

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Digital Marketing

2.1.1.1 Pengertian Digital Marketing

Menurut penelitian Hollebeek and Macky (2019) mengungkapkan bahwa *digital marketing* adalah sebuah pemasaran menggunakan konten yang lebih luas melalui platform digital (online), termasuk situs web perusahaan, komunitas virtual, *blog*, *vlog*, *media social*, *e-commerce*, aplikasi seluler dan sebagainya.

Digital marketing adalah pemasaran produk atau jasa melalui internet (Bala dan Deepak Verma, 2018). *Digital marketing* dapat dilakukan terutama dengan membuat halaman web, periklanan internet, dan juga riset pemasaran di internet perdagangan elektronik dll. Namun *digital marketing* menuntut pendekatan yang sedikit berbeda dalam aspek tertentu dari pemasaran tradisional. (Blažková, 2020). Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Rizaldi (2020) bahwa perkembangan teknologi mempengaruhi perilaku masyarakat sehingga menuntut pelaku bisnis untuk menerapkan pemasaran online dengan menentukan strategi pemasaran yang tepat guna mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Pemasaran Digital, Seiring dengan perkembangan era digital, akses internet semakin mudah dijangkau. Berbelanja online merupakan dampak dari penggunaan internet yang memungkinkan konsumen untuk menyebarkan *positive word of mouth* yang akan memberikan efek promosi ke konsumen lain, efek promosi

berbelanja online membantu dalam pemasaran produk lebih luas dengan system digital marketing atau e-commerce (Hartanti & Oktiyan, 2020).

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016) *Digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan oleh para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa digital marketing adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan.

2.1.1.2 Faktor - faktor Digital Marketing

Menurut Eun Young Kim (2002) menguraikan empat faktor – faktor *Digital Marketing* yaitu:

- Biaya/Transaksi, Biaya adalah metode periklanan yang sangat efektif yang mengurangi biaya dan waktu transaksi.
- Interaktif adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya yang bersifat informatif, akurat, dan dapat dipahami.
- Program insentif adalah program menarik yang memanfaatkan setiap iklan yang Anda jalankan. Program-program tersebut diyakini akan memberikan nilai lebih bagi perusahaan.

- Desain situs merupakan tampilan media digital marketing yang menarik dan dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.

2.1.1.3 Indikator Digital Marketing

Tabel 2.1
Indikator Digital Marketing

No	Sumber	Indikator
1	Hollebeek dan Macky (2019)	• Konten Digital • Penggunaan Media Sosial • Penggunaan Internet
2	Yazer Nasdini (2012)	• <i>Accessibility</i> (aksesibilitas) • <i>Interactivity</i> (interaktivitas) • <i>Entertainment</i> (hiburan) • <i>Irritation</i> (kejengkelan) • <i>Informativeness</i> (informative)
3	Chaffey dan Chadwick (2016)	• Menggunakan Digital TV • Sosial Media • Email • <i>Mobile/Wireless</i> • Internet • Data Base

Menurut Hollebeek dan Macky (2019) Terdapat Indikator Kunci untuk mengukur keberhasilan *Digital Marketing* yaitu:

a) Konten Digital

Segala bentuk informasi yang disampaikan melalui media digital. Konten ini bisa berupa teks, gambar, audio, video, infografis, dan format lainnya.

b) Penggunaan Media Sosial

Platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

c) Penggunaan Internet

Internet merupakan sekumpulan jaringan yang berskala global.

Penggunaannya yaitu untuk Media Sosial dan Website.

2.1.2 Kompetensi Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu yang saling berhubungan satu sama lain, yang diperlukan bagi dirinya dan usahanya (Lans et al. 2011). Kompetensi kewirausahaan adalah pengetahuan, sikap dan keterampilan yang terhubung satu dengan lainnya, yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya (Hasanah, Utomo, & Hamid, 2018). Kompetensi kewirausahaan meliputi kompetensi praktik, kompetensi pemasaran, kompetensi pengelolaan keuangan, dan kompetensi hubungan personal. Kompetensi berperan dalam meningkatkan kualitas pengembangan usaha (Dhameria et al. 2021).

Kompetensi kewirausahaan memainkan peran kunci dalam meningkatkan kinerja usaha dengan memungkinkan pengusaha untuk mengatasi tantangan, memanfaatkan peluang, dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Tanpa kompetensi yang memadai, usaha akan mengalami kesulitan untuk bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan yang meliputi pengetahuan, sikap dan keterampilan untuk mengatasi masalah dalam bisnisnya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk memberikan solusi nyata. (Raymond & Selamat, 2023).

Kompetensi Kewirausahaan merupakan sebuah kemampuan dan keterampilan yang terbentuk dari pengetahuan seseorang untuk menciptakan visi yang strategis dalam mengembangkan sebuah usaha. Kemampuan dan keterampilan tersebut akan di terapkan perusahaan agar memiliki keunggulan dibandingkan dengan yang lain (Iffan & Suharlin, 2022). Menurut Soegoto (2013) kewirausahaan adalah salah satu usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan pekerjaan dan hasilnya berguna bagi orang lain.

Dari definisi yang dikemukakan oleh para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa Kompetensi Kewirausahaan adalah Pengetahuan, Sikap dan Keterampilan Pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang, memasarkan produk, mengatasi tantangan, dan mencapai keberhasilan dalam jangka Panjang. Kompetensi Kewirausahaan mencakup motif, sifat, citra diri, peran sosial dan manajemen sumber daya yang penting untuk pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis.

2.1.2.2 Faktor – faktor Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Syafiuddin (2008) kompetensi kewirausahaan sebagai suatu hasil perilaku dan pengalaman seseorang akan mengalami perubahan ketika orang tersebut belajar. Proses belajar dapat mengolah informasi menjadi kompetensi baru. Perubahan kompetensi manusia terjadi setelah belajar secara terus menerus (Sagala, 2011).

Handerson, Sarah dan Stephan (2007) menyatakan bahwa salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kompetensi kewirausahaan adalah sumberdaya manusia. Tujuan jangka pendeknya adalah mengubah perilaku sumber daya manusia, yang meliputi pengetahuan, keterampilan dan sikap mentalnya. Tujuan jangka panjangnya adalah meningkatkan pendapatan pengelola bisnis. Pendapatan yang meningkat akan menyebabkan sumber daya manusia dapat hidup lebih baik dan lebih sejahtera.

2.1.2.3 Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Tabel 2.2
Indikator Kompetensi Kewirausahaan

No	Sumber	Indikator
1	Kurniawan & Yun-Yun (2018)	• Kompetensi Melihat Peluang • Kompetensi Mengelola Usaha • Kompetensi Dalam Menentukan Strategi
2	Meutia dan Ismail (2012)	• Pengetahuan Diri • Kreatif dan Inovatif • Pengambilan Keputusan
3	Dhamayantie & Fauzan, (2017)	• Pengetahuan • Keterampilan • Kemampuan

Menurut Kurniawan & Yun-Yun (2018) Terdapat Indikator Kunci untuk mengukur keberhasilan Kompetensi Kewirausahaan yaitu:

a) Kompetensi Melihat Peluang

Menjadi seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk mengenali dan menciptakan peluang usaha, seorang wirausaha harus berfikir positif dan kreatif agar usahanya semakin berkembang.

b) Kompetensi Mengelola Usaha

Seorang wirausaha harus memahami kiat, cara, proses, dan pengelolaan semua sumber daya secara efektif dan efisien. Termasuk uang, waktu, dan sebagainya.

c) Kompetensi dalam Menentukan Strategi

Mengetahui strategi /cara bersaing. Ia harus dapat mengungkap kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) dirinya dan pesaing.

2.1.3 Kinerja Bisnis

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis diartikan sebagai kemampuan pengusaha atau organisasi untuk mewujudkan tujuan mereka seperti keuntungan yang tinggi, kualitas produk yang baik, hasil pangsa pasar yang besar, dengan menggunakan strategi tindakan yang relevan. Namun kinerja bisnis bisa berisiko jika hanya menekankan aspek keuntungan tanpa memperhatikan aspek lainnya (Acar dan ÖZŞAhin 2018). Kinerja usaha adalah prestasi kerja atau hasil pekerjaan yang memiliki hubungan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberi kontribusi pada ekonomi (Fauziah, Bataha, & Darmadi, 2022).

Kinerja bisnis dapat dijadikan sebuah standar yang penting dipakai oleh sebuah entitas ekonomi untuk menilai keberhasilan usaha (Afiyati, Murni, & Haryadi, 2019). Prestasi atau keberhasilan suatu usaha dalam jangka waktu tertentu dapat diukur dengan melihat pertumbuhan modal, tenaga kerja, penjualan, dan laba.

Semua konsep yang telah dijelaskan tentang kinerja usaha dapat digunakan untuk mengukur kinerja usaha (Zulfikar & Novianti, 2018).

Kinerja Usaha yang dimaksud dapat diartikan sebagai gambaran hasil dari pencapaian pelaksanaan kegiatan bisnis dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis (Moeheriono 2009).

Dari pengertian Kinerja Bisnis menurut para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Bisnis adalah hasil yang didapatkan seperti keuntungan yang tinggi, kualitas produk yang baik, hasil pangsa pasar yang besar, dengan menggunakan strategi tindakan yang relevan dengan memperhatikan beberapa aspek seperti pertumbuhan modal, tenaga kerja, penjualan, dan laba.

2.1.3.2 Faktor - faktor Kinerja Bisnis

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah kemampuan dan motivasi. Menurut Keith Davis (2014), ada beberapa komponen yang memengaruhi kinerja:

- **Faktor Kemampuan**

Kemampuan secara psikologis terdiri dari kemampuan potensial (IQ) dan kemampuan praktis, yang merupakan kombinasi pengetahuan dan keterampilan. Pemimpin harus memiliki pendidikan yang sesuai dengan posisi mereka dan kemampuan untuk melakukan tugas sehari-hari.

- Faktor Motivasi

Sikap pemimpin dan karyawan terhadap situasi kerja dalam organisasi disebut sebagai motivasi. Sikap ini dapat menunjukkan seberapa tinggi atau rendah motivasi mereka

2.1.3.3 Indikator Kinerja Bisnis

Tabel 2.3
Indikator Kinerja Bisnis

No	Sumber	Indikator
1	Jogaratnam (2017)	• Peningkatan Laba • Pertumbuhan Pangsa Pasar • Kemampuan Pengusaha atau Perusahaan untuk mewujudkan Profitabilitas
2	Ariani, Utami P, & Violinda, (2023)	• Pertumbuhan Penjualan • Peningkatan Profit • Pertumbuhan Memuaskan
3	Savitri, DP, & Syahza (2021)	• Pertumbuhan Penjualan • Pertumbuhan Laba • Pertumbuhan Aset

Kinerja usaha diungkapkan oleh (Ariani, Utami P, & Violinda, 2023), Pendapatnya memiliki sedikit perbedaan dengan indikator yang disebutkan sebelumnya. Adapun Indikator kinerja usaha yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a) Pertumbuhan penjualan: Pertumbuhan jumlah pembelian yang dilakukan oleh pelanggan atas barang-barang perusahaan. Pertumbuhan penjualan menunjukkan seberapa banyak penjualan produk meningkat dari waktu ke waktu
- b) Peningkatan profit: Kenaikan jumlah pembelian yang dilakukan oleh klien atas barang-barang perusahaan. Penjualan produk akan terus meningkat guna memenuhi target yang telah ditetapkan; dan

- c) Pertumbuhan memuaskan: Di definisikan sebagai kenaikan jumlah pembelian konsumen yang diukur dengan tingkat konsumsi rata-rata dan volume penjualan disebut sebagai pertumbuhan pelanggan

Kinerja bisnis diartikan sebagai kemampuan pengusaha atau organisasi untuk mewujudkan tujuan mereka seperti keuntungan yang tinggi, kualitas produk yang baik, hasil pangsa pasar yang besar, dengan menggunakan strategi tindakan yang relevan. Namun kinerja bisnis bisa berisiko jika hanya menekankan aspek keuntungan tanpa memperhatikan aspek lainnya (Jogaratnam, 2017). Indikator kinerja bisnis meliputi:

- a) Peningkatan laba adalah peningkatan pendapatan kas masuk yang berasal dari kegiatan operasional penjualan yang dapat mengakibatkan peningkatan laba.
- b) Pertumbuhan pangsa pasar merupakan strategi perusahaan untuk mengetahui target konsumen, pangsa pasar dapat disegmentasi dengan menggunakan beberapa variabel seperti geografi, manfaat yang dicari, dan tingkat penggunaan produk, melalui definisi tersebut ditekankan beberapa penjelasan yaitu suatu proses untuk menciptakan, menawarkan, suatu produk kepada pihak lain.
- c) Kemampuan pengusaha atau organisasi untuk mewujudkan tujuan profitabilitas Yaitu menggambarkan kemampuan suatu usaha untuk memperoleh keuntungan melalui seluruh kemampuan usahanya, termasuk penjualan. Sedangkan keberhasilan suatu usaha dilihat dari efisiensi yang dapat dikelompokkan berdasarkan efisiensi.

Mengenai faktor penentu keberhasilan ditandai dengan inovasi dan perilaku pelaku usaha serta kemauan mengambil risiko

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Agar memudahkan penelitian, penelitian sebelumnya digunakan untuk referensi. Untuk menghindari adanya penjiplakan atau plagiasi, peneliti akan melihat dan membandingkan peneliti terdahulu dari judul dan isi. Berikut adalah daftar penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai referensi untuk penelitian ini:

Tabel 2.4

Tabel Penelitian Terdahulu

No	Penulis / Tahun	Judul Penelitian / Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Erna, Ekarat Chaichotchuang, R Misriah Ariyani, Vita Dhameria, Mahmud Mahmud, Bambang Hermani (2024)	<i>The Influence Of Entrepreneurial Competence And The Utilization Of Digital Marketing To Improve Business Performance In The Community Of Weru Kidul Village, Weru District, Cirebon District</i>	Digital Marketing dan Kompetensi Kewirausahaan Bersama sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis	Digital Marketing dan Kompetensi Kewirausahaan merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Penelitian ini dilakukan di Masyarakat Desa Weru Kidul Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon
2	Nurjannatul Hasanah; Mohamad Nur Utomo; Hariyadi Hamid Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen https://doi.org/10.33369/insight.13.2.27-38	Hubungan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha: Studi Empiris UMKM Di Kota Tarakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki positif terhadap kinerja usaha.	Meneliti hubungan Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha	Menggunakan teknik yang berbeda
3	Eka Ludiya; Asep Kurniawan (2020)	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan	Hasil dari penelitian ini dapat menjelaskan kompetensi wirausaha secara parsial	Menguji pengaruh Kompetensi Kewirausahaan	Menggunakan Variabel lain yaitu Orientasi Kewirausahaan

		Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Cimahi	berpengaruh terhadap kinerja usaha.	n terhadap Kinerja Bisnis	
4	Padli Hili (2022)	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Kota Ambon	<i>Digital Marketing</i> berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	<i>Digital Marketing</i> merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Menggunakan Variabel Dependent lain yaitu Keunggulan Bersaing
5	Andi Hendrawan (2019)	PENGARUH <i>MARKETING DIGITAL</i> TERHADAP KINERJA PENJUALAN PRODUK UMKM ASTI GAURI DI KECAMATAN BANTARSARI CILACAP	<i>Digital Marketing</i> berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	<i>Digital Marketing</i> merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Studi kasus pada UMKM Asti Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap
6	Elsa Nanda Utami (2016)	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap kinerja UMKM	Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kompetensi Kewirausahaan merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Studi kasus di PUSPA Program 2016
7	Bisma Galih Nugraha (2022)	PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PADA SENTRA TAHU DAN TEMPE CIBUNTU KOTA BANDUNG	Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kompetensi Kewirausahaan merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Penelitian ini menggunakan Variabel Orientasi Kewirausahaan sebagai Variabel Independent
8	Muhammad Reza Aulia (2020)	Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Mikro dan Kecil Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan	Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kompetensi Kewirausahaan merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Penelitian ini dilakukan pada Kedai Kopi di Kota Medan

9	Anggita Tresliyana Suryana (2021)	PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA UMKM KOPI: SEBUAH TINJAUAN TEORITIS DAN EMPIRIS	Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kompetensi Kewirausahaan merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Penelitian ini dilakukan pada UMKM Kopi
10	Fitriana (2023)	<i>Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Umkm DiKecamatan Sungai Rumbai</i>	Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kompetensi Kewirausahaan merupakan Variabel Independent dan Kinerja Bisnis merupakan Variabel Dependent	Menggunakan Variabel Orientasi Kewirausahaan sebagai Variabel Independent

2.2 Kerangka Pemikiran

UMKM merupakan usaha yang mampu tetap bertahan meski suatu negara berada dalam keadaan krisis ekonomi. Pemerintah juga memperhatikan perhatian khusus pada pembangunan UMKM di Indonesia. Sentra industri merupakan usaha mikro kecil menengah yang sering dijumpai, ada banyak sentra di Bandung diantaranya sentra sepatu cibaduyut, sentra distro di Trunojoyo, sentra jeans cihampelas, sentra boneka kopo sayati serta masih banyak lagi.

Untuk membuat usaha mampu bersaing tentu dibutuhkan kemampuan dari pelaku usaha untuk membuat produk yang dihasilkannya mampu menarik perhatian calon konsumen. Baik itu dalam segi pengembangan produknya maupun dari kemampuan pelaku usaha melihat peluang dan mengatur organisasinya/perusahaannya. Merupakan hal penting bagi pelaku usaha untuk mampu meningkatkan kinerja usahanya, salah satu yang harus dilakukan agar tujuan tercapai yaitu dengan memasarkan produknya lebih meluas menggunakan

digitalisasi, hal ini menjadi nilai tambah bagi suatu usaha karena mampu menyuguhkan sesuatu yang baru bagi pasar, serta memungkinkan usaha untuk mencapai tujuan dari usahanya.

Selain *Digital Marketing*, dibutuhkan pula Pengetahuan pada produknya, sehingga produk yang dihasilkan memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk pesaing. Dengan adanya Pengetahuan tentang berwirausaha, pelaku dapat melihat peluang usaha dan juga meningkatkan kinerja agar mampu menarik perhatian konsumen.

Dari penjelasan diatas maka, pelaku usaha perlu mengetahui apa saja kekurangan dan kelebihan dari organisasinya dan juga mencari tahu yang menjadi kebutuhan calon konsumennya, membuat strategi untuk mampu menghadapi pesaing nya. Sehingga dalam hal ini diperlukannya membangun Kinerja Bisnis melalui *Digital Marketing* dan Kompetensi Kewirausahaan pada Sentra Boneka Bandung.

2.2.1 Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Kinerja Bisnis

Digital Marketing mempunyai dampak signifikan terhadap kinerja bisnis, sebuah penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital mempunyai dampak signifikan terhadap kinerja bisnis (Rangaswamy et al. 2020). *Digital Marketing* dapat memengaruhi pola perilaku konsumen, seperti cara mereka menelusuri dan membayar. Secara keseluruhan, dampak pemasaran digital terhadap kinerja pemasaran bisnis adalah dapat meningkatkan penjualan dan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, pengaruh pemasaran digital dapat membantu meningkatkan

kinerja pemasaran dan bersaing secara efektif dengan pesaing. Para pebisnis dapat menggunakan pemasaran digital sebagai strategi pemasaran yang hemat biaya untuk menjangkau pelanggan dan mempromosikan produknya secara luas. Pemasaran digital memungkinkan bisnis berkomunikasi dengan konsumen melalui berbagai cara, menargetkan target pasar yang lebih luas (Krishen et al. 2021).

Dengan demikian strategi *Digital Marketing* mampu untuk meningkatkan Kinerja Bisnis di Sentra Kampung Boneka Bandung.

H1: *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis

2.2.2 Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis

Seorang pelaku usaha harus mempunyai ciri khas dalam bidang kewirausahaan serta kemampuan kreatif dan inovatif untuk menemukan dan mengembangkan berbagai ide, pilihan dan pilihan bagi para pengusaha dalam mengelola usaha sutera agar usahanya dapat berjalan dengan baik. Sebab, hadirnya ide atau kreativitas dalam mengembangkan suatu unit usaha akan mempengaruhi kinerja usahanya. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki jiwa kewirausahaan yang menumbuhkan keinginan seseorang untuk mengelola unit usaha secara profesional. Sumber daya manusia menjadi aspek penting dalam kinerja usaha karena mayoritas pemilik UMKM juga berperan sebagai pengelola bisnis dan pengelola personalia. Untuk meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan, manajer harus memiliki kemampuan perencanaan dan organisasi, administrasi administrasi, dan keterampilan komunikasi. Sebuah bisnis harus memiliki keterampilan kewirausahaan untuk bersaing secara domestik dan

internasional (Zouaghi dan Sánchez 2016). Kompetensi secara umum adalah kemampuan atau kesanggupan seseorang dalam melaksanakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan.

Dengan adanya Kompetensi Kewirausahaan akan mempengaruhi Kinerja Bisnis, baik penjualan maupun pendapatan yang diperoleh perusahaan. Jadi menurut penelitian sebelumnya, Kompetensi Kewirausahaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis.

H2: Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis

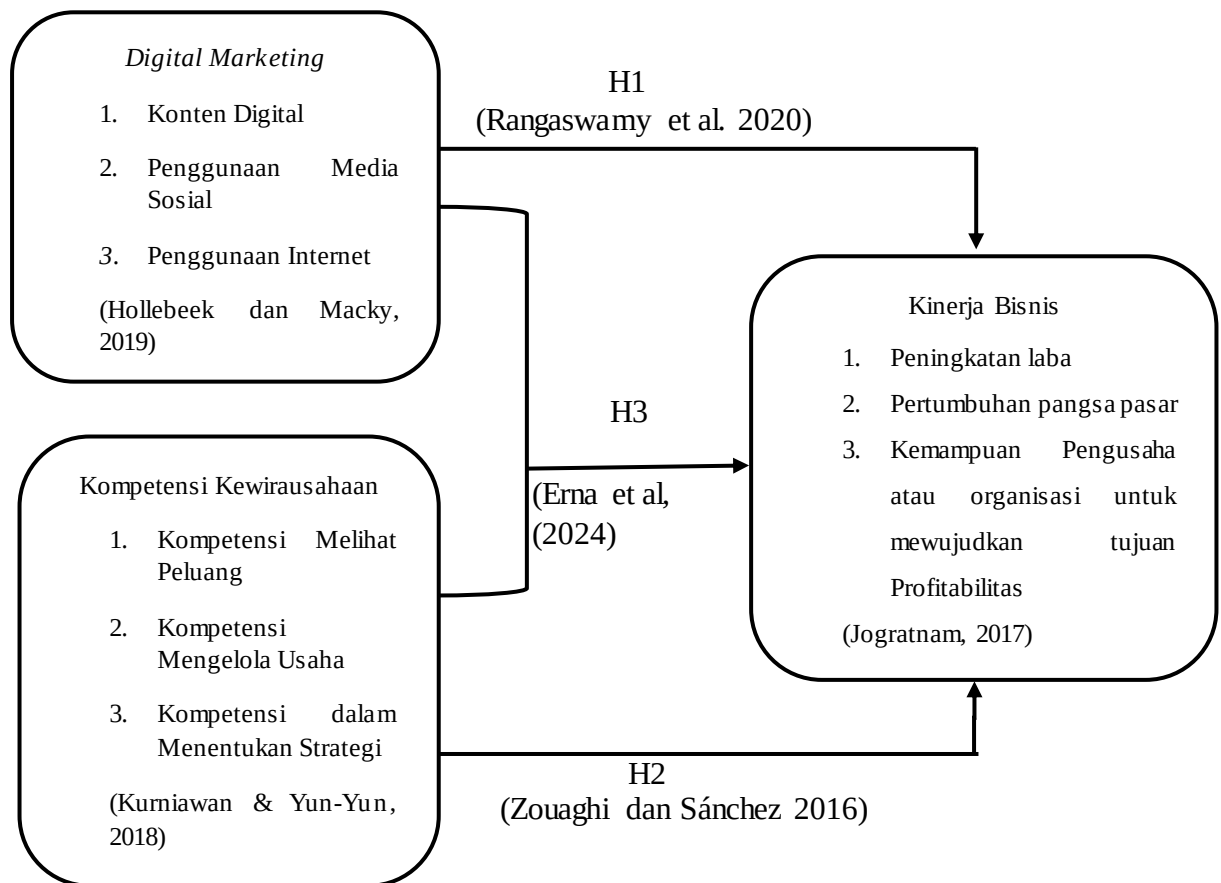
2.2.3 Pengaruh *Digital Marketing* dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis

Digital Marketing dan Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. (Erna, 2024) Pemanfaatan digitalisasi dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha. Pelaku usaha dapat memanfaatkan platform media sosial, blog, website dan lain sebagainya sebagai media untuk meningkatkan penjualan atau memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Platform media digital dapat digunakan sebagai alat promosi, sekaligus media yang dapat memberikan informasi akurat mengenai suatu produk. Sehingga di era digitalisasi ini, pola-pola digitalisasi dapat didorong hingga menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Dengan demikian strategi *Digital Marketing* dan Kompetensi Kewirausahaan mampu untuk meningkatkan Kinerja Bisnis di Sentra Kampung Boneka Bandung.

H3: Terdapat pengaruh *Digital Marketing* dan Kompetensi Kewirausahaan secara bersamaan (simultan) terhadap Kinerja Bisnis di Kampung Boneka Bandung.

Paradigma Penelitian



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.1 Hipotesis

Dari pemaparan yang sudah dijelaskan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu ditemukan hipotesa sebagai berikut ini:

H1: *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis

H2: Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis

H3: Terdapat pengaruh *Digital Marketing* dan Kompetensi Kewirausahaan secara bersamaan (simultan) terhadap Kinerja Bisnis di Kampung Boneka Bandung.