

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kota Bandung berada di Provinsi Jawa Barat, dengan populasi 2.461.550 orang, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) (BPS - Statistics Indonesia, 2022). Kota Bandung dinobatkan oleh Taste Atlas Awards 2021 sebagai salah satu kota dengan makanan tradisional terbaik di Asia. Kota ini juga berhasil menempati posisi kelima sebagai "Kota Terbaik di Asia untuk Makanan Tradisional". Taste Atlas Awards 2021 adalah situs asal Kroasia mengevaluasi resep lokal, makanan tradisional, dan restoran asli dari seluruh dunia. Hal ini dapat menjadi peluang untuk masyarakat untuk menarik wisatawan berkunjung dan meningkatkan kesejahteraan UMKM, karena kewirausahaan dapat membantu pemerintah mengurangi pengangguran dengan membuka banyak lapangan kerja dan menghindari bergantung pada orang lain untuk mencari pekerjaan (Indra, 2019).

Pada tahun 2023, menurut Kementerian Perdagangan, sebanyak 22 juta UMKM telah bergabung dalam ekonomi digital, atau sebesar 33,6 persen dari total UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022b). Menurut BPS Provinsi Jawa Barat, ada 123.872 usaha kecil dan menengah (UMKM) yang beroperasi di Kota Bandung. Berikut grafik pertumbuhan UMKM menurut BPS Provinsi Jawa Barat :

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM yang ada	14.974	15.790	17.755	36.739	38.614

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan UMKM Kota Bandung tahun 2019-2023  
Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat

Grafik diatas menunjukkan jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) yang meningkat di Kota Bandung dari tahun 2019-2023 menunjukkan bahwa mereka merupakan komponen penting dari ekonomi Kota Bandung dan juga menunjukkan bahwa persaingan antar UMKM semakin meningkat (BPS - Statistics Indonesia, 2023). Menurut (Nandi, 2019) Beberapa faktor keberhasilan bisnis dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, seperti layanan pesan antar

online, media sosial, dan efikasi diri. Kemajuan ini mengubah aktivitas ekonomi dan perilaku masyarakat.

Cibeunying Kaler merupakan salah satu nama dari 30 kecamatan yang ada di Kota Bandung. Secara tipologi Kecamatan Cibeunying Kaler terletak pada ketinggian kurang lebih 700 DPL (permukaan laut). Kecamatan Cibeunying Kaler didirikan berdasarkan PP Nomor 16 Tahun 1987 yang berdampak pada perubahan Daerah Tingkat II Kota Bandung dan Daerah Tingkat II Kota Bandung Kecamatan Cibeunying Kaler terdiri dari 4 kelurahan yaitu Kelurahan Cihaurgeulis, Kelurahan Sukaluyu, Kelurahan Neglasari, dan Kelurahan Cigadung. Kecamatan Cibeunying Kaler meliputi luas wilayah 436,30 Ha dengan jumlah penduduk bulan JUNI 2008 sejumlah 57.177 jiwa dan 15.285 Kepala Keluarga (KK).

Jenis UMKM bermacam-macam, mulai dari makanan, pakaian, hingga kerajinan tangan. Sektor kuliner merupakan salah satu sektor yang paling diminati oleh para pengusaha karena kebutuhan modalnya yang rendah. Berdasarkan data, industri makanan dan minuman menyumbang 70% dari UMKM di Indonesia, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyumbang 99,5% dari total industri tersebut (BPPOM., 2022). Menurut (Open Data ,2023) Banyaknya UMKM makanan di Kecamatan Cibeunying Kaler ditunjukkan dengan tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1 Jumlah UMKM makanan di Kecamatan Cibeunying Kaler tahun 2023

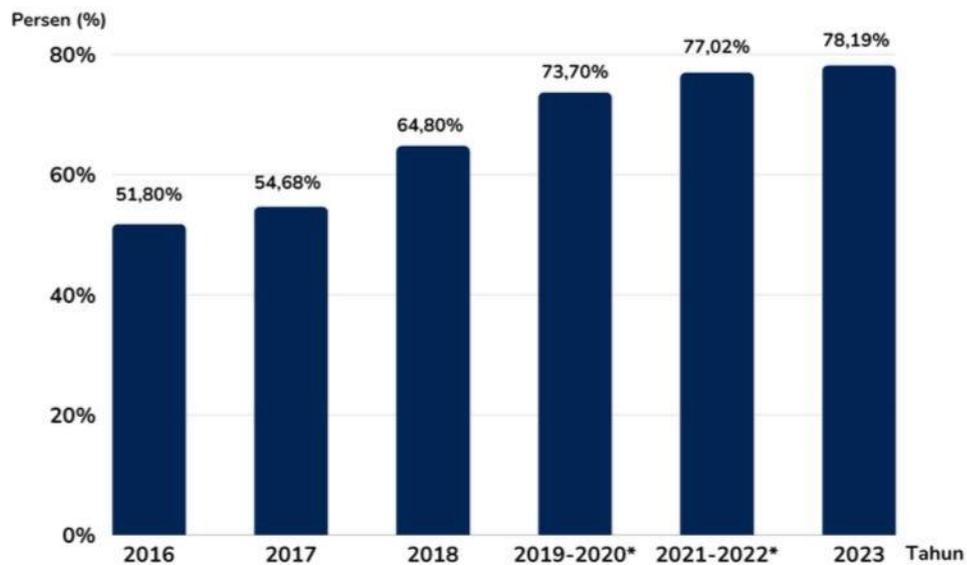
<b>Wilayah</b>	<b>Jenis Usaha</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Satuan</b>	<b>Tahun</b>
Kecamatan Cibeunying Kaler	Usaha Mikro Kecil Menengah	700	Unit	2023

Sumber : Open Data Bandung

Bisnis kuliner sangat erat kaitannya dengan kebutuhan manusia, dengan perkembangannya yang semakin inovatif dan kreatif, bisnis kuliner kini sangat populer. Kuliner merupakan peluang bisnis yang tidak akan pernah hilang. Makanan bukan lagi sekadar produk konsumsi, namun sudah menjadi gaya hidup masyarakat. Makanan merupakan bagian dari budaya yang memberikan ciri khas suatu negara atau daerah, salah satu nya adalah seblak dapat digolongkan sebagai

makanan tradisional karena diproduksi di suatu daerah tertentu. Seblak merupakan salah satu makanan khas kota Bandung yang sangat digemari sejak dahulu kala hingga saat ini. (Saputra, dkk., 2020). Seblak berasal dari kata "segak" dan "nyegak" yang berarti "menyengat", ciri khasnya adalah cikur atau kencur yang merupakan salah satu bahan utama dalam pembuatannya, memiliki rasa pedas yang khas. Seblak terbuat dari perpaduan kerupuk yang direbus dan bumbu asli Indonesia, disajikan dengan unik dan beraroma. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ria Intani, 2014). Seblak dapat berkiprah tidak hanya sebagai perusahaan distribusi pangan, namun juga dalam upaya mempromosikan makanan tradisional di kalangan masyarakat Indonesia yang sudah ada sejak tahun 1990-an. Dampak makanan ini terhadap pendapatan perekonomian sangat berdampak di era milenial karena hasil penjualannya dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu seblak harus dilestarikan, apalagi keberadaannya berdampak besar terhadap budaya setempat. Pelaku ekonomi khususnya UMKM memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memasarkan usahanya. Mereka menggunakan media sosial dan aplikasi pesan antar makanan online untuk memperluas pasar secara efektif, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat posisi mereka di industri kuliner.

Menurut penelitian APJII (2023), tingkat penetrasi internet di Indonesia diperkirakan mencapai 78,19% pada tahun 2023. Dengan kata lain, pada tahun 2023, sebanyak 78 dari 100 penduduk Indonesia akan menggunakan internet. Dibandingkan data tahun 2018, jumlah ini meningkat 13,39% selama lima tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi, informasi dan komunikasi (TIK) berkembang sangat pesat selama lima tahun terakhir, terutama di masa pandemi, dan ekonomi digital memiliki potensi pertumbuhan positif di masa depan. Jumlah ini ditunjukkan dalam grafik berikut :



Gambar 1. 2 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber : Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) 2024

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa tingginya pengguna internet di Indonesia memberikan peluang untuk pelaku UMKM mengembangkan strategi pemasaran dengan tujuan membangun keberhasilan usaha.

Berdasarkan penelitian (Institute for Development of Economics and Finance (INDEF), 2024) menyampaikan bahwa dampak digitalisasi memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM kategori *offline-online*. Dampak positif ini ditandai dengan peningkatan jumlah karyawan dan rata-rata pendapatan tahunan yang dihasilkan UMKM kategori offline/online setelah digitalisasi bisnisnya. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan digitalnya guna meraih keberhasilan usaha seperti mengalami peningkatan omzet dan jumlah tenaga kerja.

Namun menurut Kementerian Perdagangan (2023), dari total 65 juta UMKM di Indonesia pada tahun 2023, hanya 22 juta (33,6%) yang sudah melakukan digitalisasi proses bisnisnya. Pasalnya, UMKM menghadapi berbagai tantangan dalam transformasi digital seperti, permasalahan terhadap keuangan, pemasaran, daya saing, dan produktivitas tidak menutup kemungkinan bahwa hal-hal tersebut merupakan faktor penghambat dalam keberhasilan usaha.

Seiring dengan kemajuan teknologi, saat ini aplikasi baru yang inovatif dan kreatif muncul untuk membantu masyarakat seperti Gojek, Grab, Tokopedia, Lazada, Instagram, dan lainnya. Aplikasi ini menguntungkan produsen dan konsumen. Penggunaan layanan pesan antar online menjadi inovasi terbaru dalam dunia e-commerce. Tiga aplikasi paling populer di Indonesia dan negara lain adalah Grabfood, Gofood, dan Shopeefood. Penggunaan layanan pesan antar online telah meningkat seiring dengan peningkatan penggunaan smartphone dan internet dalam kehidupan sehari-hari. Ini karena mereka nyaman dan menghemat waktu (Arlista & Utama, 2022).

Sesuai dengan temuan penelitian berjudul “Analisis Dampak Kehadiran Go Food dan Grab Food Terhadap Pertumbuhan Penjualan Bisnis Kuliner” (Wahyuni S, 2020) (Studi Kasus: Sei Kela Hilir II di Kecamatan Medan Perjuangan, Kota Medan). Menurut penelitian ini, kehadiran Go Food dan Grab Food sangat membantu para pengusaha kuliner dalam bentuk pemasaran dan peningkatan penjualan. Pelaku usaha makanan mengatakan penjualan meningkat sejak bergabung dengan Go Food Service dan Grab Food Service.

Adapun manfaat media sosial menurut (Alhuda et al, 2022) merupakan alat yang digunakan oleh pelanggan untuk berbagi informasi, seperti teks, gambar, video, dan audio, dengan perusahaan atau sebaliknya. Media sosial membangun hubungan baik dengan pelanggan dari media yang ada (hubungan), melakukan komunikasi antara penjual dan pelanggan (komunikasi), dan berinteraksi dengan pelanggan setelah pembelian produk (interaksi pasca pembelian). Selain itu, informasi dapat didistribusikan secara menyeluruh dan lengkap antara pelanggan dan perusahaan yang digunakan pelanggan untuk berbagi informasi, seperti teks, gambar, video, dan audio, dengan perusahaan atau sebaliknya. WhatsApp, Instagram, Twitter, Line, Telegram, Facebook, YouTube, dan lain-lain adalah beberapa media sosial yang sangat populer saat ini. Karena jangkauan yang luas, mudah diakses, dan murah internet. Menjalankan bisnis dapat menghemat uang, karena jaringan internet yang luas dan tidak memiliki batasan waktu dan wilayah, pengusaha kecil UMKM sangat menyukai media sosial sebagai cara untuk mengembangkan bisnis mereka karena memiliki banyak manfaat (Winarti, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian (Budi Dharma dkk., 2022), media sosial terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap keberhasilan bisnis retail jasa makanan di wilayah Medan-Johor. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis UMKM dan pengusaha. Penelitian ini konsisten dengan penelitian (Husna, 2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Dapat kita simpulkan bahwa media sosial merupakan media komunikasi dan membangun jaringan sosial. Sedangkan berbanding terbalik dengan hasil penelitian (Nur et al., 2023) ini menemukan adanya pengaruh yang negatif dan tidak signifikan media sosial terhadap keberhasilan usaha, karena konsumen tidak go digital atau kurangnya pengetahuan dan keterampilan untuk dapat menggunakan media sosial dan lain lain.

Faktor lain yang sangat berpengaruh menurut (Renaningtyas, 2017) yaitu keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk memiliki kontrol yang cukup atas dirinya sendiri, aktivitasnya, dan keadaan lingkungannya adalah faktor lain yang sangat berpengaruh menurut definisi dari efikasi diri. (Luthans, 2008) mengatakan bahwa efikasi diri dapat meningkatkan kinerja seseorang dalam banyak hal, termasuk minat berwirausaha. Oleh karena itu, untuk memulai suatu usaha, diperlukan keyakinan diri (self-efficacy) terhadap kemampuannya untuk mencapai kesuksesan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian berjudul “Dampak Self-Efficacy, Motivasi, dan Kemandirian Terhadap Kesuksesan Berbisnis” (Halimah & Laily, 2018). Analisis usaha perempuan di Cake Village di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efikasi diri mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha pada pemilik dan pengelola usaha kecil di Desa Gadabung Provinsi Kalimantan Tengah dan pengelola di Desa Gadabung Provinsi Kalimantan Tengah (Aini & Widyardfendhi, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi efikasi diri maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan perusahaan.

Ketiga elemen ini saling memperkuat satu sama lain dalam mendukung keberhasilan usaha. Media sosial dan aplikasi layanan menyediakan alat dan platform yang dapat digunakan oleh pengusaha untuk meningkatkan efisiensi operasional dan jangkauan pasar. Di sisi lain, efikasi diri yang tinggi mendorong pengusaha untuk memanfaatkan alat-alat tersebut secara optimal dan terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar. Integrasi yang efektif dari media sosial, aplikasi layanan, dan efikasi diri dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi bisnis dalam dunia usaha modern.

Oleh sebab itu peneliti ingin mengetahui aspek yang dapat meningkatkan atau mempertahankan keberhasilan bisnis. (Alhuda et al, 2022) menyimpulkan bahwa keberhasilan wirausaha dipengaruhi oleh penggunaan media sosial, tingkat efikasi diri, dan tingkat inovasi. Menurut penelitian (Fajrul, 2021) ada dipengaruhi secara signifikan oleh bisnis mikro, kecil, dan menengah jika ada aplikasi layanan pesan antar online. Penelitian tersebut menemukan bahwa penggunaan media sosial, efikasi diri, dan aplikasi ojek online memiliki efek positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis.

Tingkat penetrasi internet yang tinggi ini menggambarkan bahwa semakin banyak persentase penduduk Indonesia yang sudah terkoneksi internet. Maka dari itu tingginya peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan kemajuan teknologi akan tetapi semakin tinggi pula tingkat persaingan antar pelaku usaha. Pelaku usaha harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dalam keberhasilan usaha. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul:

**“PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI LAYANAN PESAN ANTAR ONLINE, MEDIA SOSIAL DAN EFIKASI DIRI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA SEBLAK DI KECAMATAN CIBEUNYING KALER KOTA BANDUNG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, fokus penyusunan skripsi ini adalah :

1. Apakah penggunaan aplikasi layanan pesan antar online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung?
2. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung?
3. Apakah efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung?
4. Apakah penggunaan aplikasi layanan pesan antar online, media sosial, dan efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan alasan penelitian dan hasil yang diharapkan, dikemukakan oleh (Patel, 2019). Berdasarkan latar belakang masalah dan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Pengaruh penggunaan aplikasi layanan pesan antar online terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung
2. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung
3. Pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung
4. Pengaruh penggunaan aplikasi layanan pesan antar online, media sosial, dan efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha seblak di Kecamatan Cibeunying Kaler Kota Bandung

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Menurut (Patel, 2019) manfaat penelitian berasal dari jawaban penelitian, yaitu pemahaman, pemecahan, dan antisipasi masalah yang dibahas dalam penelitian tersebut. Manfaat yang hendak dicapai dalam hasil karya ilmiah ini, sebagai berikut:

##### **A. Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan meningkatkan pemahaman bagi pelaku usaha makanan seblak tentang faktor-faktor penentu keberhasilan usaha seblak di Kota Bandung.

##### **B. Praktis**

1. Bagi pelaku usaha : Dengan menerapkan temuan dari penelitian ini, pengusaha seblak dapat meningkatkan penjualan dan profit, mengembangkan usaha mereka secara lebih efektif untuk mencapai kesuksesan jangka panjang
2. Bagi Universitas Pelita Bangsa : Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai koleksi kumpulan penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya
3. Bagi penelitian selanjutnya : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi sebagai bahan referensi untuk pengembangan lebih lanjut

#### **1.5 Sistematika Penulisan Penelitian**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini mencakup penerapan standar penulisan yang membuat setiap bagian jelas dan padu. Sistematika pada penelitian ini antara lain :

##### **BAB I : Pendahuluan**

Membahas hal-hal seperti latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, keuntungan penelitian, dan proses penulisan skripsi secara sistematis.

##### **BAB II : Tinjauan Pustaka dan Kontekstual**

Memberikan dasar teori yang dapat digunakan sebagai acuan untuk proses melakukan penelitian dan menyusun skripsi

**BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini membahas definisi variabel penelitian, definisi operasional, dan membahas metode yang digunakan untuk pengumpulan dan analisis data.

**BAB IV : Hasil dan pembahasan**

Bab ini memberikan penjelasan menyeluruh tentang subjek penelitian, tujuan, dan metode penelitian, serta keuntungan dari penelitian. Selain itu, membahas demokrasi responden.

**BAB V : Penutup**

Pembahasan hasil dan metodologi penelitian dibahas secara menyeluru