UNTAR
Universitas Tarumanagara

UNTAR untuk INDONESIA

SURAT TUGAS
Nomor: 527-R/UNTAR/PENELITIAN/VII/2025

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

SARWO EDY HANDOYO, Dr., S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul	:	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha
Nama Media	:	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
Penerbit	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun	:	7/2/2025/-
URL Repository	:	https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/34142

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

22 Juli 2025
Rektor

Prof. Dr. Amad Sudiro,S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : b860e48cc851870045d5c0f85cb6d245

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Jl. Letjen S. Parman No. 1, Jakarta Barat 11440
P: 021 - 5695 8744 (Humas)
E: humas@untar.ac.id

Untar Jakarta
untar.ac.id

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

UNTAR
FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan

VOLUME 7/02/April/2025

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
E-ISSN : 2657-0025 | https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK

Editorial Team

Editor in Chief

Dr. Keni Keni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Indonesia

(https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=zT6UWRIAAAAJ)

(https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5987760)

(https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56825995800)

Managing Editor

Dr. Frangky Slamet
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Indonesia

(https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=vmHM4MEAAAAJ)

(https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5987428)

Dr. Lydiawati Soelaiman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Indonesia

(https://scholar.google.co.id/citations?user=DG8v8rwAAAAJ&hl=id)

(https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5994914)

Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Indonesia

(https://scholar.google.com/citations?user=VwFZLzQAAAAJ&hl=id)

(https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/5989345)

(https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57196185845)

Dr. Vita Briliana

Trisakti School of Management Indonesia

(https://scholar.google.com/citations?user=H2xAKmsAAAAJ&hl=en&oi=ao)

(https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6025056)

(https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56820162000)

Dr. Agustina Fitrianingrum

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Indonesia

(https://scholar.google.co.id/citations?user=VeGhLCAAAAAJ&hl=id&oi=ao)

(https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6804432)

(https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57189364789)

(https://drive.google.com/file/d/13JToOlfl-Rdttn7Mb61_Jus4pNDPMgNy/view?usp=sharing)

PROFILE MENU

- Contact (/index.php/JMDK/about/contact)
- Editorial Team (/index.php/JMDK/about/editorialTeam)
- Focus and Scope (/index.php/JMDK/about#focusAndScope)
- Indexing (/index.php/JMDK/Indexing)
- Reviewers (/index.php/JMDK/reviewer)

INFORMATION

- For Readers (https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/information/readers)

For Authors (https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/information/authors)

For Librarians (https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/information/librarians)

Template

(https://docs.google.com/document/d/1YDqU_IfAhyZ__Yr4q5qo_UeFkzCuAge3/edit?usp=sharing&ouid=108275282140438165353&rtpof=true&sd=true)

TOOLS

use APA style, download here

(https://csl.mendeley.com/styleInfo/?styleId=http%3A%2F%2Fwww.zotero.org%2Fstyles%2Fapa)

AUTHOR NOTICE

Ethical Statement (https://docs.google.com/document/d/1vfDD9wd7V0rgHF8RbH3mUwxIZgR0xhNz/edit?usp=sharing&ouid=108275282140438165353&rtpof=true&sd=true)

Authorship Agreement (https://docs.google.com/document/d/1iZpbyDKJicOQq5pwb0bKMnCIDZBqRCw1/edit?usp=sharing&ouid=108275282140438165353&rtpof=true&sd=true)

Copyright Transfer Agreement (https://docs.google.com/document/d/1rV4Q1o_0ZSwTBUR8INMl7Dvxv-2ISG3a/edit?usp=sharing&ouid=108275282140438165353&rtpof=true&sd=true)

AUTHOR USER MANUAL

(https://docs.google.com/document/d/1Mlmm-uZkahQ7hT7gs0QMrKwfD6PmNFXc/edit?usp=sharing&ouid=108275282140438165353&rtpof=true&sd=true)

Indexed by:

(https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=ZhQuK2AAAAAJ&view_op=list_works&gmla=AJsN-F5jIzXAcM-4beRlCEby7TsyKFOQRsDaipNEoZMxfo04tnNROahLEZbCMOl1v860bj-9squSBAL7nZjalGsFWsMCytY8vg)

(https://app.dimensions.ai/discover/publication?search_text=10.24912%20jmdk&search_type=kws&search_field=full_search&search_mode=content)

(https://garuda.kemdikbud.go.id/journal/view/22873)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tarumanagara

View My Stats (https://statcounter.com/p12697812/?guest=1)

Platform & workflow by OJS / PKP

(https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/about/aboutThisPublishingSystem)

 ISSN 2657-0025 (Versi Elektronik)

DAFTAR ISI

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PSIKOLOGI 372-379
Andre Yaputra, Nur Hidayah

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL MOBIL JAKARTA SELATAN 380-388
Andreas Limanda, M. Tony Nawawi

PENGARUH KEPUTUSAN KEUANGAN, FINTECH, DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM 389-395
Harbert, Agus Zainul Arifin

SOCIAL COMPARISON, FOMO, DAN *MATERIALISM* SEBAGAI MEDIATOR *IMITATION OF INFLUENCERS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* GENERASI MUDA 396-404
Angelica David Liong, Hetty Karunia Tunjungsari

FAKTOR PENENTU NILAI PERUSAHAAN SEKTOR MAKANAN & MINUMAN DI BEI SELAMA PERIODE COVID-19 405-415
Caroline Salim, Ignatius Roni Setyawan

SINERGI ANTARA KARYAWAN MAGANG DAN GAYA KEPEMIMPINAN SEBAGAI FAKTOR PENENTU KINERJA DI PT XYZ 416-429
Febiola Valentina, Yanuar

FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN AVOSKIN: PERSEPSI HARGA, E-WOM, DAN KESADARAN MEREK 430-437
Cindy Lawrence Angkasa, Cokki

PENGARUH *WORK DESIGN* DAN *ORGANIZATIONAL CULTURE* TERHADAP HR *PERFORMANCE* DENGAN MEDIASI *WORK MOTIVATION* DI BANK DBS INDONESIA 438-447
Cut Maharani Daud, Ronnie Resdianto Masman

MENINGKATKAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FEB UNTAR: PERAN EFIKASI DIRI DALAM HUBUNGAN ANTARA PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, POLA PIKIR, DAN KREATIVITAS 448-455
Devita Angelina, Andi Wijaya

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *RISK TOLERANCE*, DAN *OVERCONFIDENCE* TERHADAP *INVESTMENT DECISION* INVESTOR SAHAM DI SURABAYA 456-464
Dionisius Zephaniah Salim, Ary Satria Pamungkas

PENGARUH JUMLAH DAN KREDIBILITAS E-WOM TERHADAP NIAT BELI *ONLINE* GARNIER DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI MEDIASI 465-474
Dominic Kenji Kurnia Surya, Louis Utama

FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK PADA PRODUK PAKAIAN OLAHRAGA DI JAKARTA 475-483
Dwi Sekar Sari, Galuh Mira Saktiana

PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KETERAMPILAN INTERPERSONAL TERHADAP KESIAPAN KERJA GENERASI Z DI JAKARTA 484-491
Eldon Savero, Joyce Angelique Turangan

PENGARUH KEPEMIMPINAN, LINGKUNGAN KERJA, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KEPUASAN KERJA 492-500
Erick Ferdinand Jonatan, Ronnie Resdianto Masman

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI JANJI JIWA 501-513
Charles Leonardo, Carunia Mulya Firdausy

PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CONSUMER LOYALTY* PADA RESTORAN X DI JAKARTA BARAT MELALUI *CONSUMER SATISFACTION* 514-525
Fernando Valentino, Sanny Ekawati

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PADA UMKM DENGAN DIMEDIASI KEUNGGULAN KOMPETITIF 526-536
Giovanni Elbert Teddy, Mei Ie

ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN: MEDIATOR PENGETAHUAN MANAJEMEN PADA ADOPSI *E-COMMERCE* 537-544
Angel Vanessi, Ida Puspitowati

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PADA BISNIS KOSMETIK LOKAL 545-552
Intan Dwinanda Puspita, Galuh Mira Saktiana

PERAN JARINGAN SOSIAL, *SELF-EFFICACY*, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI JAKARTA 553-564
Jacky Heryanto, Andi Wijaya

KONTRIBUSI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KEBERANIAN MENGAMBIL RISIKO, DAN INOVASI TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA TANGERANG 565-574
Jonathan Andersson, Lydiawati Soelaiman

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *BRAND* MORTAR UTAMA PADA PT KA 575-581
Laurentia Frisca, Sanny Ekawati

APAKAH PERSEPSI KONTROL PERILAKU MEMEDIASI PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA? 582-591
Livia Johan, Ida Puspitowati

PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA CV PANCA KARYA MAKMUR DI BOGOR 592-599
Michael Gavin Malachi Kurniawan, Kurniati W. Andani

PERAN KEBUDAYAAN TERHADAP INKLUSI KEUANGAN: LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI 600-608
Muhammad Fauzi, Nuryasman MN

DAMPAK INOVASI, KESADARAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN OPPO DI JABODETABEK 609-618
Natasya Veronica, Arifin Djakasaputra

FAKTOR-FAKTOR PENENTU NIAT MEMBELI *ONLINE* KONSUMEN *E-COMMERCE* BUKALAPAK DI JAKARTA 619-626
Putri Syane Patty, Arifin Djakasaputra

PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, EFIKASI DIRI, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA 627-634
Rachel Monica Winata, Sarwo Edy Handoyo

DETERMINAN KINERJA KARYAWAN DENGAN MEDIASI KEPUASAN KERJA PADA BNI CABANG JATINEGARA 635-642
Reynaldo Dapot Parasian, Edalmen

PENGARUH *BRAND IMAGE, BRAND AMBASSADOR* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* SMARTPHONE XIAOMI DI JAKARTA UTARA 643-650
Ricky William, Carunia Mulya Firdausy

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SWASTA DI Jakarta 651-659
Selvy Julia, Frangky Selamat

PENERAPAN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA GENERASI Z DI JAKARTA BARAT 660-667
Sharyn Haliza, Oey Hannes Widjaja

PENGARUH *SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, CUSTOMER SATISFACTION,* DAN *CUSTOMER LOYALTY* TERHADAP RESTORAN *HOT POT* 668-675
Stephanie Phang, Hetty Karunia Tunjungsari

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA 676-682
Syahla Umniyyah, Sarwo Edy Handoyo

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN DI UNIVERSITAS TARUMANAGARA 683-690
Thalita, Herlina Budiono

PENGARUH *BRAND LOVE*, *BRAND PERSONALITY*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* 691-700
Theresia Fernanda, Frangky Selamat

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS USAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT DENGAN MOTIVASI SEBAGAI MODERATOR 701-708
Thio Anandre Marsono, Oey Hannes Widjaja

PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN LAYANAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN DI RESTORAN GEPREK BENSU BOJONG CENGKARENG 709-719
Vincentlie, Yenny Lego

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK SHOP (STUDI KASUS PADA GEN Z DI KARAWANG) 720-727
Vivian Novitan, M. Tony Nawawi

STUDI MENGENAI LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN HOTPOT DI JAKARTA 728-737
Yovina Salim, Keni

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan ISSN 2657-0025 (Versi Elektronik)
Vol. 07, No. 02, April 2025 : hlm 676 – 682

PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, INOVASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Syahla Umniyyah[1], Sarwo Edy Handoyo[2*]

[1]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: syahla.115200315@stu.untar.ac.id
[2]Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: sarwoh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 12-01-2025, revisi: 15-01-2025, diterima untuk diterbitkan: 30-04-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan, inovasi, dan media sosial terhadap keberhasilan usaha pada kedai kopi di Jakarta. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Sampel dalam penelitian ini merupakan pemilik kedai kopi di Jakarta 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.

Kata Kunci: pengetahuan kewirausahaan, inovasi, media sosial, keberhasilan usaha

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge, innovation, and social media on business success in coffee shops in 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 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.

Keywords: *knowledge of entrepreneurship, innovation, social media, business success*

1. PENDAHULUAN

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 kedai kopi di Jakarta, yang sekarang menjadi tempat nongkrong bagi sebagian anak muda yang dapat ditandai dengan munculnya semakin banyak kedai kopi baru dengan berbagai merek baru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan dan Ridlo (2017) yaitu meningkatnya jumlah industri kopi serta merta meningkatkan produksi kopi olahan, ditunjukan dengan semakin menjamurnya *Café dan Coffee Shop* di berbagai kota. Sejak dua hingga tiga tahun terakhir pertumbuhan kedai kopi 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.

Perkembangan ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup dan tren masyarakat, terutama minat anak muda untuk nongkrong. Masyarakat mulai menjadikan nongkrong di kedai kopi sebagai rutinitas bagi mereka untuk bertemu dan berkumpul dengan teman-teman (Lai dan Widjaja, 2023). Semakin berkembang dan bertambahnya bisnis kedai kopi membuat bisnis kedai kopi banyak yang

tidak berjalan dengan sukses dan terpaksa harus menutup kedai kopi 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 kedai kopi sering kali memulai bisnis hanya mengandalkan perencanaan yang tidak matang tanpa adanya pengetahuan kewirausahaan, kemampuan berinovasi, dan pemanfaatan media sosial dalam keberhasilan bisnis mereka.

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. 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.

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.

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.

Rumusan masalah

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

a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta?
b. Apakah inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta?
c. Apakah media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta?

Pengetahuan kewirausahaan

Menurut Veron dan Victor (2021), pengetahuan kewirausahaan adalah pemahaman individu tentang berbagai karakteristik inovatif dan kreatif yang dimiliki oleh para pengusaha dalam mengeksplorasi peluang bisnis yang membantu mereka mengidentifikasi potensi peluang bisnis yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi diri mereka sendiri dan konsumen. Menurut Suryana (2013), pengetahuan kewirausahaan adalah bidang studi yang memfokuskan pada penilaian, perilaku, dan kapabilitas individu dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan serta cara untuk mengidentifikasi peluang dengan mempertimbangkan beragam risiko.

Inovasi
Menurut Arifudin dkk. (2016), inovasi adalah tindakan yang dibutuhkan dalam berwirausaha. Inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas untuk pemecahan masalah dan menemukan peluang. Peran penting inovasi terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan perubahan dan keistimewaan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Setiawan *et al*., 2017). Menurut Machmud dan Sidharta (2014), pengusaha yang memiliki kemampuan inovatif diakui sebagai faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

Media sosial
Menurut Dailey (2009), konten *online* dibuat dengan menggunakan teknologi penerbitan yang sangat sederhana, dapat diakses dengan mudah, dan dapat diukur secara efisien. Media sosial adalah *platform* yang menghimpun informasi dari berbagai aspek dan menyalurkannya kepada masyarakat melalui beragam metode, termasuk berbagi konten, foto, video, aplikasi, dan iklan, untuk memudahkan akses informasi (Wijaya dan Handoyo, 2023). Media sosial merujuk pada praktik dan kegiatan yang terjadi dalam komunitas online, di mana orang berkumpul untuk berinteraksi dan berbagi informasi, pengetahuan, dan pandangan melalui media percakapan (Mohammadian dan Mohammadreza, 2012).

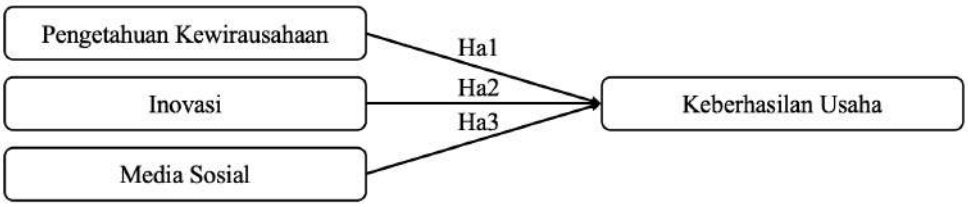
Keberhasilan usaha
Gebauer dan Saul (2014) menjelaskan bahwa keberhasilan usaha adalah pencapaian dari tujuan bisnis dan usaha dianggap berhasil ketika menghasilkan keuntungan, oleh karena itu laba seringkali menjadi salah satu target utama dalam berbisnis. Menurut Muzaki (2016) dalam konteks umum keberhasilan usaha mengacu pada suatu kondisi di mana usaha mencapai hasil yang lebih baik daripada periode-periode sebelumnya.

Kaitan antara pengetahuan kewirausahaan dengan keberhasilan usaha
Menurut Chairifa (2017) Dalam kondisi bisnis yang semakin kompetitif saat ini, kebutuhan akan pengetahuan dan keterampilan di bidang kewirausahaan sangatlah penting bagi seorang pengusaha agar bisnis yang sedang dijalani mencapai tujuan yang diinginkan yaitu keberhasilan usaha. Penelitian lain dari Secara keseluruhan, pengetahuan kewirausahaan adalah aset berharga yang membantu wirausahawan dalam membangun dan mengelola usaha mereka dengan lebih efektif, sehingga meningkatkan peluang keberhasilan bisnis mereka.
Ha_1: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta.

Kaitan antara inovasi dengan keberhasilan usaha
Kreativitas dan inovasi dalam produk yang ditawarkan berperan sebagai solusi yang mendukung peningkatan keberhasilan usaha, terutama di sektor industri kreatif (Alkachvi, 2019). Schaltegger dan Wagner (2011) mengatakan bahwa inovasi sering dilihat sebagai strategi yang dapat membantu pengusaha dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka dan mencapai keberhasilan bisnis. Dengan demikian, inovasi adalah faktor penting yang dapat membantu mencapai keberhasilan usaha dalam berbagai aspek, termasuk pertumbuhan, profitabilitas, dan kepuasan pelanggan. Inovasi yang tepat dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan dan membantu usaha untuk tetap relevan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis.
Ha_2: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta.

Kaitan antara media sosial dengan keberhasilan usaha
Media sosial telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif dan efisien, serta memberikan kemudahan dalam memperluas jaringan, inilah alasan mengapa para pengusaha memanfaatkannya

untuk keberhasilan usaha (Soelaiman & Utami, 2021). Menurut Gunawan dan Monika (2022) media sosial mencakup pembentukan hubungan yang baik dengan konsumen melalui media yang ada, wadah interaksi antara penjual dan konsumen, kemampuan untuk berinteraksi pasca pembelian dengan konsumen, serta penyaluran informasi yang lengkap dan menarik bagi perhatian konsumen sehingga mencitakan keberhasilan usaha.
Ha_3: Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta.



Gambar 1. Model penelitian

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Desain penelitian adalah rancangan penelitian yang berfungsi sebagai pedoman dasar untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Menurut Malhotra (2015), desain penelitian adalah sebuah kerangka kerja untuk melakukan riset penelitian. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tipe desain penelitian kausal. Desain penelitian kausal berfokus pada hubungan sebab-akibat antara beberapa variabel yaitu variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2016).

Populasi

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) Populasi mengacu pada seluruh kelompok individu, peristiwa, atau objek menarik yang ingin diteliti oleh peneliti. Populasi merupakan totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa atau sesuatu yang akan diteliti (Ririn Handayani, 2020). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah kedai kopi di Jakarta.

Teknik pemilihan sampel

Teknik pemilihan sampel merupakan teknik yang berguna untuk menentukan sampel yang nantinya akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Mariansyah dan Syarif, 2020). Menurut Septiani, Arribe, dan Diansyah (2020) *convenience sampling* adalah metode penentuan sampel yang didasarkan pada kemudahan, seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan berada di tempat atau mengenal seseorang yang dianggap cocok dengan karakteristik sampel.

Ukuran sampel

Jumlah sampel yang diusulkan Ferdinand (2006) bergantung pada jumlah indikator dikalikan 5–10 untuk menentukan jumlah sampel yang representatif. Oleh sebab itu, sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan jumlah sampel minimum yang dihitung dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka 5, maka jumlah minimal responden adalah (20 indikator x 5 = 100 responden). Menurut Sugiyono (2016), ukuran sampel yang baik berkisar antara 30-500, sehingga jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 103 dan sesuai dengan pendapat tersebut.

 ISSN 2657-0025 (Versi Elektronik)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, 103 *owner* kedai kopi di Jakarta terlibat menjadi responden. Dari 103 responden tersebut jumlah responden laki-laki sebanyak 78 (75,7%) dan responden perempuan sebanyak 25 (24,3%) responden. Mayoritas responden berumur 23-27 tahun sebanyak 55 (52,4%).

Dalam pengujian *outer model* yang mencakup analisis validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Nilai *average variance extracted* (AVE) pengetahuan kewirausahaan lebih dari 0,5 yaitu 0,544, inovasi sebesar 0,635, media sosial sebesar 0,590, dan keberhasilan usaha sebesar 0,530, sehingga setiap variabel memenuhi syarat validitas konvergen berdasarkan analisis tersebut. Dan nilai *loading factor* setiap indikator menunjukkan nilai yang memenuhi persyaratan karena lebih dari 0,5, sehingga penelitian ini memenuhi kriteria uji validitas konvergen.

Tabel 1. Hasil uji *loading factor*

Indikator	Inovasi	Keberhasilan Usaha	Media Sosial	Pengetahuan Kewirausahaan
IV1	0,764			
IV2	0,745			
IV3	0,863			
IV4	0,795			
IV5	0,811			
KU1		0,600		
KU2		0,803		
KU3		0,742		
KU4		0,787		
KU5		0,687		
MS1			0,766	
MS2			0,686	
MS3			0,869	
MS4			0,727	
MS5			0,779	
PK1				0,763
PK2				0,616
PK3				0,692
PK4				0,740
PK5				0,856

Tabel 2. Hasil uji *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Composite Reliability*
Pengetahuan kewirausahaan	0,789	0,855
Inovasi	0,855	0,897
Media sosial	0,824	0,877
Keberhasilan usaha	0,775	0,848

Kemudian nilai *composite reability* dan *cronbach's alpha* yang dihasilkan juga memenuhi syarat sehingga alat ukur dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil uji hipotesis

Variabel	*Path Coefficients*	P-*Value*
Pengetahuan kewirausahaan → Keberhasilan usaha	0,357	0,022
Inovasi → Keberhasilan usaha	-0,583	0,014
Media sosial → Keberhasilan usaha	1,001	0,000

Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama (Ha1), Ha1 tidak ditolak karena nilai *path coefficients* sebesar 0,357 dan p-values sebesar 0,022. Nilai *path coefficients* bernilai positif dan p-values lebih

kecil dari 0,05 atau 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pada hasil analisis hipotesis kedua (Ha2) dari pengujian variabel inovasi terhadap keberhasilan usaha, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh negatif dan signifikan karena mempunyai nilai Nilai *path coefficients* sebesar -0,583 dan nilai p-values sebesar 0,014. Nilai *path coefficients* tersebut memiliki nilai rentang -1 alias bernilai negatif dan nilai p-values lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel inovasi berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan seluruh hasil analisis pada hipotesis ketiga (Ha3) dari pengujian variabel media sosial terhadap keberhasilan usaha, maka dapat disimpulkan bahwa Ha_3 tidak ditolak karena mempunyai nilai Nilai *path coefficients* sebesar 1,001 dan nilai p-values sebesar 0,000. Nilai *path coefficients* tersebut lebih besar dari pada batas nilai kriteria yaitu lebih dekat ke +1 alias bernilai positif dan nilai p-values lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat disimpulkan bahwa:

a. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta.
b. Inovasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta
c. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kedai kopi di Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang sekira nya bermanfaat adalah:

a. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel lain diluar yang telah digunakan dalam penelitian ini sehingga literatur penelitian terkait keberhasilan usaha dapat semakin berkembang. Selain itu disarankan juga untuk melakukan penambahan jumlah sampel dan meneliti pada subyek diluar Jakarta agar hasil penelitian yang didapatkan semakin luas dan berkembang.
b. Disarankan bagi para masyarakat dan juga pribadi yang memiliki niat untuk mendirikan sebuah usaha agar tidak hanya mempertimbangkan faktor-faktor yang ada dalam penelitian ini, tetapi bisa menggali lebih dalam tentang berbagai faktor lain yang dapat mempengaruhi terciptanya keberhasilan usaha.

REFERENSI

Alkachvi, M. D. (2019). *Pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha (survey pada pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung*. Disertasi Universitas Komputer Indonesia.

Arifudin, O., Juhadi, J., Tanjung, R., & Hendar, H. (2020). Pendampingan peningkatan inovasi produk makanan khas Subang Jawa Barat. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, *4*(6), 1094-1106. https://doi.org/10.31764/jmm.v4i6.2813

Chairifa, F. (2017). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pada kuliner Pajak Usu Karona Padang Bulan Medan*. Disertasi Universitas Sumatera Utara.

Dailey, P. R. (2009). Social media: Finding its way into your business strategy and culture. *Burlington: Linkage*.

Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. CV Indoprint.

Gebauer, H., & Saul, C. J. (2014). Business model innovation in the water sector in developing countries. *Science of the Total Environment*, 488, 512-520.

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.

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. https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25336

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.

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.

Muzaki. (2016). *Pengaruh karakteristik, minat, dan motivasi wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada UMKM*. Skripsi Universitas Kediri.

Ririn Handayani, S. M. (2020). Metodologi Penelitian Sosial .

Samuel, B. S., & 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.

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 Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrab 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.

Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi media sosial Instagram dan dampaknya terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *5*(1), 124-133. https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11104

Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif. *Bandung.*

Suryana. (2013). Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. *Edisi Empat. Jakarta: Salemba Empat.*

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 DiAsia Mega Mas Medan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 12(1), 49-57.

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. https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25449

SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/
Badan Riset dan Inovasi Nasional

TERAKREDITASI

RISTEK-BRIN

Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Nomor: 230/E/KPT/2022
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode I Tahun 2022

Nama Jurnal Ilmiah

Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan

E-ISSN: 26570025

Penerbit: Universitas Tarumanagara

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 5

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 2 Nomor 3 Tahun 2020 sampai Volume 7 Nomor 2 Tahun 2025

Jakarta, 30 December 2022
Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Republik Indonesia,

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP 196107061987101001

JMDK