

**SKRIPSI**

**PENGARUH KREATIVITAS, KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING  
(PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG)**



**Diajukan Oleh:**

**BAYU ADITYA**

**NPM. 17.01.11.0555**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**

**2021**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI  
PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : BAYU ADITYA

Nomor Pokok/ NIRM : 17.01.11.0555


Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen

Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan

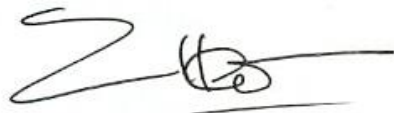
Judul Proposal : "PENGARUH KREATIVITAS, KEWIRAUSAHAAN  
DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING (PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG)

**Pembimbing :**

Tanggal 14-04-22

Pembimbing I :  Kartawinata, SE., M.Si.  
NIDN : 0214125901


Tanggal 14-04-22

Pembimbing II :  Ellen Sumiarni, SE., M.M.  
NIDN : 0223116001

**Mengetahui :**

Dekan Fakultas Ekonomi:

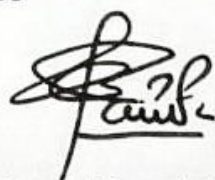
Tanggal: 14-04-22

  
Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak. CA, CSRS

NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal: 14-04-22

  
Mariyam Zanariah, SE., M.M.

NIDN : 0222096301

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PALEMBANG**

**TANDA PENGESAHAN SKRPSI**


Nama : BAYU ADITYA  
Nomor Pokok/ NIRM : 17.01.11.0555  
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen  
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan  
Judul Proposal : **“PENGARUH KREATIVITAS, KEWIRAUSAHAAN  
DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING (PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG)**

Penguji:

Tanggal 14-04-22 Ketua Penguji:

  
Kartawinata, SE., M.Si.  
NIDN : 0214125901

Tanggal 14-04-22 Penguji I :


  
Ellen Sumiarni, SE., M.M.  
NIDN : 0223116001

Tanggal 14-04-22 Penguji II :


  
Dr. Ima Andriyani, SE, Msi  
NIDN : 0201018001

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi:  
Tanggal: 14-04-22

  
Dr. Msy. Mikial, SE., M.Si, Ak. CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi  
Tanggal: 14-04-22

  
Mariyam Zanariah, SE., M.M.  
NIDN:0222096301

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

*“Kamu lebih baik mencoba sesuatu, meski gagal dan belajar darinya. daripada tidak melakukan apa-apa sama sekali”*

Kupersembahkan kepada :

- ❖ Allah Subhanahu Wa Ta’ala
- ❖ Kedua orang tuaku Bapak dan Ibu
- ❖ Saudaraku Tercinta
- ❖ Sahabat dan Teman-temanku
- ❖ Almamaterku tercinta

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BAYU ADITYA

Nomor Pokok/ NIRM : 17.01.11.0555

Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen

Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan

Judul Proposal : **“PENGARUH KREATIVITAS, KEWIRAUSAHAAN  
DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN  
BERSAING (PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG)**

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang 24 Maret 2022



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-NYA , Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KREATIVITAS,KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG)”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat utama untuk mencapai gelar sarjana ekonomi program studi manajemen Universitas Tridinanti Palembang. Saya menyadari dalam penyusunan dan penulisan Skripsi ini. masih banyak kekurangan tetapi saya tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Skripsi ini dapat terselesaikan tidaklah terlepas dari bantuan, bimbingan pengarahan serta dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini saya menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr.Ir.Hj.Nyimas Manisah, M.P. selaku rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr.Msy.Mikial,SE.M.Si.Ak.CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
3. Ibu Ima Andriyani,SE.M.Si. selaku ketua jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
4. Ibu Mariyam Zanariah, SE., M.M. selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
5. Bapak Kartawinata, SE., M.Si.. Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga proposal skripsi dapat diselesaikan.
6. Ibu Ellen Sumiarni, SE., M.M. selaku Pembimbing Anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama ini

8. Bapak/Ibu Pimpinan dan Karyawan Indo Futsal yang telah bersedia memberikan data.
9. Keluarga, Ayah, Ibu dan Saudara saya, yang tiada henti memberikan support agar bisa menyelesaikan skripsi ini
10. Serta semua teman-teman saya yang membantu dalam pembuatan Skripsi ini sampai selesai.

Sebagai penutup semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya kepada orang-orang yang telah membantu saya dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Palembang, April 2022

(BAYU ADITYA)

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>II</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
2.1 KAJIAN TEORITIS.....	10
2.1.1 KEWIRAUSAHAAN.....	10
2.1.2 <i>Manfaat dan Tujuan Kewirausahaan</i> .....	13
2.1.3 <i>Karakteristik Kewirausahaan</i> .....	14
2.1.4 <i>Model Proses Kewirausahaan</i> .....	15
2.1.5 <i>Faktor Kewirausahaan</i> .....	16
2.1.6 <i>Nilai-nilai kewirausahaan</i> .....	17
2.1.7 <i>Dimensi dan Indikator Kewirausahaan</i> .....	18
2.2 KREATIVITAS .....	21
2.2.1 <i>Pengertian kreativitas</i> .....	21
2.2.2 <i>Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas</i> .....	21
2.2.3 <i>Ciri-ciri Kreativitas</i> .....	25
2.2.4 <i>Sumber-Sumber Kreativitas</i> .....	26
2.2.5 <i>Tahapan Pembentukan Kreativitas</i> .....	27
2.2.6 <i>Proses Kreativitas</i> .....	29
2.2.7 <i>Indikator Kreativitas</i> .....	30
2.3 PEMASARAN MEDIA SOSIAL.....	31
2.3.1 <i>Pengertian Pemasaran</i> .....	31
2.3.2 <i>Pengertian Media Sosial</i> .....	32
2.3.3 <i>Pengertian Pemasaran Media Sosial</i> .....	34
2.3.4 <i>Dimensi Pemasaran Media Sosial</i> .....	36
2.3.5 <i>Manfaat Media Sosial</i> .....	37
2.3.6 <i>Indikator Pemasaran Media Sosial</i> .....	40
2.4 KEUNGGULAN BERSAING.....	42
2.4.1 <i>Pengertian Keunggulan Bersaing</i> .....	42
2.4.2 <i>Jenis Keunggulan Bersaing</i> .....	43
2.4.3 <i>Karakteristik Keunggulan Bersaing</i> .....	45
2.4.4 <i>Indikator Keunggulan Bersaing</i> .....	46
2.5 PENELITIAN YANG RELEVAN .....	49



2.6	KERANGKA BERPIKIR .....	52
2.7	HIPOTESIS .....	53
<b>BAB III.....</b>		<b>54</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>54</b>
3.1	TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN .....	54
3.1.1	<i>Tempat Penelitian</i> .....	54
3.1.2	<i>Waktu Penelitian</i> .....	54
3.2	SUMBER DATA DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	55
3.2.1	<i>Sumber Data</i> .....	55
3.2.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i> .....	56
3.3	POPULASI ,SAMPEL DAN SAMPLING .....	58
3.3.1	<i>Populasi dan Sampel</i> .....	58
3.3.2	<i>Sampel</i> .....	58
3.3.3	<i>Teknik Pengambilan Sampling</i> .....	59
3.4	RANCANGAN PENELITIAN.....	60
3.5	VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL.....	60
3.5.1	<i>Variabel Penelitian</i> .....	60
3.5.2	<i>Definisi Operasional Variabel</i> .....	61
3.6	INSTRUMEN PENELITIAN .....	61
3.7	UJI INSTRUMEN PENELITIAN.....	64
3.7.1	<i>Uji Validasi</i> .....	66
3.7.2	<i>Uji Reliabilitas</i> .....	66
3.8	TEKNIK ANALISI DATA.....	67
3.8.1	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	68
3.8.2	<i>Analisis Regresi Linear Berganda</i> .....	71
3.8.3	<i>Analisis koefisien Determinan (<math>R^2</math>)</i> .....	71
3.9	UJI HIPOTESIS .....	73
3.9.1	<i>Uji Simultan (Uji F)</i> .....	73
3.9.2	<i>Uji Parsial ( Uji t)</i> .....	74
<b>BAB IV .....</b>		<b>76</b>
4.1.	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	76
4.1.1	<i>Sejarah Singkat Perusahaan</i> .....	76
4.1.2	<i>Visi Dan Misi Perusahaan</i> .....	77
4.1.3	<i>Struktur Organisasi</i> .....	77
4.2.	HASIL PENELITIAN .....	79
4.2.1	<i>Uji Validitas</i> .....	79
4.2.2	<i>Uji Reliabilitas</i> .....	81
4.2.3	<i>Teknik Analisis Data</i> .....	84
4.3	ANALISIS STATISTIK .....	84
4.3.1	<i>Uji Asumsi Klasik</i> .....	84
4.3.1.1	<i>Uji Normalitas</i> .....	84
4.3.1.2	<i>Uji Multikolienieritas</i> .....	86

4.3.1.3	<i>Uji Heteroskedastisitas</i> .....	86
4.3.2	<i>Hasil Analisis Regresi Linier Berganda</i> .....	87
4.3.3	<i>Hasil Koefisien Determinasi</i> .....	89
44	UJI HIPOTESIS STATISTIK .....	90
4.4.1	<i>Uji F (Pengujian Hipotesis Secara Simultan)</i> .....	90
4.4.2	<i>Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial)</i> .....	92
45	PEMBAHASAN .....	95
<b>BAB V</b>	.....	<b>98</b>
5.1	KESIMPULAN .....	98
5.2	SARAN .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>100</b>

## **ABSTRAK**

**BAYU ADITYA, PENGARUH KREATIVITAS, KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG). (Dibawah bimbingan Bapak Kartawinata, SE., M.Si. dan Ellen Sumiarni, SE., MM)**

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kreativitas, Kewirausahaan Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing (Pada UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang). Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data Non Probability, yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner. penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 22. Adapun populasinya berjumlah 21.600 orang pengunjung dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden yang digunakan adalah sampel non probability populasi diambil untuk penelitian.

***Kata Kunci : Kreativitas, Kewirausahaan, Pemasaran Media Sosial, Keunggulan Bersaing***

## **RIWAYAT HIDUP**

Bayu Aditya di lahirkan di Palembang pada tanggal 05 Juni 1996 dari ayah yang bernama Siswanto dan ibu yang bernama Zulyanna. Merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2008 di SDN 201 Palembang. Sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2011 di SMPN 41 Banyuasin dan sekolah menengah atas diselesaikan pada tahun 2015 di SMAN 7 Palembang. Selanjutnya pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan ke program studi strata I jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang dalam bidang perekonomiannya. Pembangunan ekonomi negara Indonesia di masa yang akan datang sangatlah ditentukan dari peran yang maksimal dari para wirausahawannya. Para wirausahawan yang mempunyai banyak ide baru, berani berkreasi dengan produk yang dibuat, dan mampu berinovasi secara maksimal akan lebih mempercepat perkembangan ekonomi negara tersebut serta mampu memberikan sumbangsih yang besar, nyata, dan bermanfaat dalam pembangunan dan perkembangan perekonomian negara tersebut. Pertumbuhan penduduk di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Mereka yang menjadi wirausaha adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh serta memiliki nilai. Salah satu pendorong terciptanya inovasi selain perubahandan keharusan untuk beradaptasi adalah kesadaran akan adanya celah antara apa yang ada dan apa yang seharusnya ada, dan antara apa yang diinginkan oleh masyarakat dengan apa yang sudah ditawarkan ataupun dilakukan oleh pemerintah.

Ciputra (Mopangga, 2014) mengemukakan bahwa wirausaha merupakan solusi tepat untuk menyelesaikan masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia, karena dengan hanya berbekal ijazah tanpa kecakapan *entrepreneurship*, siapkanlah diri untuk antri pekerjaan Karena saat ini pasokan tenaga kerja lulusan perguruan tinggi tidak sebanding dengan peluang kerja yang tersedia. Jelaslah bahwa kewirausahaan pada dasarnya merupakan jiwa dari seseorang yang diekspresikan melalui sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif untuk melakukan suatu kegiatan. Adapun orang yang memiliki jiwa tersebut tentu saja dapat melakukan kegiatan kewirausahaan atau menjadi pelaku kewirausahaan atau lebih dikenal dengan sebutan wirausaha.

Peran motivasi dalam berwirausaha sangatlah penting, terutama motivasi untuk berhasil. Banyaknya pengangguran terdidik yang ada di Indonesia, haruslah disikapi oleh para mahasiswa yang masih mengenyam dunia perkuliahan karena setelah lulus dari Perguruan Tinggi, mahasiswa dihadapkan pada kondisi di mana mereka bersaing dengan para mahasiswa yang lebih dahulu lulus tetapi belum memperoleh pekerjaan. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan untuk mampu mengubah pola pikir mereka sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru yang mana dari kegiatan usaha yang mereka jalani mampu menyerap banyak tenaga kerja sehingga juga berperan aktif mengurangi angka pengangguran dan turut serta memberikan sumbangan terhadap perkembangan perekonomian Indonesia.

Menurut Saiman (2009) kewirausahaan adalah suatu upaya dalam penciptaan kegiatan bisnis atas dasar kemauan dan keinginan dari diri sendiri.

Dengan kewirausahaan, maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang luas, tidak bergantung kepada orang lain dalam mendapatkan pekerjaan dan dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran dengan cara membuka lapangan pekerjaan. Saiman (2009) juga menambahkan bahwa wirausaha merupakan orang-orang yang memiliki sifat-sifat kewirausahaan seperti berani mengambil risiko, pantang menyerah dan memiliki kemauan keras untuk sukses dalam mengelola bisnisnya berdasarkan kemampuan dan kemauan sendiri. Selain itu, seorang wirausaha juga memiliki penghasilan yang lebih besar dibandingkan dengan menjadi karyawan.

Di Indonesia, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM.

1. Pasal 1 dari UU tersebut, dinyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.
3. Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki,

dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300.000.000
2. Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 hingga maksimum Rp.2.500.000.000.000
3. Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 hingga paling banyak Rp.100.000.000.000 hasil penjualan tahunan di atas Rp.2.500.000.000.000 sampai paling tinggi Rp.50.000.000.000.000

Secara umum, tujuan atau sasaran yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang tangguh dan mandiri yang memiliki daya saing tinggi dan berperan utama dalam produksi dan distribusi kebutuhan pokok, bahan baku, serta dalam permodalan untuk menghadapi persaingan bebas.



Kewirausahaan juga dapat membantu meningkatkan pendapatan dalam negeri melalui sektor pajak. Di saat sekarang ketika ingin mendirikan atau ingin memulai usaha masyarakat harus jeli melihat peluang, para pelaku usaha harus di tuntut menciptakan hal yang baru dan unik agar usaha mereka mampu bersaing dengan usaha-usaha lainnya. Disini peluang usaha sewa lapangan futsal merupakan salah satu ide usaha yang bagus dan berasal dari salah satu hobi saya sendiri, karena olahraga futsal telah memiliki peminat tersendiri oleh para penikmatnya. Futsal sekarang berkembang sebagai salah satu olahraga terfavorit di Indonesia dan seiring dengan perkembangan gaya hidup sekarang, Futsal telah menjadi salah satu trend dan mulai menjadi salah satu aktivitas di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat Palembang .

Salah satu penyebab olahraga ini banyak digemari adalah karena minimnya lapangan sepakbola dibandingkan dengan presentase masyarakat yang hobi bermain sepakbola sehingga futsal menjadi salah satu pilihan yang tepat karena olahraga ini dimainkan di dalam ruangan dan tidak terlalu membutuhkan tempat yang luas seperti olahraga sepakbola pada umumnya. Bisnis sewa Lapangan Indo Futsal Palembang memerlukan modal yang lumayan besar dan tanah yang ingin kita bangun lapangan futsal tersebut adalah milik pribadi, tentu saja biaya yang dikeluarkan cukup mengurangi biaya modal.

Lapangan Indo Futsal Palembang merupakan salah satu usaha jasa penyewaan lapangan dengan lantai semen dan di cat menggunakan cat khusus lapangan futsal dengan luas lapangan 1000 M<sup>2</sup>, dengan panjang 40 M<sup>2</sup> dan lebar 25 M<sup>2</sup> dan konstruksi bangunan menggunakan besi-besi yang kokoh. Lapangan Indo

Futsal Palembang telah beroperasi di Palembang sejak tahun 2017. Yang berlokasi di jalan Taqwa Mata Merah Rt. 24 Rw. 05 Kel. Sei Lincuh Kec. Kalidoni Palembang. Banyak lapangan futsal lain yang juga beroperasi agak berjauhan dari lokasi lapangan Lapangan Indo Futsal Palembang, selain itu perusahaan ini juga dekat dengan sekolah SMA N 7, SMP N 21, SMP N 37, dan SMA PUSRI.

Adapun kendala yang dihadapi oleh Lapangan Indo Futsal Palembang berkenaan dengan lokasi adalah lokasi lapangan yang berada di belakang bangunan ruko membuat konsumen dari jalan tidak bisa mengetahui adanya lapangan Lapangan Indo Futsal Palembang di lokasi tersebut, namun demikian memiliki tempat parkir yang luas. Sehingga konsumen tidak kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya.

Bisnis sewa lapangan futsal cukup menjanjikan dalam hal keuntungan berbisnis, tidak hanya dari sewa lapangan saja mampu meraup keuntungan namun juga dengan menjual air minum untuk para penyewa lapangan futsal tersebut. rata-rata penyewaan Lapangan Indo Futsal Palembang adalah sekitar Rp 60.000 sampai Rp 135.000,- Per jamnya, ketika lapangan futsal tersebut mampu menyewakan satu lapangan futsal sebanyak 10 jam perhari berarti lapangan futsal tersebut mampu menghasilkan Rp 600.000 dalam satu hari. itu baru satu lapangan futsal saja, namun jika memiliki dua lapangan futsal maka jumlah keuntungan yang akan di dapat akan di bertambah dua kali lipat, belum lagi keuntungan dari hasil penjualan air minum yang terjual.

Dengan alasan tersebut sehingga masyarakat dapat terus termotivasi untuk berbisnis usaha sewa lapangan futsal, karena sangat menjanjikan untuk bersaing

dalam meraup keuntungan dari usaha-usaha lainnya, selain mendapatkan keuntungan usaha sewa Lapangan Indo Futsal Palembang juga membantu masyarakat untuk hidup sehat dengan melakukan olahraga.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh pembahasan tentang pengaruh kreativitas, kewirausahaan dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing sewa lapangan futsal. Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul **“PENGANRUH KREATIVITAS, KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (PADA UMKM INDO FUTSAL DI KOTA PALEMBANG)”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang permasalahan diatas penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kreativitas, Kewirausahaan dan Pemasaran Media Sosial berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang?
2. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang?
3. Apakah Kewirausahaan berpengaruh terhadap UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang?
4. Apakah Pemasaran Media Sosial berpengaruh terhadap UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Mengetahui kreativitas, kewirausahaan dan pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang
2. Mengetahui kreativitas berpengaruh terhadap UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang
3. Mengetahui kewirausahaan berpengaruh terhadap UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang

4. Mengetahui pemasaran media sosial berpengaruh terhadap UMKM Indo Futsal Di Kota Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kreativitas, kewirausahaan dan pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing pada umkm indo futsal di kota Palembang.

1. Manfaat Bagi Peneliti

Bagi peneliti sebagai bentuk tulisan dan sebagai pembelajaran yang diperoleh selama menempuh studi, khususnya manajemen kewirausahaan serta mendapat mempelajari lebih dalam mengenai analisis strategi kewirausahaan Indo Futsal Palembang

2. Manfaat Bagi Lapangan Futsal Di Kota Palembang

Diharapkan melalui penelitian ini dapat menjadi kontribusi pemikiran bagi perkembangan ekonomi manajemen kewirausahaan di Indonesia serta diharapkan dapat memberi perubahan bagi perekonomian Indonesia secara umum. Selain itu, dapat juga sebagai masukan pada pengusaha umkm di bidang jasa penyewaan lapangan futsal di kota Palembang.

3. Bagi Almamater

Sebagai bahan penambahan pengetahuan mahasiswa dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan salah satu sumber informasi dalam penelitian yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to "The Social Psychology of Creativity"*. Boulder, CO: Westview Press.
- As'ad H. Abu Rumman dan Anas Y. Alhadid, 2014, "The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan" Science Private University, Amman, Jordan. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res* Vol 3.
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2011. *Sekolah Enterprenuer*. Jogjakarta: Harmoni.
- Basrowi, 2011. *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Berselli, Stephen. Burger, Scott & Close, Jocelyn. 2012. *Crisis Mapping Community Social Media Information During and After Large-Scale Disasters in Victoria*. Worcester Polytechnic Institute
- Cooper, R.G. 2000. "Product Innovation and Technology Strategy". *Journal Research Technology Management*. p.38-41
- Dan zarella. 2010 *The Social Media Marketing Book*. Oreilly media. USA .
- DePorter, Bobbi & Mike Hernacki. 2001. *Quantum Learning. Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan*. Bandung : Penerbit Kaif.
- Dirgantoro, Crown. *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*. Jakarta : Grasindo, 2001.
- E. Porter, Michael, (1993). "Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul" , PT. Gramedia, Jakarta.
- E. Porter, Michael, (1993). "Keunggulan Bersaing: Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul" , PT. Gramedia, Jakarta.
- Evans, Dave and Jake Mckee, 2010, *Sosial Media Marketing*, Indianapolis, Wiley Publlising, Inc.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, Susan. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- H.A. Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- H.A. Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA
- Harrison A and van Hoek, R.,(2008), *Logistics Management and Strategy 3th edition*, Harlow, England: Pearson Education

- Hasan, Ali . 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Hutagalung, dkk. (2010). Kewirausahaan. Medan: USU Press.
- Kasmir. (2006). Kewirausahaan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2005, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi II, PT Indeks Kelompok Jakarta : Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Koufteros, X. A. (1995). Time-Based Manufacturing: Developing a Nomological Network of Constructs and Instrument Development, Doctoral Dissertation, University of Toledo, Toledo, OH
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. (2006). "The Impact of Supply chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance," *Omega*, 34(1). 107 – 124.
- Maulidya, Ferdinda Ayu (2021) *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kreativitas Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Bisnis Online Mariza Toserba Di Tengah Pandemi Covid-19*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Ponorogo.
- McClelland, David C. 2009. *Entrepreneur Behavior and Characteristics of Entrepreneurs. The Achieving Society*
- Mopangga, H. 2014. Faktor Determinan Minat Wirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Trikonomika* Volume 13, No. 1, Juni 2014, Hal. 78–90. ISSN 1411-514X (print) / ISSN 2355-7737 (online)
- Munandar, Utami. (2009). Pengembangan kreativitas anak berbakat. Jakarta: Rineka cipta.
- Purnama, Hadi. (2011). Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication. Jakarta : Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana. Pp 107-124
- Rangkuti, Freddy. ((2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

- Rizal, Veby Zilfania.2014.Pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap JOM FISIP Vol. 3 No. 1 Februari 2016 Page 15 Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. Universitas Riau.hal: 17.
- Rizal, Veby Zilfania.2014.Pengaruh Social Media Marketing Twitter Terhadap JOM FISIP Vol. 3 No. 1 Februari 2016 Page 15 Terbentuknya Brand Image Restoran Burger Gaboh Pekanbaru. Universitas Riau.hal: 17.
- Saiman, Leonardus. 2009. Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA)
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Suherman, Eman. (2010). Desain Pembelajaran Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- suryana (2008). Kewirausahaan: Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. (cetakan ketiga). Jakarta. Penerbit Salemba Empat
- Suryana, (2011). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat**
- Suryana. (2013) Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses,Bandung : Salemba Empat.
- Suryana. 2014. Kewirausahaan, Edisi IV. Jakarta: Salemba Empat
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana. 2008. Pemasaran Strategik. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta:CV. Andi Offset
- Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung. 2017. Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Proses Inovasi Terhadap KeberhasilanUsaha (Studi Kasus Pada Pada Rumah Batik Komar Di Kota Bandung). Tesis Universitas Komputer Indonesia, Bandung
- Walyani, Elisabeth Siwi. 2015. Asuhan Kebidanan Pada Kehamilan. Yogyakarta: Pustaka Barupess.
- Zimmerer, ThomasW. dan Norman M. Scarborough. 2004. Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Penerbit Indeks