengetahuan ini menjadi landasan utama yang memungkinkan mereka membuat keputusan bijak, merencanakan strategi bisnis yang efektif, dan menjalankan operasional usaha dengan kesinambungan.

Dengan pengetahuan kewirausahaan yang kuat, seorang wirausaha memiliki pondasi yang kokoh untuk mencapai keberhasilan dalam dunia bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ependi dan Winarso (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Lalu menurut Windyarsita dan Anggraeni (2022) pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Tetapi pernyataan positif tersebut bertolak belakang dengan hasil penelitian dari Gohae (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Lalu Lai dan Widjaja (2023) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Inovasi juga menjadi salah satu faktor yang cukup mempengaruhi keberhasilan usaha. Kreativitas merupakan aset yang dimiliki dan diterapkan oleh individu dengan niat untuk menginspirasi ide-ide segar saat memulai usaha (Lai dan Widjaja, 2023). Inovasi bukan hanya menemukan hal yang luar biasa, tetapi lebih kepada menemukan cara untuk meningkatkan produktivitas sumber ekonomi. Melalui inovasi, suatu usaha dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat dari waktu ke waktu. Ini terwujud dalam pengembangan produk, layanan atau design interior baru yang unik, yang mampu menarik minat konsumen untuk membeli atau menggunakan apa yang mereka tawarkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gustamam, Samsuri, dan Ismartaya (2023) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Serupa dengan hasil penelitian dari Wiranawata (2019) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Tetapi hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah, Sutrisno, dan Meiriyanti (2023) yang menyatakan bahwa

inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Nainggolan dan January, 2023)

Media sosial menjadi faktor kunci dalam mencapai keberhasilan bisnis (Samuel dan Sarprasatha, 2016). Media sosial diakui sebagai alat inovatif dalam pemasaran yang memberikan beragam strategi kepada pengusaha di seluruh dunia untuk mempromosikan, memasarkan, dan menarik pelanggan, yang akhirnya menghasilkan transaksi tidak langsung. (Ukpere, Slabbert dan Ukpere, 2014). Pemanfaatan strategi ini telah memungkinkan pengusaha untuk mencapai keuntungan ekonomi dan memungkinkan keberhasilan usaha mereka dalam lingkungan bisnis yang modern. Hal tersebut juga dikonfirmasi oleh penelitian dari Hariyanto dan Le (2023) yang mengatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Tetapi pernyataan tersebut bertolak belakang dengan pernyataan Wijaya dan Sarwo (2023) yang menemukan tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara media sosial terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, untuk mencari tahu lebih lanjut keterkaitan antar variabel tersebut, maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha *Coffee Shop* di Jakarta Barat”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut ini :

- a. Pertumbuhan bisnis *coffee shop* di Jakarta Barat mengakibatkan persaingan yang semakin ketat.
- b. Para pelaku bisnis *coffee shop* harus mengikuti perubahan gaya hidup dan tren untuk tetap bertahan.

- c. Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberhasilan jangka panjang suatu bisnis *coffee shop*.
- d. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
- e. Inovasi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha
- f. Media sosial memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha

3. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah sebuah ruang lingkup yang diciptakan untuk mempersempit subjek maupun objek penelitian dengan tujuan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data maupun sampel yang dibutuhkan dalam meneliti sehingga dapat fokus dan efisien dalam melakukan penelitian, berikut adalah batasan masalah yang digunakan :

- a. Dalam penelitian ini hanya akan berfokus kepada variabel Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha
- b. Subjek penelitian yang dipakai adalah *coffee shop* di Jakarta Barat. Pemilihan tempat terhadap subjek yang dipilih dengan tujuan agar pengumpulan data juga lebih efektif serta efisien baik dari segi biaya, waktu dan tenaga.

4. Rumusan masalah

Berdasarkan pada masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *coffee shop* di Jakarta Barat?
- b. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *coffee shop* di Jakarta Barat?
- c. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha *coffee shop* di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui dan menguji pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha
- b. Mengetahui dan menguji pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha
- c. Mengetahui dan menguji pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

- a. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca dan untuk membuktikan seberapa besar Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, inovasi dan media sosial terhadap keberhasilan usaha *Coffee Shop* di Jakarta Barat.

- b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, inovasi dan media sosial terhadap keberhasilan usaha *Coffee Shop* di Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. (2013). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Tauko Medan. *Doctoral dissertation*, Universitas Sumatera Utara.
- Alkachvi, M. D. (2019). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung). *Doctoral dissertation*, Universitas Komputer Indonesia.
- Azwar, S. (1986). Validitas dan reliabilitas. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Baregheh, A., Rowley, J., & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323–1339.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Batool, H., & Ullah, K. (2017). Successful antecedents of women entrepreneurs: A case of underdeveloped nation. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2), 20160066.
- Cahyani, N., Siswandari, S., & Hamidi, N. Faktor-faktor yang memengaruhi aktivitas belajar siswa dalam pembelajaran spreadsheet kelas x akuntansi di SMK. *Tata Arta: Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 5(2).
- Chairifa, F. (2017). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha pada Kuliner Pajak Usu Karona Padang Bulan Medan. *Doctoral dissertation*, Universitas Sumatera Utara.
- Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 148, 40-57.
- Covid, M. D., & Ghassani, N. A. Analisis pengaruh social media marketing dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM dalam.
- Dailey, P. R. (2009). Social media: Finding its way into your business strategy and culture. *Burlington: Linkage*.

- Debora, J. C. (2023). The Influence Of Social Media On Business Success. *MAR-Ekonomi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(02), 70-74.
- Dewi, G. C. (2019). Dampak pemakaian media sosial terhadap perkembangan usaha mikro (Studi pada usaha makanan kaki lima). *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia*, 3(1), 1-11.
- Dharma, B., Sari, L. P., & Pulungan, Z. G. (2022). Pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 216-225.
- Ependi, A., & Winarso, B. S. (2019). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan ngaglik kabupaten sleman. *Jurnal Publikasi Universitas Ahmad Dahlan*, 1-12.
- Ependi, A., & Winarso, B. S. (2019). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan karakteristik kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan ngaglik kabupaten sleman. *Jurnal Publikasi Universitas Ahmad Dahlan*, 1-12.
- Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. *Semarang. CV.Indoprint*.
- Feryanto PP, I. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kaos Suci Bandung. *Doctoral dissertation*, Universitas Komputer Indonesia.
- Gebauer, H., & Saul, C. J. (2014). Business model innovation in the water sector in developing countries. *Science of the Total Environment*, 488, 512-520.
- Ghozali, I, 2013. Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21. *Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2014). Structural equation modelling: Metode alternatif dengan partial least squares (PLS) (4th ed.). *Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang*.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris (Ed.2). *Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ginanjari, G. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mebel di Kabupaten Batanghari. *Doctoral dissertation, Manajemen*.
- Goahae, A. S. (2021). Pengaruh pengetahuan berwirausaha dan inovasi terhadap keberhasilan usaha (studi kasus usaha key florist di kecamatan lahomi). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nias Selatan*, 5(1), 51-57.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135.
- Gultom, P. (2021). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha bisnis farmasi di Kecamatan Medan Petisah. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 52-65.
- Gunawan, D., & Monika, R. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Wirausaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelaku UMKM. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 5(2), 179-187.
- Gustamam, R. (2023). Pengaruh sikap kewirausahaan, motivasi dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kecamatan Cibungbulang. *Karimah Tauhid*, 2(2)
- Hair, Jr., Joseph F., et. al. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition. New Jersey: PrenticeHall, Inc.*
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (2008). *Multivariate data analysis with reading, 4rd edition. New Jersey: Prentice Hall.*

- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 511-518.
- Irwanto, A., & Ie, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 259-267.
- Kurniawan, A., & Ridlo, M. R. (2017). Perilaku konsumtif remaja penikmat warung kopi. *Dilema*, 32(1), 9-22.
- Lai, A., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 576-584.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2014). Business models for SMEs in Bandung: Swot analysis.
- Malhotra, N. K. (2015). Essentials of marketing research: A hands-on orientation. *Essex: Pearson*.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134-146.
- McDaniel, C & Gates, R. (2013). Riset pemasaran kontemporer. Jakarta: Salemba Empat. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(10), 551.
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap keberhasilan UKM alumni dan mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 435-443.
- Moelrine, A. F., & Syarif, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 127-137.
- Moelrine, A. F., & Syarif, R. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap

- Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 127-137.
- Mohammadian, M., & Mohammadreza, M. (2012). Identify the success factors of social media (marketing perspective). *International Business and Management*, 4(2), 58-66.
- Mulyana, R. A. (2013). Pengaruh Norma Subyektif, Persepsi Kontrol Perilaku, Dan Sikap Wirausahaterhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. *Doctoral dissertation*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Muntaz, Q. S. (2019). *Pengaruh Bantuan Pemerintah dan Penggunaan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Bidang Kuliner di Kota Medan Selama Masa Pandemi Covid-19*. *Doctoral dissertation*, Universitas Sumatera Utara.
- Muzaki. (2016). Pengaruh karakteristik, minat, dan motivasi wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM. Skripsi Universitas Kediri.
- Nainggolan, E., Novita, N., & Januarty, W. (2023). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Ruang Kopi Kaju Cabang Cemara Asri Medan). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 33-38.
- Nurhalimah, M., Marwati, F. S., & Deliana, D. (2023). Pengetahuan kewirausahaan, karakteristik, dan keterampilan terhadap keberhasilan umkm sentra industri gitar di desa Kembangan, Baki, Sukoharjo. *Manajemen Bisnis Syariah*, 16(1), 9-18.
- Nurjanah, N., Sutrisno, S., & Meiriyanti, R. (2023). Pengaruh Motivasi, Inovasi, Dan Kompetensi Terhadap Keberhasilan UMKM Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 143-152.
- Olivia, M., & Nuringsih, K. (2022). Peran pengetahuan kewirausahaan dan media sosial dalam pengembangan kreativitas berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 203-212.

- Pelamonia, M. The Effect of Knowledge Management and Service-Based Innovation On The Business Success of Creative UMKM in Ambon City Pengaruh Knowledge Management dan Inovasi Berbasis Layanan Terhadap Keberhasilan Bisnis UMKM Kreatif di Kota Ambon. vol, 1, 161-177.
- Pryanto, J. (2023). Pengaruh kewirausahaan dan keterampilan wirausaha pada pelaku usaha kuliner di paju kuliner Medan.
- Puspasari, M. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Berwirausaha Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Makanan Dan Minuman Jello. Id Medan Di Masa Pandemi Covid-19. *Doctoral dissertation*, Universitas Medan Area.
- Rahmi, A., & Yogia, M. A. (n.d.). No Title.
- Ririn Handayani, S. M. (2020). Metodologi Penelitian Sosial .
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina, N. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kualitas produk, dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan pedagang cabai pd jaya pasar induk kramatjati jakarta timur. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 182-190.
- Samuel, B.S. and Sarprasatha, J. (2016), “Entrepreneurship in Social-Media Services in Oman – A Socio-Economic Scanning of the Sultanate”. *Asian Social Science*, Vol. 12 No. 4, p. 138.
- Santoso, G. (2015). Determinan koefisien respon laba. *Parsimonia-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 69-85.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business strategy and the environment*, 20(4), 222-237.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach. *john wiley & sons*.
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131-143.

- Setiawan, H., Erdogan, B., & Ogunlana, S. O. (2017). Innovativeness: A Key Factor to Support Contractors' Business Success. *Procedia Engineering*, 171, 379–386.
- Sholahuddin, N., Syafii, M., & Abidin, M. Z. (2020). Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Ukm Komunitas Pelopor Usaha Gresik (KPUG) Di Desa Giri, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2), 103-111.
- Sugiyono. (2005). Memahami penelitian kualitatif. *Bandung: CV Alfabeta*.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung*.
- Suhartanto, D. (2014). Metode riset pemasaran. *Bandung, Alfabeta*.
- Sukmadi. (2016). Inovasi dan Kewirausahaan (Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan). *Bandung: Humaniora Utama Press*.
- Trisnawati, N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Dukungan Sosial Keluarga Pada Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Pamekasan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 2(1): 57-71.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. J. M. S. L. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.
- Ukpere, C. L., Slabbert, A. D., & Ukpere, W. I. (2014). Rising trend in social media usage by women entrepreneurs across the globe to unlock their potentials for business success.
- Veron, V., & Victor, V. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Kuliner Di Asia Mega Mas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 49-57.
- Widia Wati, S. N. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha (Study Kasus Pada UMKM Street

- Food Di Terminal Rimbo Bujang). *Doctoral dissertation*, Universitas Jambi.
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 797-804.
- Windyarsita, M., & Anggraeni, T. P. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner kota Wonogiri. *In Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi* (Vol. 2, No. 1, pp. 1057-1057).
- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Yanuar, S. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha melalui Self-efficacy pada Pelaku UMKM di Wilayah Kota Jember.
- Yasin, H. (2013, September). Uji Hipotesis Model Mixed Geographically Weighted Regression dengan Metode Bootstrap. *In prosiding seminar nasional statistika Universitas Diponegoro 2013* (pp. 527-536). *Jurusan Statistika Undip*.
- Yusbardini., & Kurniati. (2020). Pengaruh perilaku bias investor pada pengambilan keputusan investasi di Bursa Efek Indonesia. *Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tarumanagara : Jakarta*.