

SKRIPSI

PENGARUH KREATIVITAS, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA, DAN STRATEGI ADAPTASI TERHADAP KEBERHASILAN UMKM DI FESTIVAL KULINER JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : FARREN CHRISTIE SETIAWAN
NIM : 115210123

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Farren Christie Setiawan
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210123
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, 16 November 2024



Farren Christie Setiawan

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.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : FARREN CHRISTIE SETIAWAN
NIM : 115210123
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KREATIVITAS,
PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA, DAN
STRATEGI ADAPTASI TERHADAP
KEBERHASILAN UMKM DI FESTIVAL
KULINER JAKARTA

Jakarta, 18 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Lydiawati Soelaiman S.T., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : FARREN CHRISTIE SETIAWAN
NIM : 115210123
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KREATIVITAS,
PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA, DAN
STRATEGI ADAPTASI TERHADAP
KEBERHASILAN UMKM DI FESTIVAL
KULINER JAKARTA**

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.
R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.

Jakarta, 16 Desember 2024
Pembimbing,



(Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

ABSTRACT

**UNIVERSITY TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA**

(A) FARREN CHRISTIE SETIAWAN 115210123

(B) *THE INFLUENCE OF CREATIVITY, ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, SOCIAL MEDIA UTILIZATION, AND ADAPTATION STRATEGIES ON THE SUCCESS OF MSMEs AT THE JAKARTA CULINARY FESTIVAL*

(C) XVI + 97 Pages, 20 Tables, 5 Pictures, 6 Attachments

(D) *ENTREPRENEUR*

(E) *Abstract: Indonesia's economy in the food and beverage sector continues to experience significant growth. This increase is due to one of the culinary festival business sectors. Culinary festivals become effective promotional events and opportunities to innovate, harness creativity, and adopt new strategies in developing businesses. MSME entrepreneurs are competing to make their best efforts in order to achieve business success. The purpose of this study was to determine the influence of creativity, entrepreneurial knowledge, social media utilization and adaptation strategies on the success of MSME culinary festival in Jakarta. This research method is quantitative research. Data were collected through observation, questionnaire, and documentation. Sampling was carried out by purposive sampling of 60 MSMEs. Data analysis using SmartPLS 4 analysis through Variance-based SEM, through Partial Least Square-Structural Equation modeling (PLS-SEM). Based on the test results, declared all variables valid and reliable. The results of this study were concluded through the results of the path coefficient which shows that: 1) creativity has a positive and significant effect on Business Success, 2) entrepreneurial knowledge does not have a significant effect on Business Success 3) the use of social media has a positive and significant effect on Business Success, 4) adaptation strategies have a positive and significant effect on business success. The results of the study can be a source of reference and input for business actors the importance of creativity as the main driver in creating innovative and attractive products. Effective utilization of social media and and adaptation strategies applied to respond to market changes and challenges faced.*

(F) *Keywords: Business Success, Creativity, Entrepreneurial Knowledge, Utilization of Social Media, and Adaptation Strategies.*

(G) *References: 67 (1989-2024)*

(H) Dr. Lidyawati Soelaiman S.T., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) FARREN CHRISTIE SETIAWAN 115210123

(B) PENGARUH KREATIVITAS, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA, DAN STRATEGI ADAPTASI TERHADAP
KEBERHASILAN UMKM DI FESTIVAL KULINER JAKARTA

(C) XVI + 97 Lembar, 20 Tabel, 5 Gambar, 6 Lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Persaingan yang ketat pada usaha kuliner menyebabkan para pelaku usaha perlu menyikapi tantangan dengan terus berinovasi dan beradaptasi, serta melakukan diferensiasi agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Menganalisis keberhasilan usaha merupakan aspek krusial dalam penelitian ini karena keberhasilan usaha kuliner sangat bergantung pada berbagai faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial dan strategi adaptasi terhadap keberhasilan usaha pada UMKM yang berpartisipasi di festival kuliner Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan angket kuesioner kepada UMKM kuliner yang berpartisipasi di Festival Kuliner di Jakarta dan telah menjalankan usahanya minimal empat tahun. Dalam penelitian ini diperoleh responden sebanyak 60 UMKM. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bahwa kreativitas, pemanfaatan media sosial serta strategi adaptasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner. Namun demikian, pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner.

(F) Kata kunci: Keberhasilan Usaha, Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Pemanfaatan Media Sosial, Strategi Adaptasi.

(G) Daftar Pustaka: 67 (1989-2024)

(H) Dr. Lidyawati Soelaiman S.T., M.M.

MOTTO

Setiap langkah yang kujalani adalah dalam terang kasih dan anugerah Tuhan.

Saat hati ragu dan langkah berat, kuingat bahwa Tuhan selalu setia memimpin jalanku.

Ketika aku berjalan bersama Tuhan, keberhasilan bukanlah tujuan akhir, melainkan bagian dari proses memuliakan-Nya.

"Aku dapat melakukan segala sesuatu di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku."

(Filipi 4:13)

PERSEMBAHAN

“Tuhan belum selesai menulis kisah hidupmu, untuk itu jangan pernah menyerah dan putus asa, masih ada harapan dan kemenangan bagimu”

~@Kasih_tulus.id~

Dengarkanlah nasihat dan terimalah didikan, supaya engkau menjadi bijak di masa depan. Banyaklah rancangan di hati manusia, tetapi keputusan Tuhanlah yang terlaksana.

Amsal 19:20-21

Penulis ingin memberikan persembahan skripsi ini kepada:

1. Orang tua tercinta, Adik saya dan saudara-saudara yang tercinta yang menjadi pilar utama dalam hidup saya, yang selalu memberikan cinta tanpa syarat, doa yang tiada henti, serta pengorbanan yang tak terukur nilainya, juga yang menjadi teladan iman dan kasih yang selalu menguatkan saya untuk terus melangkah.
2. Sosok yang penulis sayangi, Damai Firman, yang telah memberikan bimbingan, pengetahuan, arahan dalam kuliah, motivasi serta doa sepanjang penulis menyelesaikan skripsi ini.
3. Universitas Tarumanagara, tempat penulis memperoleh ilmu dan membangun diri yang menjadi kebanggaan.
4. Para pembaca yang harapannya mendapatkan manfaat dari skripsi ini.
5. UMKM yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Yesus Kristus, yang telah memberikan anugerah pengetahuan penulis peneliti, menjadi sumber kekuatan, dan penopang sekaligus sahabat terbaik bagi peneliti sepanjang hidupnya. Hanya karena Kasih dan Anugerah-Nya lah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang diteliti di Jakarta dengan berjudul **“Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Pemanfaatan Sosial Media, dan Strategi Adaptasi terhadap Keberhasilan Umkm di Festival Kuliner Jakarta”**, sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyak menghadapi kendala dan masalah, oleh karena upaya dan kemampuan yang telah Tuhan karuniakan kepada peneliti serta banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dengan ketulusan hati dan kasih yang terdalam, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah dan selalu berkontribusi penuh selama penulis memulai masa perkuliahan hingga di titik penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M., selaku Rektor Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Ibu Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, tulus, dan membimbing, memberikan saran, pemahaman pengetahuan serta banyak memberikan perhatian, dukungan, pengertian dan pengarahan serta motivasi atas pengerjaan skripsi yang penulis lakukan. Sehingga penelitian ini sukses dilakukan atas bantuan beliau. Sekaligus merupakan dosen favorit penulis selama masa kuliah yang sangat penting dalam menambah wawasan dan pengetahuan penulis untuk terus berkembang.
6. Kedua orangtua dan kakak, penulis yang telah memberikan dukungan serta doa selama masa perkuliahan serta dalam penyusunan tugas akhir. Penulis yang telah

memberikan dukungan serta doa selama masa perkuliahan serta dalam penyusunan tugas akhir.

7. Para teman terdekat selama kuliah penulis yang merupakan teman grup “Otw Wisuda” yaitu Sharyn, Joanne, Sherina, Bertha, Virni, Allison (Seli), & Bradley, dll dan beberapa teman dari kelas DX yang telah memberikan dukungan, doa, perhatian dan penghiburan kepada penulis selama masa perkuliahan serta dalam penyusunan tugas akhir.
8. Untuk seluruh teman-teman bimbingan yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan pembelajaran serta masukan yang baik dan membangun selama proses pengerjaan skripsi.
9. Kepada sahabat saya, Olive dan teman-teman gereja Adullam Young Pro yang telah mendukung serta memberikan semangat senantiasa.

Terima kasih peneliti sampaikan untuk semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Peneliti sadar bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, dan mengharapkan segala kritik membangun dan saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat, dan dapat menambah pengetahuan baru yang berdampak positif untuk setiap pembaca.

Jakarta, 21 November 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Farren Christie S', written over a large, stylized 'X' mark.

(Farren Christie S)

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI	7
2.1 Gambaran Umum Teori	7

2.1.1	Teori <i>Resource-Based View</i> (RBV).....	7
2.2	Definisi Konseptual Variabel	8
2.2.1	Keberhasilan Usaha	8
2.2.2	Kreativitas.....	9
2.2.3	Pengetahuan Kewirausahaan	9
2.2.4	Pemanfaatan Media Sosial.....	10
2.2.5	Strategi Adaptasi	11
2.3	Kaitan Antara Variabel-Variabel	12
2.3.1	Kreativitas dan Keberhasilan Usaha.....	12
2.3.2	Pengetahuan Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha	12
2.3.3	Pemanfaatan Sosial Media dan Keberhasilan Usaha.....	13
2.3.4	Strategi Adaptasi dan Keberhasilan Usaha.....	13
2.4	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	17
BAB III		19
METODE PENELITIAN		19
3.1	Desain Penelitian.....	19
3.2	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	19
3.2.1	Populasi	19
3.2.2	Teknik Pemilihan Sampel.....	20
3.2.3	Ukuran Sampel	20
3.3	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	21
3.4	Analisis Validitas dan Reliabilitas	25
3.4.1	Uji Validitas.....	25
3.4.1.1	Validitas Konvergen	26
3.4.1.2	Validitas Diskriminan.....	29
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.5	Analisis Data	34
3.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R-Square).....	34
3.5.2	Uji <i>Path Coefficient</i>	35

3.5.3	Ukuran Efek (<i>Effect Size</i>)	35
BAB IV		37
HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Deskripsi Subyek Penelitian.....	37
4.2	Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.3	Hasil Analisis Data.....	43
4.3.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	43
4.3.2	<i>Path Coefficients</i> (Koefisien Jalur)	43
4.3.3	<i>Effect Size</i> F^2	45
4.4	Pembahasan.....	46
4.4.1	Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha.....	46
4.4.2	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha	47
4.4.3	Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha.....	48
4.4.4	Pengaruh Strategi Adaptasi terhadap Keberhasilan Usaha.....	49
BAB V		50
PENUTUP		50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Keterbatasan dan Saran	50
5.2.1	Keterbatasan	50
5.2.2	Saran	50
Daftar Pustaka		52
LAMPIRAN		59
Daftar Riwayat Hidup.....		78
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN		79

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2021-2024.....	1
Gambar 1. 1 Pertumbuhan dan Kontribusi Sektor Industri Makanan dan Minuman	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	18
Gambar 3. 1 Hasil Uji PLS-SEM <i>Algorithm</i>	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji PLS-SEM <i>Bootstrapping</i>	45

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Hasil Review Studi Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	21
Tabel 3. 2 Skor Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3. 3 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	27
Tabel 3. 4 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	28
Tabel 3. 5 Hasil Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	30
Tabel 3. 6 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	31
Tabel 3. 7 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	32
Tabel 3. 8 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	33
Tabel 3. 9 Skala <i>R-Square (R²)</i>	35
Tabel 4. 1 Data Responden.....	37
Tabel 4. 2 Tanggapan Kuesioner Variabel Kreativitas.....	39
Tabel 4. 3 Tanggapan Kuesioner Variabel Pengetahuan Kewirausahaan	40
Tabel 4. 4 Tanggapan Kuesioner Variabel Pemanfaatan Media Sosial	40
Tabel 4. 5 Tanggapan Kuesioner Variabel Pemanfaatan Strategi Adaptasi.....	41
Tabel 4. 6 Tanggapan Kuesioner Variabel Keberhasilan Usaha	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	44
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis Penelitian	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	46

Daftar Lampiran

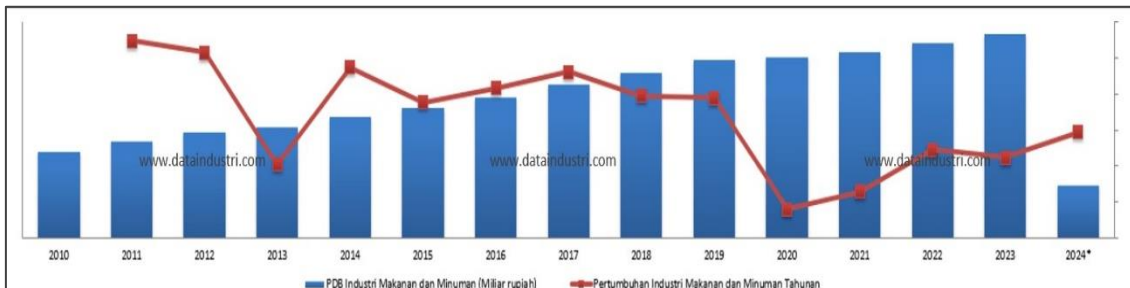
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian	61
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden.....	64
Lampiran 4 Karakteristik Responden	72
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	74
Lampiran 6 Hasil Analisis Data	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia di sektor makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang signifikan, didorong oleh peningkatan pendapatan pribadi yang mengakibatkan kenaikan pengeluaran untuk makanan dan minuman, terutama karena bertambahnya jumlah konsumen kelas menengah (Fatkhurahman & Siregar, 2019). Perubahan gaya hidup masyarakat di kota-kota besar di Indonesia yang seringkali memiliki waktu terbatas turut memengaruhi perkembangan dari sektor industri makanan dan minuman (Wahyudi et al., 2022).



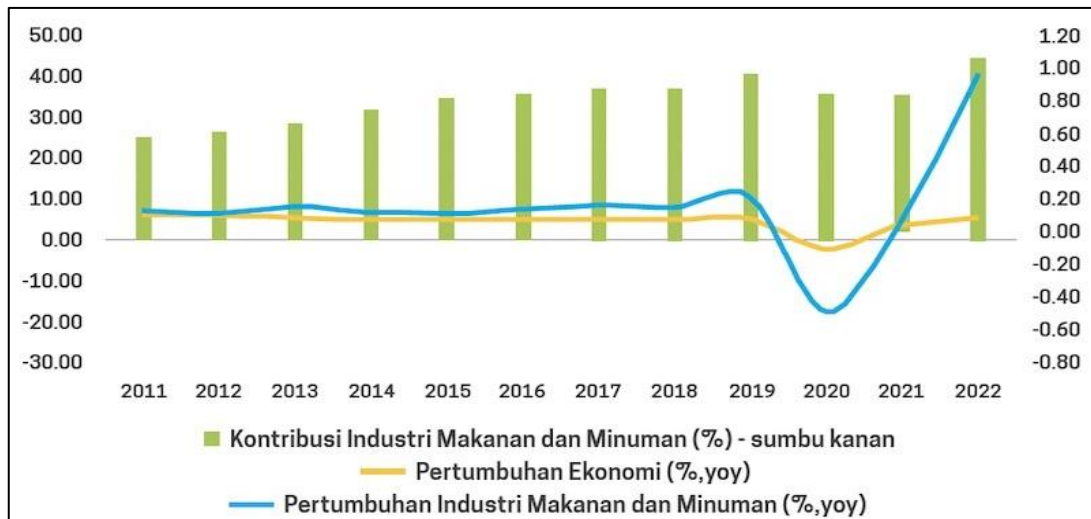
Gambar 1. 1 Tren Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman 2021-2024

Sumber: Data Industri, 2024

Berdasarkan data dari *Industri Research*, (2024) diketahui bahwa terjadi peningkatan pertumbuhan industri makanan dan minuman selama dua dekade lebih. Meskipun pada saat pandemi covid, sektor makanan dan minuman mengalami penurunan sebesar 17,51%, namun pada tahun 2022, sektor ini mengalami lonjakan yang sangat besar, mencapai 40,54%, yang merupakan angka tertinggi dalam satu dekade terakhir. Untuk tahun 2023-2024, GAPMMI (Gabungan Produsen Makanan Minuman Indonesia) memperkirakan bahwa industri makanan dan minuman akan tumbuh antara 5-7% (Sulaeman & Muttaqien, 2023).

Berdasarkan data BPS antara tahun 2020-2021 diketahui sektor makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 2,54 persen, mencapai total nilai Rp775,1 triliun. Produk domestik bruto (PDB) sektor makanan dan minuman nasional pada dasar harga berlaku (ADHB) mencapai Rp1,12 kuadriliun pada tahun 2021. Angka ini menyumbang 38,05 persen dari industri pengolahan nonmigas dan sekitar 6,61 persen

dari total PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun. Kemudian tahun 2022 hingga tahun 2024 sektor makanan dan minuman di Indonesia khususnya di Jakarta tidak pernah mengalami penurunan. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang paling disukai oleh pengusaha muda karena dapat dimulai dengan modal kecil namun memiliki potensi pasar yang luas (Thomas & Soelaiman, 2023).



Gambar 1. 2 Pertumbuhan dan Kontribusi Sektor Industri Makanan dan Minuman

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2023

Festival kuliner merupakan salah satu kegiatan yang memfasilitasi para pelaku usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman dan telah memberikan dampak positif terhadap sektor pariwisata dan industri makanan (Nur, 2020). Kegiatan ini tidak hanya menarik pengunjung dari berbagai daerah tetapi juga menjadi *platform* bagi pengusaha kuliner untuk memperkenalkan produk mereka. Festival kuliner menjadi ajang promosi yang efektif dan kesempatan untuk berinovasi, memanfaatkan kreativitas, dan mengadopsi strategi baru dalam mengembangkan usaha (Hassan et al., 2022). Jakarta merupakan pusat dari berbagai usaha kuliner, mulai dari usaha kecil hingga besar (Aliyah, 2022). Tidak heran Jakarta sering menjadi tuan rumah festival kuliner yang menarik banyak pengunjung dan pelaku usaha.

Usaha kuliner tidak lepas dari persaingan yang ada, sehingga pelaku usaha wajib menyikapi tantangan yang semakin kompleks dengan cara yang efektif. Persaingan ketat mengharuskan para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi, serta melakukan diferensiasi agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen (Dewi, 2020). Banyak pelaku UMKM tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang manajemen bisnis, menghadapi

risiko, termasuk pengelolaan keuangan dan perencanaan strategi. Padahal dalam menghadapi persaingan, pengusaha perlu berbagai strategi yang seringkali diwujudkan melalui berbagai pengetahuan, inovasi, adaptasi, dan kreativitas serta pemanfaatan media sosial pada era saat ini.

Menganalisis keberhasilan usaha merupakan aspek krusial dalam penelitian ini karena keberhasilan usaha kuliner sangat bergantung pada berbagai faktor yang memengaruhinya, seperti kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan sosial media, dan strategi adaptasi. Keberhasilan usaha tidak hanya mencakup pencapaian target finansial, seperti peningkatan keuntungan dan pertumbuhan pendapatan, tetapi juga aspek non-finansial seperti kepuasan pelanggan dan loyalitas. Keberhasilan menunjukkan perbaikan dibandingkan masa lalu (Barringer, 2022). Menurut Soriyani & Harahap, (2022), keberhasilan usaha diukur dari pencapaian target finansial seperti keuntungan dan pertumbuhan pendapatan. Sementara Hanani & Hidayat, (2022) melihat keberhasilan sebagai kemampuan mencapai kepuasan pelanggan, yang terlihat dari loyalitas dan umpan balik positif.

Berkaca pada saat pandemi covid kemarin, kegagalan dalam beradaptasi dengan kondisi musibah di lapangan dan kebutuhan pasar mengakibatkan kehilangan pelanggan dan penurunan omzet (Farell & Miralles, 2022). Selain itu, banyak sekali pengusaha yang belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Kurangnya strategi promosi di platform digital mengurangi visibilitas produk dan peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas (Rista & Habiburrahman, 2022).

Dengan kemajuan teknologi yang pesat, internet kini telah menjadi alat utama dalam pemasaran produk. Strategi promosi melalui internet, khususnya pemanfaatan media sosial, dapat meningkatkan omzet penjualan secara signifikan dengan biaya yang lebih efisien (Nurmala, 2022). Konsumen dapat dengan mudah mencari informasi yang mereka butuhkan dengan cepat, detail, dan tanpa harus berinteraksi secara langsung. Teknologi informasi dan media sosial memungkinkan manusia untuk melakukan berbagai aktivitas sehari-hari, termasuk berbelanja atau memesan makanan, tanpa terbatas oleh jarak, ruang, atau waktu. Media sosial berperan sebagai jembatan bagi banyak konsumen. Ini merupakan sumber informasi bagi konsumen dan berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi guna memperkuat posisi di pasar (Rista & Habiburrahman, 2022). Pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dan interaksi dengan konsumen

telah terbukti meningkatkan visibilitas dan daya tarik industri kuliner (Handayani et al., 2020).

Strategi inovatif juga diperlukan oleh pelaku usaha agar tetap relevan dalam pasar yang cepat berubah. Aspek kreativitas dalam menjalankan usaha juga sama pentingnya dalam menciptakan keunggulan. Kreativitas merupakan solusi baru untuk memberikan nilai terbaik dari suatu produk kepada pelanggan (Indra et al., 2023). Kreativitas sangat diperlukan agar sebuah bisnis dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. Adanya kreativitas dalam bisnis dapat memperluas pasar dan menjadi *trendsetter* bagi bisnis (Soriyani & Harahap, 2022).

Selain kreativitas, diperlukan pula pengetahuan kewirausahaan agar diketahui pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha atau bisnis. Pengetahuan kewirausahaan melibatkan berbagai aspek, termasuk produk, layanan, proses, atau model bisnis. Asiah & Harjoni, (2021) menegaskan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan hasil dari penerapan ide kreatif dalam suatu bisnis, sebuah proses adaptasi perusahaan terhadap lingkungan yang selalu berubah. Menurut Rusdiana, (2018) pengetahuan kewirausahaan meliputi perencanaan bisnis, keterampilan dalam mengelola sumber daya, pengetahuan tentang pengelolaan keuangan dan membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, mitra bisnis, dan pelanggan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imania & Hidayat (2022), menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sebuah UMKM yang memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan yang tinggi dikatakan akan memiliki nilai kerja usaha yang tinggi atau baik. Adanya pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap UMKM juga telah dibuktikan oleh kajian Handoyo & Vavensy (2022), menyebutkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Namun demikian, pengetahuan kewirausahaan yang baik tidak akan berpengaruh jika tidak disertai dengan strategi adaptasi yang baik

Adaptasi merupakan bagian dari manajemen usaha dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena adaptasi akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelancaran maupun keberhasilan UMKM dalam mencapai tujuannya. Penting bagi UMKM untuk mengetahui strategi adaptasi yang tepat dan sesuai terhadap produk yang akan dijual di

pasaran. Adanya strategi adaptasi tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima calon konsumen (Handayani et al., 2020).

Mengingat pentingnya kreativitas dan pengetahuan kewirausahaan, serta bagaimana pengusaha melakukan adaptasi hingga pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kinerja usahanya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan sosial media, dan strategi adaptasi terhadap keberhasilan UMKM di Festival kuliner Jakarta”

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan identifikasi masalah yang dapat diambil sebagai dasar kajian dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Rendahnya tingkat kreativitas UMKM kuliner di Jakarta yang cenderung kurang mampu berinovasi dalam produk dan penyajian, yang mengakibatkan kesulitan bersaing.
2. Kurangnya pengetahuan kewirausahaan yang cukup tentang manajemen bisnis.
3. Beberapa pelaku usaha kuliner belum sepenuhnya memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif.
4. Banyak UMKM kuliner tidak memiliki strategi adaptasi untuk menghadapi perubahan selera dan preferensi konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih mendalam dan fokus, penulis merasa perlu untuk menetapkan batasan pada penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial serta strategi adaptasi dan keberhasilan usaha.
2. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah pengusaha yang sedang atau pernah berpartisipasi pada festival kuliner yang berlangsung di Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta?
2. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta?
3. Apakah pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta?
4. Apakah strategi adaptasi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta.
2. Untuk menguji pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta.
3. Untuk menguji pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta.
4. Untuk menguji pengaruh strategi adaptasi terhadap keberhasilan UMKM di festival kuliner Jakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pelaku usaha UMKM di bidang makanan dan minuman. Hasil penelitian ini juga memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai pentingnya kreativitas sebagai pendorong utama dalam menciptakan produk yang inovatif dan menarik. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana pemanfaatan media sosial yang efektif, membantu pelaku UMKM untuk memperluas pangsa pasarnya. Selain itu, pengetahuan kewirausahaan dan strategi adaptasi perlu diterapkan untuk menanggapi perubahan pasar dan tantangan yang dihadapi.

Daftar Pustaka

- Adawiyah, Q., & Veri, J. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Menggunakan Metode Systematic Literature Review. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 348–354. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4095>
- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Amayreh, K. T. (2020). The role of strategic leadership in increasing ethical practices among pharmaceutical organizations in Jordan. *Management Science Letters*, 10(10), 2371–2378. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.2.027>
- Apriyani, R., & Juniansyah, R. (2014). *Influence Creativity and Social Media on the Success of Talang Bandung Culinary Village in Districts Ogan Commuting Ulu*. Budapest International Research and Critics University - Journal. 25130–25139.
- Asiah, N., & Harjoni. (2021). Inovasi Pembelajaran Analisis Teori dan Praktik Mendesain Pembelajaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- B, N. A. H., & Fatimah, A. (2024). The Effect of Entrepreneurial Knowledge on Business Success in Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs). *Atlantis Press International BV*. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-234-7>
- Barringer, B. R. (2022). *Entrepreneurship: Successfully launching new ventures (6th ed.)*. English: Pearson Education.
- Brown, T. a. (2006). Methodology in the Social Sciences. *Organizational Research Methods*. New York: Guilford. <https://doi.org/10.1177/1094428108323758>
- Darma, A. F., & Aseandi, R. (2024). *The Influence of Creativity and Entrepreneurial Ability on Business Success*. *J URISMA : Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 14(October), 299–310.
- Duryadi, M. S. (2021). Metode Penelitian Ilmiah: Metode Penelitian Empiris Model Path

Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik.

Dwinov, T., et al., (2024). Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Tebing Tinggi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 1563–1577.

Edeh, E., Lo, W.-J., & Khojasteh, J. (2023). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*.
<https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>

Evi, T., & Rachbini, W. (2022). Partial Least Squares (Teori Dan Praktek). *Tahta Media Group*.

Elya Dasuki, R. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 447–454.
<https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i3.710>

Fajri, A., Satria, B., & Fahmi, M. (2017). Analisa Resource-Based View Strategy. *Sebatik STMIK WICIDA*, 1–4.

Fatkurahman, F., & Siregar, E. I. (2019). Kinerja Bisnis Kuliner Dalam Menghadapi Persaingan Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 170–176.
<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i2.383>

Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Kegagalan dan Keberhasilan dalam Kewirausahaan*. Klaten: Penerbit Lakeisha, ISBN: 978-623-6573-37-2

Fuchs, C. (2014). Social Media and The Public Sphere. *Triple C*, 12(1), 57-101.

Gohae, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi). *Jurnal Uniraya*, 5 No 1(1), 51–57.

- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In Sage.
- Hanani Imania, A., & Hidayat, A. M. (2022). Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Young Entrepreneur Academy Indonesia). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 2022–2526. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2397>
- Handayani, S., Akhirman, & Kurniawan, R. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Psikologi Dan Inovasi Terhadap Perkembangan UMKM Kecamatan Bukit Bestari Kota Tanjungpinang. *Student Online Journal*, 1(2015), 738–748.
- Handoyo, E., & Vavensy, P. (2022). Entrepreneurial Knowledge, and Business Networks on Business Success. *International Journal of Management Science and Application International Journal of Management and Application*, 1, 87–102.
- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, ahmad syarief, Erlangga, H., Nurjaya, Sumarsi, D., & I. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*.
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 511–518. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23422>
- Haryoko, Sapto and Bahartiar, Bahartiar and Arwadi, Fajar (2020) Analisa Data Penelitian Kualitatif: Konsep, Teknik, Prosedur Analisis (2020). Cetakan Pertama. Badan Penerbit UNM, Makassar, Indonesia. ISBN 978-623-7496-23-6
- Hasibuan, & Dkk. (2022). Buku Ajar Bisnis Kreativitas dan Inovasi. Kota Medan: Yayasan Kita Menulis. ISBN: 978-623-342-610-7,
- Hassan, N. A. H. M., Ridwan, M., & Yunus, A. M. (2022). Opportunity to Change the Role of Academic Libraries During a Pandemic: the Concept. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 13(9), 5586–5595. <https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.S09.680>

- Hermawan, E. (2022). Buku Ajar Penelitian Kuantitatif. Kota Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. ISBN : 978-623-8598-07-6
- Hidayah, N., & Rodhina. (2023). The Influence of Entrepreneurial Knowledge, Competence, and Information Technology Development on Small Medium Enterprises Success. *International Journal of Social Science Research and Review*, 6(4), 432–441.
- I Wayan, dkk. (2023). Kewirausahaan di Era Digital Berinovasi dan Bertumbuh dalam Dunia Teknologi. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Indra, dkk. (2023). Pemanfaatan Inovasi dan Kreatifitas Sebagai Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Di Desa Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun. *Jurnal Darma Agung*, 6, 94–100.
- Julien, P. A. (1989). The entrepreneur and economic theory. *International Small Business Journal*, 7(3), 29–38. <https://doi.org/10.1177/026624268900700302>
- Kintoko, dkk. (2023). Model Proses Kewirausahaan. In *UPY Press: Yogyakarta.*, ISBN/ISSN 978-623-7668-60-2
- Nainggolan, E., Novita, N., & Januarty, W. (2023). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Ruang Kopi Koju Cabang Cemara Asri Medan). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 33-38.
- Novriansyah, Y., & Ainun, A. (2022). Pengaruh Adaptasi Kewirausahaan Dan Karakter Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha Pengolahan Makanan Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 338. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.649>
- Nur, M. (2020). Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Melalui Festival Kuliner di Kecamatan Utan. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 8(2), 206–214. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v8i2.3393>
- Nurmala, D. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Dan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 1(1), 16–28. <https://doi.org/10.57096/blantika.v1i1.2>

- Peñarroya-Farell, M., & Miralles, F. (2022). Business Model Adaptation to the COVID-19 Crisis: Strategic Response of the Spanish Cultural and Creative Firms. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1), 39. <https://doi.org/10.3390/joitmc8010039>
- Purnomo, R. (2011). Resource-Based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991). *Sustainable Competetive Advantage-1, 1991*, 1–16.
- Rahim, R. (2021). Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik). *Cemerlang Indonesia*, 1(1), 1–216.
- Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3), 622–636.
- Rahmat & Mirnawati. (2022) *Manajemen Kewirausahaan untuk Proyek Merdeka Belajar*. Penerbitan Sleman: Zahir Publishing, ISBN: 978-623-466-058-6
- Rista Sela, L., & Habiburrahman, H. (2022). Strategi Pemasaran Di Masa Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Umkm Dapur Umi Di Desa Muara Jaya Kabupaten Lampung Barat). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(7), 1063–1072. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.122>
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). Buku Ajar STATISTIKA. *FEBS Letters*, 185(1), 4–8.
- Rusdiana, H. A. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik. CV Pustaka Setia, 369.
- Sari, A. P., Anggraini, D. D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., Tjiptadi, D. D., Sulaiman, O. K., Munsarif, M., Siregar, P. A., Nugraha, N. A., & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan Bisnis Online. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Sari Anita, Dahlan, Tuhumury Nicodemus August Ralph, Prayitno Yudi, Siegers Hendry Willem, Supiyanto, & Werdhani Sri Anastasia. (2023). *Buku Annita sari Dkk Dasar-dasar Metodologi Penelitian*. 71.

- Sari, Y., -, M., & Permatasari, F. (2021). Creativity, Innovation and Promotion Variables as Determinants of Culinary Bussiness Success in OKU Regency. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 365. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4702>
- Siswanto, B., et al. (2017). *Pengetahuan Kewirausahaan*. Jakarta, Penerbit UKRIDA Press. ISBN 9789798396311
- Soesana, A., Subakti, H., Salamun, S., Tasrim, I. W., Karwanto, K., Falani, I., Bukidz, D. P., & Pasaribu, A. N. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Soriyani, H., & Harahap, N. (2022). Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Keuangan dan Bisnis*, 2(2), 61–70. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.219>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaeman, D. A., & Muttaqien, Z. (2023). Menentukan Tingkat Produksi dan Distribusi Produk Makanan Tradisional Berumur Pendek Untuk Meminimasi Kekurangan dan Kadaluarsa. *Infomatek*, 25(2), 77–86. <https://doi.org/10.23969/infomatek.v25i2.6410>
- Sun, L., Ji, S., & Ye, J. (2018). Partial Least Squares. In *Multi-Label Dimensionality Reduction*. <https://doi.org/10.1201/b16017-6>
- Suryati, A., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2022). *Keunggulan Kompetitif Konsep dan Studi Kasus* (Vol. 19, Issue 5). http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/KEUNGGULAN_KOMPETITIF_-buku.pdf
- Thomas, Lydiawati Soelaiman. (2023) "The Influence of Family Support, Finance, and Business Networks on the Success of Young Entrepreneurs with Innovation Capability as Mediation" *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 2(1), 87–93. <https://doi.org/10.56472/25835238/irjems->

- Ummah, M. S. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori , Metode Dan Praktek. Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya. (Vol. 11, Issue 1).
- Vavensy, P., & Handoyo, S. E. (n.d.). *The Influence of Motivation , Business Capital , Entrepreneurial Knowledge , and Business Networks on Business Success*. 87–102.
- 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. <https://doi.org/10.52643/jam.v12i1.2109>
- Wahyudi, R., Islam, U., & Sumatera, N. (2022). Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pengembangan Industri Kecil Menengah Kota Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 671–676. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.75>
- Widodo, S., et al. (2023) *Buku Ajar Metode Penelitian* (1st ed.). Malang, CV Science Techno Direct.
- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas dan Sumberdaya. In *Mandala Press*. [http://repository.unmuhjember.ac.id/9257/1/BUKU RBV.pdf](http://repository.unmuhjember.ac.id/9257/1/BUKU%20RBV.pdf)
- Yusri, A. Z. dan D. (2020). Teori Metode dan Praktik Penelitian Kualitatif. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).