



Urgensi Media Sosial Dan Keterampilan Kewirausahaan Menuju Keberhasilan

Fauzan Azhima Sirait¹, Nur Dahyanti², Sylvi Marsella Diastami³, Suwandi⁴

¹⁻⁴ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : pojanajima729@gmail.com, ynurda62@gmail.com

silvimarsela@gmail.com

***Abstract** This research aims to be able to describe and find out about the urgency of social media and entrepreneurial skills towards success. Social media is very influential on entrepreneurial success, especially in the increasingly developing and advance digital era. Entrepreneurs themselves have the meaning of people who change the value of resources, labor, materials and other production factors to be greater than before and also people who make changes, innovate and use new methods. Skills are also really needed in carrying out entrepreneurial activities, because if an entrepreneurial does not have skills that are able to develop rapidly. Therefore, social media and skills have a big influence in entrepreneurship.*

***Keywords:** Social Media, Skills, Entrepreneur*

Abstrak Penelitian ini bertujuan agar dapat mendeskripsikan serta mengetahui mengenai urgensi media sosial dan keterampilan kewirausahaan menuju keberhasilan. Media sosial sangatlah berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan apalagi di era digital yang semakin berkembang dan maju. Wirausahawan sendiri memiliki arti sebagai orang yang mengubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi, dan cara-cara baru. Keterampilan juga sangatlah dibutuhkan dalam melakukan kegiatan wirausahaan, karena jika seorang wirausahaan tidak memiliki keterampilan-keterampilan yang mampu menarik para pelanggan, maka usaha yang sedang ditekuninya tidak akan bisa berkembang pesat. Oleh karena itu, media sosial dan keterampilan memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan dalam berwirausaha.

Kata Kunci: Media Sosial, Keterampilan, Kewirausahaan

PENDAHULUAN

Media sosial sangatlah berperan dalam mempengaruhi keberhasilan pada setiap kewirausahaan. Pada era digital, media sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content” (Kaplan & Haenlein, 2010). Ada beberapa media sosial yang dapat digunakan sebagai media dalam berwirausahaan pada saat ini antara lain Whatsapp, Intragam, Facebook, Shoppe, Tik Tok Shop, Lazada, Toko Pedia dan lain-lain. Seseorang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial.

Faktor yang mempengaruhi keberhasilan kewirausahaan menurut Alma (2011) adalah Percaya Diri, Inisiatif, Memiliki Motif Berprestasi, Memiliki Jiwa Pemimpin, Berani, Orisinalitas. Sedangkan menurut Suryana (2011) keberhasilan usaha dapat diukur melalui

Received Juli 30, 2023; Revised Agustus 30, 2023; Accepted November 13, 2023

* Fauzan Azhima Sirait, pojanajima729@gmail.com

tingkat pendapatan, bertambahnya produktivitas usaha, dan punya citra yang baik dimata pelanggan. Adapun pendapat menurut peneliti terdahulu Keterampilan atau personal *entrepreneur skill* merupakan pengaruh yang besar dalam berwirausaha terhadap pertumbuhan usaha kecil yang berkelanjutan (Muhyi, 2012). Sedangkan menurut Kenneth (2013) keterampilan wirausaha akan berhasil dengan memiliki keterampilan dalam perencanaan dan penganggaran dalam menyusun strategi bisnis bidang pemasaran untuk menyediakan produk yang menarik dan inovatif, bertindak cepat mendeteksi perubahan lingkungan, menilai masalah penuaan sebagai cara mempertahankan hubungan dengan pelanggan, fokus pada kualitas produk sehingga dapat meraih pangsa pasar dan menarik serta mempertahankan karyawan yang kompeten. Selanjutnya adalah salah satu faktor lain yang menyebabkan terjadinya kewirausahaan. Usaha dalam mengelola usaha kecil berpengaruh terhadap keberhasilan kewirausahaan skala kecil dan menengah. Karena, pengalaman ini bisa diperoleh dari pola asuhan orang tua yang berprofesi wirausaha, pengalaman mengelola usaha skala kecil sebelumnya, atau terlibat dalam kegiatan-kegiatan berwirausaha baik secara tidak langsung atau secara langsung.

Frekuensi media sosial seperti Shoppe, Tik Tok Shop, Lazada, Toko Pedia, bahkan FaceBook sangat tinggi dibandingkan dengan media sosial lainnya dan juga telah banyak digunakan oleh setiap individu . hal itu berguna untuk meraih popularitas dan mengajak para konsumen baru agar memiliki minat dalam pembelian barang yang diperjual belikan oleh para wirausahaan. Media sosial merupakan wadah untuk berkumpulnya sejumlah besar individu. Jaringan media sosial pada saat ini memiliki peran penting dalam pusat informasi dan sarana penyebaran informasi untuk membangun hubungan antara produsen dengan konsumen.

Kita dapat melihat dari hasil lapangan bahwasannya setiap wirausahawan yang menggunakan teknologi media sosial terbaru lebih efektif dari pada seorang wirausahawan yang tidak menggunakan media sosial. Semakin berkembangnya penggunaan internet dan tingginya kebutuhan untuk berinteraksi menjadikan social networking atau media sosial menjadi sesuatu yang tidak tertolak terutama bagi semua kalangan khususnya generasi muda. Mempromosikan barang tidak hanya dengan satu media saja. Untuk menarik konsumen perusahaan harus mempunyai beberapa cara untuk menarik perhatian konsumen. Pada zaman ini, konsumen lebih banyak yang menikmati berbagai produk dari media sosial. Perusahaan pada umumnya harus lebih mengetahui keinginan konsumen pada saat ini. Perusahaan harus lebih mengembangkan media untuk promosi sesuai dengan perkembangan zaman. Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang seberapa urgensi media sosial dan keterampilan dalam berwirausaha untuk menuju keberhasilan dalam berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Penulisan ini adalah jenis penulisan artikel yang dibuat sebagai pemenuhan tugas dari mata kuliah Kewirausahaan, penulisan artikel ini menggunakan *library research*, yaitu teknik penulisan yang pengumpulan datanya berdasarkan literatur melalui artikel, jurnal *online*, buku dan dari hasil analisis dilapangan, yang harus dilakukan untuk penulisan ini adalah dengan mengumpulkan sumber-sumber yang berkaitan dengan urgensi media sosial dan keterampilan dalam berwirausaha untuk menuju keberhasilan dalam berwirausaha. Pada metode penelitian ini juga menggunakan *system literature review* (SLR), yaitu sebuah metode penelitian yang digunakan dengan cara meriview dan merangkum hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menyajikan fakta yang lebih komplit (Siswanto, 2021).

KAJIAN TEORI

Jumlah populasi negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang, sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018). Para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran.

Dalam komunikasi pemasaran terdapat bauran pemasaran, salah satunya adalah promosi. Alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang dipasarkan semakin dikenal banyak orang. Setelah produk banyak dikenal orang, maka hasil penjualan juga meningkat. Hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif adalah suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi.

Pengimplementasian media sosial pada Kewirausahaan memberikan manfaat di antaranya sebagai galeri produk, mendata kebutuhan supplier, mendata kebutuhan distributor, survey target konsumen, dan memantau konsumen. Di samping itu media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi, membantu pengambilan keputusan, memberikan respon pada konsumen, mendata kebutuhan konsumen, sebagai media pemasaran dan iklan, dan sebagai saran kontak personal dengan konsumen.

Banyaknya manfaat penggunaan media sosial dalam mengembangkan usaha merupakan salah satu faktor pendorong yang kuat bagi keberhasilan dalam berwirausaha, untuk terus memanfaatkan media sosial dalam rangka mengembangkan usahanya, meningkatkan penjualan produk, melakukan komunikasi dengan konsumen, serta mengembangkan jaringan pasar yang lebih luas lagi.

Sosial media merupakan salah satu media yang mempermudah komunikasi interaktif antara pengusaha dengan siapapun, termasuk konsumen, dan berbagai pihak yang berkepentingan, kapanpun dan berada dimanapun. Sosial media sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen di manapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merk suatu produk (Merril T,dkk, 2011)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari Theory Reasoned Action (TRA). Menurut TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (2005) bahwa faktor penentu utama minat yaitu keyakinan perilaku, keyakinan normatif, dan keyakinan kontrol. Keyakinan seseorang dapat dipengaruhi oleh banyak variabel, diantaranya yaitu: usia, jenis kelamin, budaya, status sosial ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, emosi, sikap, nilai kecerdasan, pengalaman dimasa lalu, dan paparan informasi. Faktor latar belakang tersebut dibagi kedalam tiga kategori yaitu: 1) faktor pribadi yang terdiri atas sikap, nilai, ciri – ciri kepribadian, emosi, dan kecerdasan; 2) faktor sosial yang terdiri dari atas usia, jenis kelamin, budaya, pendidikan, agama; 3) faktor informasi yang terdiri atas pengalaman, pengetahuan, dan paparan informasi. Seluruh faktor tersebut dapat mempengaruhi pendidikan kewirausahaan, self efficacy, dan media sosial yang dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel yang dapat dapat mempengaruhi minat wira usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Media Sosial

Menurut Antony Mayfield (2008) yang memberikan gagasannya berupa definisi media sosial dimana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaanya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).

Sejalan dengan itu Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568) berpendapat bahwa media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Lalu di peretegas oleh Henderi, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graba (2007: 3), Menurut Henderi, dkk, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik

dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem.

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.

1. *Social Networking*

Social networking merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaannya membentuk jaringan pertemanan baru. Dalam banyak kasus, terbentuknya jaringan pertemanan baru ini berdasarkan pada ketertarikan dengan hal yang sama, seperti kesamaan hobi. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.

2. *Blog*

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.

3. *Microbloggin*

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.

4. *Media Sharing*

Media sosial ini memungkinkan penggunaannya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara *online*. Contoh dari mediasosial ini yaitu Youtube, *Flickr*, *Photobucket*, atau *Snapfish*.

5. *Social Bookmarking*

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online. Situs social bookmarking yang populer yaitu Delicious.com, StumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, di Indonesia sendiri yaitu LintasMe.

6. *Wiki*

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.

Pengertian Kewirausahaan dan Keterampilan dalam Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah proses dinamik untuk menciptakan tambahan kemakmuran. Tambahan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang menanggung resiko, menghabiskan waktu, dan menyediakan berbagai produk dan jasa (Alma, 2011). Dan menurut penelitian terdahulu yang dilakukan Megantoro (2015) kewirausahaan merupakan kelompok usaha yang paling dapat bertahan ketika krisis ekonomi melanda negeri ini.

Pengertian kewirausahaan relatif berbeda-beda antar para ahli/sumber acuan dengan titik berat perhatian atau penekanan yang berbeda-beda, di antaranya adalah penciptaan organisasi baru (Gartner, 1988), menjalankan kombinasi (kegiatan) yang baru (Schumpeter, 1934), eksplorasi berbagai peluang (Kirzner, 1973), menghadapi ketidakpastian (Knight, 1921), dan mendapatkan secara bersama faktor-faktor produksi (Say, 1803). Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Frank Knight (1921)

Kewirausahaan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar. Seorang wirausahawan diisyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

2. Jean Baptista Say (1816)

Seorang kewirausahaan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menentukan nilai dari produksinya.

3. Joseph Schumpeter (1934)

Kewirausahaan adalah seorang innovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk (1) memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, (2) memperkenalkan metoda produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (new market), (4) memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.

4. Israel Kirzner (1979)

Kewirausahaan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar.

kesimpulan yang bisa ditarik dari berbagai kesimpulan tersebut adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahan dan atau

kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif.

Wirausahawan adalah orang yang mengubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi, dan cara-cara baru. Selain itu, seorang wirausahawan menjalankan peranan manajerial dalam kegiatannya, tetapi manajemen rutin pada operasi yang sedang berjalan tidak digolongkan sebagai kewirausahaan. Seorang individu mungkin menunjukkan fungsi kewirausahaan ketika membentuk sebuah organisasi, tetapi selanjutnya menjalankan fungsi manajerial tanpa menjalankan fungsi kewirausahaannya. Jadi kewirausahaan bisa bersifat sementara atau kondisional.

Keterampilan dalam Kewirausahaan

Gibb dalam Fitriati dan Hermiati (2010) menyatakan bahwa proses kewirausahaan meliputi perilaku, keterampilan dan atribut yang dimiliki seseorang dalam kewirausahaan. Dalam mengembangkan perilaku kewirausahaan, diperlukan proses yang mencakup identifikasi sifat-sifat yang berhubungan dengan kewirausahaan. Baik dalam bentuk keterampilan dan atribut yang melekat dalam kewirausahaan. Pengertian berbeda juga dinyatakan oleh Muhyi (2012), menurutnya keterampilan adalah salah satu ciri khas berwirausaha dan menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan berwirausaha pada usaha kecil dan menengah. Suryana (2011) keterampilan wirausaha adalah keberhasilan seseorang wirausaha dalam mengimplementasikan kompetensi yang di milikinya dengan baik secara ilmu pengetahuan yang di implementasikan secara tepat dan kualitas individu melaksanakan kegiatan berwirausaha. Menurut Kenneth (2013) keberhasilan usaha dapat tercipta apabila pelaku usaha mempunyai keterampilan individual lebih. Seperti, keterampilan manajerial dan keterampilan dalam mempertahankan kualitas produk yang di produksi.

Dari pengertian yang sudah di paparkan oleh para ahli, dapat ditarik kesimpulannya bahwa keterampilan wirausaha bisa dimiliki oleh seseorang yang berniat menjadi pelaku usaha. Tidak hanya sekedar niat belaka, pelaku usaha juga dituntut untuk mempunyai ide kreatif dan berinovasi terhadap keterampilan individu yang di miliki. Keterampilan wirausaha dapat menjadi faktor pendorong pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, citra baik yang didapatkan dari pelanggan, dan tingkat pendapatan pasti meningkat jika pelaku usaha terampil menuangkan segala keterampilan yang dimiliki serta ilmu pengetahuan yang bisa memicu berkembangnya keterampilan wirausaha. Secara tidak sadar pelaku usaha dapat menjadi berkembang keterampilannya karena berkecimpung langsung dalam kegiatan-kegiatan berwirausaha. Hal itu menjadikan kebiasaan yang baik dan menjadikan pelaku usaha

peka terhadap perubahan di lingkungan usaha baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal.

Keterampilan memiliki beragam indikator untuk kepentingan pelaku wirausaha agar bisa tetap menjaga konsistensi keterampilan hingga kreatifitas juga lebih berkembang baik. Berikut ini adalah indikator keterampilan menurut Chang dan Rieple (2013) dan Kenneth (2013) yaitu, *technical skill, management skills, entrepreneurship skills, personal maturity skills*, Fokus dalam Kualitas Produk, dan Peka terhadap Lingkungan Internal atau Eksternal.

Macam-macam Keterampilan Kewirausahaan Menuju Keberhasilan

Semua orang yang berbisnis pasti takut merugi. Namun bagaimana kita bisa tahu sukses atau tidak dalam berbisnis jika tidak pernah mencobanya? Untung atau rugi, maju atau tidaknya sebuah bisnis tergantung sepenuhnya kepada orang yang menjalankan. Tidak ada yang instan di dunia ini karena segalanya butuh proses, perjuangan dan pengorbanan.

Ketika memutuskan untuk menjadi entrepreneur, Anda harus mempersiapkan segalanya, bukan hanya modal niat dan nekad. Seorang pengusaha harus mampu mencari peluang yang tepat untuk bisnis dan mengembangkannya dengan baik. Dalam kondisi itu dibutuhkan beragam kemampuan penunjang supaya bisa menghasilkan sesuatu yang maksimal.

Menjalani dan mengembangkan sebuah bisnis membutuhkan sejumlah keterampilan yang perlu dimiliki agar Anda bisa sukses. Oleh sebab itu, sangat penting untuk mengetahui dan mengidentifikasi keterampilan yang diperlukan agar operasi bisnis bisa berkembang dan berhasil. 12 keterampilan wirausaha untuk mengembangkan bisnis menuju keberhasilan:

1. Manajemen Keuangan

Kemampuan mengelola keuangan secara efektif merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh seorang pengusaha dalam mengembangkan bisnis. Sebagai seorang wirausahawan, Anda harus bisa memperkirakan arus kas dan penjualan serta mengawasi laporan laba rugi perusahaan.

2. Memasarkan dan Menjual Produk

Agar bisnis dapat berjalan dengan baik, mempromosikan produk dan layanan perlu dilakukan secara efektif. Anda harus bisa menyediakan layanan pelanggan yang baik juga memiliki strategi pemasaran yang bisa membantu menghasilkan penjualan dan mengembangkan bisnis.

3. Kemampuan Berkomunikasi dan Negosiasi

Dalam mengembangkan bisnis komunikasi yang baik dan negosiasi perlu Anda lakukan dengan para pemasok, calon investor, para pelanggan, dan karyawan. Tidak hanya secara lisan, komunikasi tertulis juga sangat membantu Anda untuk membangun hubungan kerja yang baik.

4. Kepemimpinan

Menjadi seorang pengusaha mengharuskan Anda untuk mempekerjakan orang lain dan itu artinya Anda perlu memiliki kemampuan kepemimpinan sebagai modal utama untuk mengembangkan bisnis.

5. Delegasi Tugas dan Manajemen Waktu

Banyak para pemimpin bisnis jatuh karena mereka terjebak dan tidak mau mendelegasikan setiap tugas kepada para anggota tim yang dimiliki. Kemampuan mengelola waktu secara efektif artinya Anda perlu mendelegasikan tanggung jawab kepada orang lain yang ada di dalam bisnis. Delegasi yang diberikan kepada karyawan memungkinkan Anda untuk bisa berkonsentrasi pada tugas lain yang penting dan menghasilkan pendapatan terutama untuk mengembangkan bisnis.

6. Kemampuan Menyelesaikan Masalah

Apapun bentuk bisnis atau usaha yang dijalankan pasti Anda akan menghadapi masalah dalam bisnis yang sedang dijalankan. Itu artinya untuk mengembangkan bisnis Anda perlu membuat keputusan dengan baik dan harus siap dengan berbagai masalah yang datang menghampiri.

7. Jaringan Bisnis yang Luas

Kemampuan membangun hubungan yang baik melalui jaringan bisa membantu untuk mengembangkan bisnis dan mendapatkan dukungan yang suatu saat diperlukan.

8. Mampu Mengidentifikasi Kekuatan dan Kelemahan

Sebagai seorang pemilik bisnis untuk dapat mengembangkan bisnis, Anda harus mengakui bahwa tidak ada orang yang sempurna dan pasti memiliki kekurangan. Oleh sebab itu, harus memahami dengan baik letak kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk mengembangkan bisnis.

9. Mampu Merekrut Orang yang Tepat

Merekrut orang yang tepat merupakan hal yang sangat penting untuk membantu Anda mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Dengan demikian, untuk mengembangkan bisnis keterampilan merekrut karyawan merupakan hal yang perlu dimiliki setiap pengusaha.

10. Kemampuan Melatih Karyawan Baru

Saat merekrut seorang karyawan baru, maka harus memastikan bahwa mereka mengetahui apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan. Hal ini akan sangat membantu

dalam mengembangkan bisnis. Dan perusahaan bisa bergerak ke arah yang benar dan meningkatkan komitmen karyawan baru untuk tidak melakukan hal yang melanggar peraturan.

11. Keterampilan Mengelola Karyawan

Jika sudah mendapatkan karyawan yang tepat, maka langkah selanjutnya untuk mengembangkan bisnis adalah mengelola mereka yang ada di dalam perusahaan dengan baik dan benar. bisa meluangkan waktu untuk mempelajari cara memotivasi dan mengembangkan karyawan dengan baik agar membantu dalam mengembangkan bisnis.

12. Kemampuan untuk Fokus Dengan Pelanggan

Tanpa ada pelanggan yang menggunakan produk atau layanan, tidak akan bisa menjalankan bisnis dengan baik dan berkelanjutan. Oleh karena itu, untuk mengembangkan bisnis harus memastikan bahwa setiap penawaran, produk, dan layanan yang diberikan berfokus pada kebutuhan pelanggan.

Dalam memulai dan mengembangkan bisnis yang sukses, ada risiko yang harus diambil. Oleh karena itu, seorang wirausaha harus memiliki keterampilan yang sangat spesifik untuk menjadi sukses.

Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial dalam Mendukung Keberhasilan Terhadap Kewirausahaan

Dunia bisnis kini gencar meluaskan target pasarnya melalui media sosial. Sebut saja Instagram, Facebook, dan TikTok yang semakin mengedepankan fiturnya untuk memudahkan para pengusaha dalam berbisnis. Sebelumnya telah dijelaskan manfaat social media marketing (SMM) dalam pemasaran digital, kali ini artikel ini akan fokus pada kelebihan dan kekurangan media sosial Instagram, Facebook, dan TikTok untuk pemasaran online yang tentunya berfaedah bagi para pebisnis.

Salah satu efektivitas pasti dari adanya SMM yakni kemampuan menjangkau konsumen. Tak hanya menjangkau konsumen lokal, melainkan juga konsumen mancanegara. Hal lain yang pasti menjadi daya lebih dari SMM adalah kemampuannya untuk menghemat biaya pengeluaran dibandingkan bisnis konvensional. Namun, secanggih-canggihnya platform online tentu memiliki kekurangan.

Di era modern ini tidak sedikit orang yang aktif dalam menggunakan social media diberbagai kalangan. Social media juga merupakan salah satu pendukung penyebarang informasi yang paling cepat dan tidka jarang orang-orang menggunakan social media sebagai salah satu sarana untuk memasarkan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Namun dalam penggunaan social media marketing tentu ada kelebihan dan kekurangan yang didapatkan. Media sosial dapat membantu Anda terlibat dengan pelanggan dan mencari tahu apa yang

dikatakan orang tentang bisnis Anda. Anda juga dapat menggunakan media sosial untuk iklan, hadiah promosi, dan aplikasi seluler.

Kelebihan Media Sosial:

1. Jangkauan Luas

Sebagai pengguna aktif sosial media, pasti kerap mendengar istilah “*worldwide shipping*” atau penjualan internasional. Salah satu kelebihan SMM yakni memudahkan penjualan antar negara yang berimbas pada meluasnya jangkauan pasar.

2. Menghemat Budget

Dibandingkan toko fisik yang perlu membayar uang sewa, berjualan melalui sosial media sudah pasti lebih menghemat pengeluaran sekaligus menghemat ruang. Bahkan kini produk dapat langsung diiklankan melalui sosial media yang pastinya anti ribet.

3. Meningkatkan *Brand Awareness*

Poin ini sejalan dengan gencarnya pemasangan iklan digital juga bagaimana strategi pemasaran yang diberlakukan sehingga menaikkan trafik penjualan dan brand Anda akan dikenal.

4. Siasat Analisis Pasar

Keuntungan terakhir dari SMM yakni sebagai sarana analisis pasar. Kecanggihan media sosial kini telah mencapai titik dimana mampu mengetahui umur user suatu sosmed. Keberhasilan analisis pasar ini akan memudahkan pebisnis untuk menarik target pasar bertransaksi.

Kekurangan Media Sosial:

1. *Lack of Trust*

Meski mayoritas SMM ditunjang dengan *message* atau chat yang memudahkan interaksi antara pebisnis dan konsumen, nyatanya marak didapati bisnis bodong. Begitupun sebaliknya, kerap terjadi transaksi palsu yang dilakukan penipu kepada pebisnis. Kembali lagi, *lack of trust* ini dapat ditumpas dengan meningkatkan nama brand.

2. Persaingan Ketat

Persaingan sosial media satu dengan lainnya pun mengetat. Oleh sebab itu, banyak pebisnis yang menggunakan lebih dari satu medsos bahkan membuat akun tambahan untuk masing-masing produk yang dijual. Tak jarang pebisnis kewalahan akan hal tersebut, karenanya disarankan untuk menyewa jasa *marketing agency* untuk memudahkan kontrol bisnis.

3. Ekspektasi Produk

Walaupun telah mencantumkan deskripsi produk serta foto *catalog* asli saat mengunggahnya ke laman sosmed, belum tentu memenuhi ekspektasi konsumen terhadap produk. Sebab konsumen tidak dapat melihat kualitas produk secara langsung dan minimnya pengetahuan bahan baku yang digunakan menjadi pencetus adanya kekecewaan ekspektasi produk.

4. Citra Bisnis Dipertaruhkan

Oleh karena ekspektasi produk yang tidak sesuai, citra atau reputasi bisnis menjadi taruhannya. Pebisnis yang ramah dan bertanggung jawab umumnya menerima segala kritik dan saran serta menawarkan pengajuan retur pembelian.

Dengan melihat kelebihan dan kekurangan dari bisnis online di media sosial diatas. Pastiya bagi kalian yang ingin memulai bisnis online melalui media sosial harus tau benar ya kelebihan dan kekurangannya. Apa pun risikonya, memiliki strategi media sosial dan mempersiapkan kebijakan serta prosedur Anda dengan cermat sebelumnya dapat membantu Anda mengelolanya.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial sangat berperan penting dalam kewirausahaan karena dapat memberikan kemajuan terhadap usaha yang dilakukan oleh setiap para pelaku wirausahaan. . Keterampilan pada seorang wirausaha juga dapat menjadi faktor pendorong pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, citra baik yang didapatkan dari pelanggan, dan tingkat pendapatan pasti meningkat jika pelaku usaha terampil dalam menuangkan dan menerapkan segala keterampilan yang dimiliki serta ilmu pengetahuan yang bisa memicu berkembangnya keterampilan dala berwirausaha.

Seorang wirausaha dapat berkembang lebih maju ketika menggunakan media sosial ketimbang seorang wirausahawan yang memperjual-belikan barang usahanya yang dilakukan secara langsung, tanpa adanya penggunaan teknologi canggih, apalagi di era sekarang yang semakin canggih dalam segala macam teknologi. Dapat kita lihat secara langsung dari pedagang-pedagang sekarang yang lebih banyak memperjual-belikan barangnya ke dalam berbagai media sosial seperti; shoppe, lazada, toko pedia dan aplikasi lainnya. Dari aplikasi tersebut mereka lebih bisa membuat para konsumen tertarik dan berminat pada barang dagangannya dengan memberikan photo gambar yang menarik, desain yang unik, harga yang dikatakan lebih terjangkau dibandingkan barang yang dijual secara langsung, dan faktor-faktor lainnya.

Para konsumen menilai bahwasannya, mereka lebih untung membeli barang dagang secara online, karena harga yang digunakan para wirausahawan sama halnya dengan membeli secara langsung tanpa mereka keluar untuk mencari barang yang diinginkan. Kelebihan pada media sosial itu sendiri mencakup jangkauan yang luas, menghemat budget dan waktu, meningkatkan *brand* pada barang serta siasat analisis pasar. Oleh karena itulah, banyak para wirausahawan yang lebih memilih berdagang di media sosial dibandingkan berdagang secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Sunan Purwa, Dkk. 2018. Keterampilan wirausaha untuk keberhasilan usaha. *Journal of Business Management Education*. 3(3).
- Anggraeni, L. (n.d.). Retrieved September 7, 2018, from <http://teknologi.metrotvnews.com/newsteknologi/0k8L1edk-130-jutapendudukindonesia-sudah-pakaimedsos>
- Hadi, Widiyanto, dkk. (2016). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM). *Jurnal EKA CIDA*. 1(1)
- Herdiyani Sankist, Dkk. 2022. Peranan media sosial dalam mengembangkan suatu bisnis: *Literature review. Jurnal Administrasi Bisnis*. 18(2).
- Sukirman. 2017. Jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan meningkatkan kemandirian usaha melalui perilaku kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 20(1).
- W Andita Candra. 2019. Berbisnis online melalui media sosial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 2(2).
- Kaplan, A dan Haenlein, M. (2010). *Users of the World, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media" Business Horizons* 53. Hlm: 59-68.
- Siswanto. (2012). Systematic Review As a Research Method to Synthesize Research Results (introduction). *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 13(4).
- Suryana. (2001). Kewirausahaan. In *Pendekatan karakteristik kewirausahaan sukses* (p. 30). Jakarta: Kencana Pranada Media Group.
- Wahyuni, Arum. (2017). Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 12(2).
- Meganotoro, D. (2015). Pengaruh Keterampilan, Pengalaman dan Kemampuan SDM terhadap Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Merril, T., Latham, K., Santalesa, R., Navetta, D., 2011. Social Media: The business benefit may be enormous, but can the risks-reputation, legal, operational-be mitigated? *Information Law Group*, Apr. p. 1-12.
- Muhyi, H. A. (2012). Pengaruh Keterampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Berkelanjutan Pada Industri Kecil di Kota Sukabumi. *IJAD, Vol.2 Nomor 2*.

Anggraeni, L. (n.d.). Retrieved September 7, 2018, from

<http://teknologi.metrotvnews.com/newsteknologi/0k8L1edk-130-jutapenduduk-indonesia-sudah-pakaimedsos>