

Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Strategi Pemasaran di Era Digital terhadap Perkembangan UMKM di Chinoss Coffe Panam

Rama Indra Aditya¹, Ivon Fitia Nola², Rahmi Deska Putri³, Fitri Ayu Nofrida⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: 2103040179i@gmail.com

Abstrak

Tidak hanya modal yang, tetapi karakteristik dari seorang wirausaha atau usahawan juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha mereka seorang wirausaha dapat diukur dalam kemampuan inovasinya, dan tanggung jawab, sedangkan strategi pemasaran juga ikut diukur dari harga yang mereka pasarkan, promosi yang dijalankan dan kualitas produk yang diterima oleh customer itu sendiri. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasanya faktor dari karakteristik seorang wirausaha dan strategi pemasaran yang dilakukan dengan benar secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha. Saran dari penelitian ini dapat saran dari penelitian ini seorang wirausaha selalu menetapkan karakteristik yang baik dan selalu menjalankan strategipemasaran dengan update agar tidak tertinggal dengan para pesaing lainnya. (Yuppy Triwidatin & Yoyok Priyo Hutomo, 2022a)

Kata kunci: *Karakteristik Wirausaha, Strategi Pemasaran, Perkembangan UMKM*

Abstract

Not only capital has an influence on business, but the characteristics of an entrepreneur or entrepreneur also greatly influence the development of their business in the future. The characteristics of an entrepreneur can be measured in terms of their innovation ability and responsibility, while marketing strategy is also measured by the price they market, promotions carried out and product quality received by customers themselves.

The results of this research show that the factors of an entrepreneur's characteristics and marketing strategies that are carried out correctly together have a significant influence on business development. Suggestions from this research can be suggested from this research: an entrepreneur always sets good characteristics and always carries out updated marketing strategies so as not to be left behind by other competitors (Yuppy Triwidatin & Yoyok Priyo Hutomo, 2022a).

Keywords : *Characteristics of entrepreneurship, marketing strategy, development of UMKM.*

PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu daerah, peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. UMKM dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang bagus dan pesat. Kemudian masyarakat mendirikan yang dapat menumbuhkan ekonomi dan dapat mengurangi angka pengangguran. Hal ini dapat dilihat dari penurunan angka pengangguran di Indonesia. Dan hal ini dapat dilihat dari kenaikan jumlah UMKM yang ada di Indonesia. (Yuppy Triwidatin & Yoyok Priyo Hutomo, 2022b)

Di dalam bisnis kemungkinan gagal itu pasti ada, tekanan emosional, tantangan untuk kerja keras. Dengan adanya perilaku wirausaha maka dapat mengembangkan usaha dan dapat mencapai keberhasilan usaha. Seseorang wirausahawan juga memerlukan modal yang cukup untuk mendirikan sebuah usaha. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Selain karakteristik wirausaha dan modal usaha, strategi pemasaran juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan usaha.

Namun tidak semuanya yang berhasil dalam UMKM tersebut, ada juga yang masih banyak mendapatkan kendala untuk mereka yang mendirikan UMKM, umumnya untuk seorang pemula yang baru saja turun di dunia usaha maka mereka harus memerlukan modal yang cukup untuk usaha mereka tersebut, tidak hanya modal yang cukup, karakteristik dari dalam diri seseorang juga menjadi tanggung jawab mereka untuk mengaturnya jika mereka sudah memasuki dunia usaha.

Mereka tidak bisa bermain dengan ego mereka sendiri, mereka harus bermain juga dengan ego nya para customer, dengan karakteristik yang bagus dan baik, maka usaha UMKM yang mereka jalankan bisa dikatakan berhasil, karena jika seorang usahawan sudah dapat memikat hati pelanggan dengan karakteristik mereka maka mudah untuk seorang pengusaha untuk menjalankan bisnisnya, karakteristik yang harus dimiliki seorang wirausaha adalah tanggung jawab yang baik, kemampuan inovasi terbarunya untuk mengikuti perkembangan zaman agar UMKM mereka tidak pudar. Dan strategi pemasaran yang mengikuti perkembangan zaman juga membuat seorang pedagang UMKM berhasil dalam mencapai tujuannya, agar tidak ketinggalan oleh para pesaing.

Masyarakat adalah pelaku utama dalam pembangunan dan pemerintah yang memiliki kontribusi besar dalam mengarahkan dan mengembangkannya. Pelaku UMKM juga dituntut untuk melakukan pemasaran produknya dengan metode digital marketing guna pendekatan kepada konsumen tanpa harus bertemu secara langsung sehingga UMKM dapat tetap beroperasi dengan lancar dan tanpa melanggar aturan pemerintah (Hardilawati, 2020). Untuk membangun wirausaha mandiri, diperlukan tiap individu yang siap menjalani segala rintangan dan kendala dalam berbisnis dan mampu menjadi kompetitor yang mampu mendobrak pangsa pasar yang lebih kompetitif.

Wirausaha (entreprenur) umumnya memiliki karakter yang tidak jauh berbeda antara satu sama lain, mereka adalah orang-orang yang mempunyai tekad dan semangat yang kuat untuk memulai bisnis dengan usahanya sendiri. Resiko kegagalan dalam

berbisnis adalah ancaman yang nyata dan pasti akan terjadi pada setiap wirausahawan, tidak ada jaminan akan kesuksesan, tantangan yang berliku akan dirasakan oleh setiap pelaku bisnis (Huri Mustofa et al., 2021)

Salah satu faktor penting yang dapat menentukan berjalannya suatu usaha adalah modal usaha. Ketika seorang wirausahawan sudah memiliki karakter yang kuat dalam menentukan konsep usaha, maka ia akan menentukan langkah selanjutnya yaitu dengan penentuan sumber dana yang akan digunakan dalam berwirausaha. Modal Usaha adalah hal yang sangat diperlukan dan harus tersedia dalam menjalankan sebuah usaha. Modal merupakan faktor pendukung yang sangat dibutuhkan oleh setiap pelaku usaha, karena dengan modal dapat mempengaruhi karakteristik wirausaha. Pendapatan dalam setiap usaha akan dipengaruhi oleh besar kecilnya modal awal usaha tersebut didirikan (Safitri dan Setiaji Khasan, 2018)

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN STRATEGI PEMASARAN DI ERA DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DICHINOSS COFFE PANAM”

Rumusan Masalah :

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan usaha UMKM pada Chinoss Coffe Panam di Pekanbaru?
2. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran perkembangan usaha UMKM pada Chinoss Coffe Panam di Pekanbaru.

METODE

Pemilihan Subjek Penelitian Objek dalam penelitian ini adalah UMKM Chinoss Coffe Panam, yang bertujuan untuk melihat pengaruh karakteristik wirausaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM. Lokasi penelitian ini dilakukan di UMKM Chinoss Coffe Panam yang ada di Pekanbaru Panam.

Pengumpulan Data

Desain dari penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang mana ini bertujuan untuk mengamati fenomena apa saja yang terjadi di dalam objek ini. Data ini seperti apa yang dirasakan oleh para customer yang pernah membeli ke chinoss coffe panam tersebut. Penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk analisis datanya,

Kuisisioner ini merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertutup yang diajukan kepada responden penelitian.

Analisis Data

Populasi adalah sejumlah atau kumpulan individu yang paling sedikit mempunyai satu tujuan yang sama yang telah ditetapkan. Dari kuisisioner yang sudah disebar, populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di chinoss coffe panam. Penelitian ini membutuhkan kriteria sebagai berikut :

1. Bersedia berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner
2. Memiliki tempat berjualan yang tetap atau bukaan keliling

Hasil analisis

Prosedur analisis data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul. Di penelitian ini akan menampilkan hasil kuisisioner yang sudah di sebarakan.

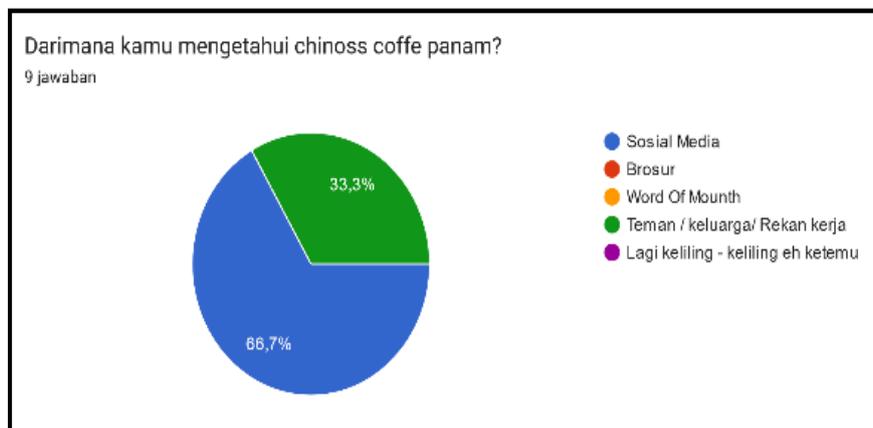
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari data yang sudah dikumpulkan yang rata rata pada pernah berkunjung ke chinoss coffe panam. Para responden menjawab tidak pernah adanya kendala saat mereka berkunjung ke sana, dan yang membuat customer sering kesana adalah karena pelayanannya baik , juga tentang menu nya yang sangat mereka gemari, ada yang menjawab donat kentang adalah alasan mereka berkunjung kesana dan tempat yang adem untuk di kunjungi juga alasan bagi mereka, tidak 100% yang menjawab pernah mengunjungi chinoss coffe panam, tetapi ada juga beberapa responden yang berpendapat bahwa mereka belum pernah menghampiri coffe shop tersebut.

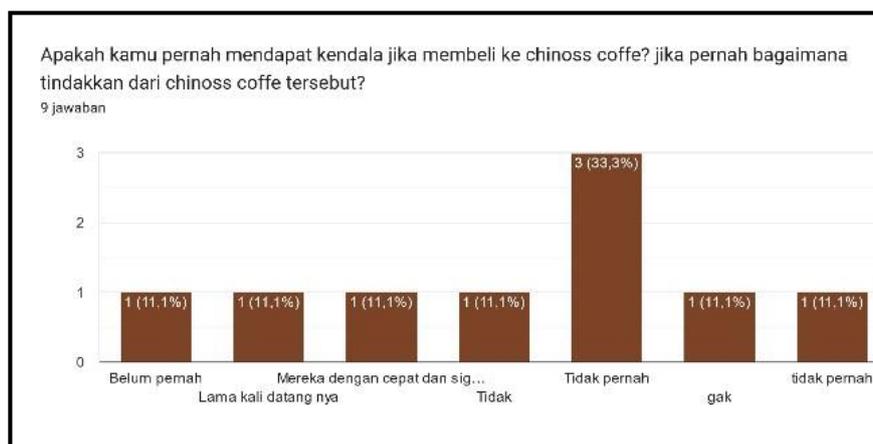
Diambil kesimpulan bahwasanya strategi pemasaran sangat berpengaruh pada perkembangan UMKM terutama di chinoss coffe panam . Dengan karakter yang dimiliki tiap wirausaha diikuti dengan modal yang cukup, seorang pelaku usaha akan memiliki strategi atau perencanaan guna memperbaharui usahanya agar dapat menarik minat banyak masyarakat sehingga usahanya dapat berkembang dengan pesat. Ketika sebuah usaha sudah berjalan dengan stabil dan baik, tidak menutup kemungkinan bahwa semakin hari konsumen akan semakin berkurang karena tidak adanya hal hal baru dalam produk tersebut. Untuk itu dalam penelitian di atas dapat disimpulkan dengan sikap yang dimiliki wirausaha serta strategi yang matang, seorang wirausaha juga harus menemukan hal hal baru (inovasi) agar dapat mempertahankan usahanya tetap stabil atau bahkan dapat semakin meningkat. Sehingga dapat dikatakan bahwa inovasi dapat menjadi pemediasi antara karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembanganUMKM.



Gambar 1.1. Pernah berkunjung ke chinoss coffe



Gambar 1.2 Darimana mengetahui chinoss coffe



Gambar 1.3 Respon kendala yang terjadi

Dari kuisisioner yang telah diisi para respon menjawab mereka berkunjung di chinoss coffe dikarenakan adanya pelayanan yang ramah, yang membuat customer nyaman di sana, dari uji kuisisioner ini kita dapat menyimpulkan bahwa karakter dari seorangwirausaha untuk karyawannya akan menimbulkan hasil yang baik untuk karayawannya ke konsumen.

Dari karyawan UMKM Chinoss Coffe Panam yang mengatakan bahwa adanya hubungan yang baik antara karyawan dan seorang wirausaha di cafe tersebut. Dan untuk strategi pemasaran dapat disimpulkan chinoss coffe berhasil memikat customer melalui sosial media, karena rata rata customer mengetahui adanya chinoss coffe dari sosial media.

Suatu usaha akan berhasil jika cara pemasaran di era digital sekarang selalu update dalam mengikuti trend, seperti sosial media yang ada, karyawan bisa selalu memposting

inovasi apa saja yang baru mereka temukan, misalnya dengan adanya promo, atau penukaran point, bahkan adanya Penambahan menu varian baru.

Hipotesis pertama

Dari penelitian ini yang diperoleh menunjukkan Hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif pada karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM di Chinoss Coffe Panam, seorang wirausaha harus mampu mencari inovasi baru agar Chinoss Coffe tidak ketinggalan dengan pesaing lainnya. Terus menjalani hubungan baik dengan karyawan agar karyawan tersebut bisa loyal dan mempunyai produktifitas yang tinggi sehingga menimbulkan kesenangan hati dari seorang karyawan dan itu juga berpengaruh untuk mereka dalam melayani customer yang berkunjung, seperti respon dari para responden yang mengatakan “pelayanan yang baik dan humble.

Hipotesis kedua

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap perkembangan usaha, hal ini dikarenakan produk dari chinoss coffe dipasarkan langsung ke media sosial, sehingga para customer bisa mengetahui perkembangan inovasi baru yang ada di chinoss coffe, tidak hanya di satu sosial media, tetapi terdapat beberapa sosial media yang mereka

SIMPULAN

Melalui penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM di Chinoss coffe Panam. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang positif hal ini dikarenakan semakin tinggi karakteristik wirausaha maka semakin tinggi juga perkembangan usaha UMKM. Hal ini berarti untuk meningkatkan kemampuan inovasi, dan mengelola karyawan dengan baik.
2. Terdapat strategi pemasaran yang baik yang dilakukan oleh UMKM Chinoss Coffe Panam sehingga banyak diketahui oleh kalangan masyarakat. Hasil penelitian ini positif dikarenakan semakin bagus strategi pemasaran yang dilakukan maka semakin bagus juga pengembangan usaha yang di dapat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hardilawati. (2020). Pengaruh Karakteristik wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening di Kasus Pelaku UMKM di Kabupaten Semarang).
- Huri Mustofa, N., Afrilia, T., & Nur, A. (2021). JURNAL SKETSA BISNIS Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap kembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ngan Inovasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus aku UMKM di Kabupaten Semarang). Jurnal Sketsa nis, 08(02), 82–98
- Safitri dan Setiaji Khasan. (2018). Pengaruh Karakteristik wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pelaku UMKM di Kabupaten Semarang). ketsa Bisnis, 8, 3–3.

- Yuppy Triwidatin, & Yoyok Priyo Hutomo. (2022a). alisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha n Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di camatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Jurnal Multidisiplin dani*, 2(10), 3
- Yuppy Triwidatin, & Yoyok Priyo Hutomo. (2022b). alisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di camatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Jurnal Multidisiplin dani*, 2(10), 3826–3832.