BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang permasalahan

Perkembangan bisnis di bidang industri kreatif terkhusus pada usaha *bouquet* bunga selalu mengalami perubahan yang sangat pesat. Banyak toko-toko *bouquet* bunga yang mulai terlihat menawarkan beragam jenis rangkaian bunga yang di desain untuk terlihat semenarik mungkin. Hal tersebut menjadikan peluang usaha *bouquet* bunga cukup menjanjikan apabila dikelola secara konsisten dan terampil, hal tersebut juga dapat menjadi acuan dalam keberhasilan sebuah usaha. Menurut (Firdaus, Mulyono, 2023) Menjalankan suatu usaha adalah pelaksanaan suatu tindakan pada waktu tertentu atau dalam parameter tertentu. Menurut (Zulfikar, 2018), keberhasilan usaha juga dapat tercapai jika kinerja pemasaran promosi berskala besar dibarengi dengan target pasar yang jelas. Dengan cara ini, kesuksesan komersial dapat dicapai menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan.

Rumah Buket & Balon merupakan sebuah usaha yang berdiri sejak tahun 2016 dengan 3 orang karyawan tetap yang bekerja disana Usaha yang dikelola oleh ibu Kemala Sari ini menjual beberapa macam buket bunga dengan harga yang berkisar mulai dari Rp.5,000-Rp.250,000 dengan pendapatan kotor perbulannya berkisar antara Rp.10,000,000-Rp.15,000,000. berdasarkan dari wawancara yang peneliti lakukan bersama pemilik usaha diketahui bahwa usaha tersebut tengah mengalami permasalahan dalam hal penjualan yang menurun sehingga mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan, usaha Rumah Buket & Balon yang dikelola oleh ibu Kemala Sari cenderung mengalami penurunan

penjualan dari 1 tahun terakhir yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Data Penjualan & Pendapatan Rumah Buket & Balon 1 Tahun Terakhir

NO	Bulan	Target Penjualan	Penjualan	Pendapatan
1	Januari	500 Pcs	300 Pcs	Rp.13,500,000.
2	Februari	500 Pcs	250 Pcs	Rp.13,000,000.
3	Maret	500 Pcs	250 Pcs	Rp.12,000,000.
4	April	500 Pcs	230 Pcs	Rp.12,300,000.
5	Mei	500 Pcs	225 Pcs	Rp.11,500,000.
6	Juni	500 Pcs	225 Pcs	Rp.10,500,000.
7	Juli	500 Pcs	220 Pcs	Rp.10,300,000.
8	Agustus	500 Pcs	210 Pcs	Rp.10,000,000.
9	September	500 Pcs	180 Pcs	Rp.9,500,000.
10	Oktober	500 Pcs	150 Pcs	Rp.8,300,000.
11	November	500 Pcs	135 Pcs	Rp.7,500,000.
12	Desember	500 Pcs	90 Pcs	Rp.6,000,000.

Dari pengamatan yang peneliti lakukan terdapat beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab penurunan penjualan pada usaha bouquet tersebut, salah satunya adalah Rumah Buket & Balon belum memaksimalkan promosi yang mereka lakukan, berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan upaya promosi yang dilakukan Rumah Buket & Balon di media sosial *Instagram* masih belum maksimal hal tersebut dapat dilihat dari tidak adanya *terstimoni* yang diposting pada *instastory instagram*, jarangnya Rumah Buket & Balon dalam memposting gambar atau video-video produk *bouquet* baik pada *feed instagram* maupun pada *instastory* instagram, selain itu Rumah Buket & Balon juga tidak memanfaatkan fitur iklan berbayar yang disediakan *instagram* yakni *instagram Ads* yang bertujuan agar gambar dan video yang diunggah dapat dilihat oleh para

pengguna *instagram* meskipun tidak saling mengikuti sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Hal inilah yang diduga menjadi salah satu penyebab turunya penjualan yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan usaha Rumah Buket & Balon. Melihat kondisi tersebut, usaha Rumah Buket & Balon sudah semestinya dapat lebih memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai sarana promosi agar produk yang ditawarkan dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan data statistika 2022 dapat kita ketahui bahwa penggunaan media sosial seperti *Instagram* sangatlah penting pengaruhnya untuk keberhasilan usaha (Vania, 2022). Namun sayangnya Rumah Buket & Balon masih belum memanfaatkan media sosial *instagram* dengan maksimal untuk melakukan promosi terhadap produk mereka. Cara konvensional seperti promosi melalui Mouth-to-mouth masih menjadi cara utama Rumah Buket & Balon dalam mempromosikan produk-produk mereka sehingga menyebabkan terbatasnya jangkauan pasar Rumah Buket & Balon, hal ini menjadi salah satu alasan usaha Rumah Buket & Balon sulit untuk berkembang secara maksimal dalam mencapai target pendapatan usahanya. berdasarkan penelitian dari Pusat Studi Kebijakan di Indonesia melaporkan bahwa meskipun banyak perusahaan yang belum bergerak secara digital, terdapat pengetahuan dan pengalaman mengenai cara menangani media sosial., Hal tersebut menyebabkan ketertinggalan suatu usaha dalam mengikuti kemajuan zaman yang semakin pesat sehingga menghambat perkembangan usaha yang memiliki potensi besar untuk terus dapat lebih dikembangkan (Elisabeth, 2022).

Pada penelitian yang dilakukan (Hariyanto dan Ie, 2023) menggaris bawahi

pentingnya kreativitas, pengetahuan bisnis, dan media sosial terhadap pertumbuhan UMKM. Media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, menurut Han. Penelitian dengan judul "Dampak Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan UKM Kuliner di Jakarta Utara" dilakukan di Jakarta pada tahun 2023 oleh Wijaya dan Handoyo. Artinya jejaring sosial mempunyai pengaruh yang jelas dan negatif terhadap kesuksesan bisnis.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan adanya perbedaan hasil antara pengaruh media sosial terhadap keberhasilan konsumen.

Selain pemanfaatan media sosial *instagram*, kreativitas yang dimiliki Rumah Buket & Balon masih sangat dasar, produk yang dihasilkan oleh Rumah Buket & Balon tidak memiliki keunikan khusus yang menjadi ciri khas tersendiri dari produk *bouquet* serta variasi produk yang masih sedikit, produk *bouquet* yang dihasilkan oleh Rumah Buket & Balon juga sudah banyak dijumpai di pasaran hal tersebut sejalan dengan survei awal yang peneliti lakukan terhadap jenis *bouquet* & balon yang ternyata seragam dengan produk *bouquet* toko yang lain, hal tersebut juga diduga menjadi salah satu penyebab turunya penjualan yang menyebabkan tidak tercapainya target penjualan usaha Rumah Buket & Balon. Kreativitas merupakan kemampuan menciptakan yang memiliki nilai lebih tinggi dalam membuat ataupun mengeluarkan produk baru. Sebagai nilai tambah yang baru, lebih baik, lebih benar, lebih efisien dan efektif, dapat diartikan. Pengetahuan yang diperoleh melalui kajian berbagai aspek merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan kreativitas. Mentransformasi pengetahuan menjadi ide-ide kreatif yang memunculkan inovasi baru dapat menjadi salah satu

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY

faktor kesuksesan bisnis. Seseorang yang memiliki kreativitas juga dapat menjadi pendukung aset bisnis di era digital saat ini.

Dalam penelitian yang dilakukan (Hariyanto dan Ie, 2023) berjudul "Dampak Media Sosial, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan UMKM" Temuan menunjukkan bahwa kreativitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa Patumbak, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang, merupakan kesimpulan penelitian yang dilakukan oleh Suryani dan Harahap (2022). Kreativitas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberhasilan perusahaan. Kreativitas perusahaan akan semakin meningkat seiring pentingnya pengaruh yang signifikan menjadi lebih baik.

Pada kedua penelitian yang dilakukan di lokasi yang berbeda tersebut terdapat hasil yang sama, yakni Variabel kreativitas mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keberhasilan UMKM.

Selain itu Rumah Buket & Balon memiliki toko yang berdiri tepat di pinggir jalan raya yang berada di Jl. Willem Iskandar, Kec. Medan Tembung, Kota Medan. meskipun demikian toko Rumah Buket & Balon sulit untuk ditemukan karena jauh dari jangkauan mata, hal tersebut dikarenakan lokasi toko Rumah Buket & Balon yang berada di dalam gang dengan posisi toko yang lebih condong dari bangunan-bangunan disebelahnya. Lokasi juga menjadi salah satu unsur yang harus diperhatikan dalam memulai suatu usaha, dan tingkat kesulitan dalam mendirikan suatu usaha juga merupakan salah satu unsur penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Dapat juga diartikan sebagai tempat

penyajian barang, sehingga konsumen dapat melihat langsung barang yang diproduksi atau dijual baik dari segi jenis, jumlah dan harganya (Cashmere, 2016). Tempat usaha merupakan tempat dimana konsumen dilayani. Oleh karena itu dalam perencanaan hendaknya menentukan letak lokasi perusahaan, karena hal ini mempengaruhi kegiatan usaha yang akan dijalankan nantinya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fu'ad, 2015) dengan judul Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil di Komplek Shopping Centre Jepara. Penelitian ini penting karena Anda telah berusaha menentukan suatu bidang di mana Anda belum berhasil melakukannya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian Yansyah et al. (2023) yang berjudul "Pengaruh Lokasi Usaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Penjahit Pakaian di Kecamatan Baturaja Timur." memeriksa hubungan antara kedua faktor ini. Tidak mudah mencari cara untuk mencapai peternakan di luar Baturaja.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan adanya perbedaan hasil antara pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan konsumen.

Berdasarkan Latar belakang dan fenomena yang diuraikan di atas didasarkan pada temuan makalah penelitian yang berjudul "**Pengaruh Media Sosial *Instagram,* Kreativitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.**"

1.2 Identifikasi Masalahnya

Berdasarkan penjelasan masalah di latar belakang, maka identifikasi masalah yangberkaitan pada judul penelitian ini yakni:

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY

1. Apakah terdapat pengaruh media sosial *instagram* terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan MedanTembung.
2. Apakah terdapat pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan MedanTembung.
3. Apakah terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan MedanTembung.

1.3 Batasan Masalah

Sehubungan dengan permasalahan mendasar terkait faktor promosi di media sosial di *instagram*, kreativitas dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini memiliki batasan apakah terdapat pengaruh media sosial *instagram* terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.
2. Penelitian ini memiliki batasan apakah terdapat pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.
3. Penelitian ini memiliki batasan apakah terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.
4. Penelitian ini memiliki batasan apakah terdapat pengaruh media sosial *instagram*, kreativitas dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini didasarkan pada latar belakang di atas:

1. Bagaimana pengaruh media sosial *instagram* terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung?
3. Bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung?
4. Bagaimana pengaruh media sosial *instagram*, kreativitas dan lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini didasarkan pada pertanyaan penelitian yang dirumuskan di atas:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial pada keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas pada keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi usaha terhadap keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.
4. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media

sosial, kreativitas dan lokasi usaha keberhasilan usaha Rumah Buket & Balon di Kecamatan Medan Tembung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang sebagian diantaranya dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Manfaat penelitian ini meliputi:

1.6.1 Manfaat Teoritis

a. Bagi peneliti, Penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengolah materi yang dipelajari selama masa pra perkuliahan, yang pada akhirnya dapat diterapkan secara efektif di tempat kerja. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memenuhi persyaratan proyek batu penjuru mata kuliah tersebut dan membantu dalam menguji penerapan teori di lapangan.
b. Bagi pembaca, Pembaca diharapkan mendapatkan wawasan baru dari penelitian ini mengenai pentingnya media sosial *instagram*, kreativitas, dan lokasi terhadap keberhasilan usaha.

1.6.2 Manfaat Praktis

a. Penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi mahasiswa program studi kewirausahaan dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai topik faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan bisnis, dengan fokus pada isu seputar media sosial, kreativitas, dan bisnis.
b. Pelaku usaha dapat menggunakannya sebagai informasi tentang bagaimana pengaruh Instagram, media sosial, kreativitas, dan standar bisnis terhadap pertumbuhan bisnisnya.

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY

c. Temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi siswa sebagai sumber pengetahuan lebih lanjut, memberikan informasi referensi yang sangat berharga, dan menumbuhkan pemahaman yang lebih dalam tentang topik terkait.

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY