

## ABSTRAK

Bisnis *coffee shop* di Yogyakarta menjadi bidang bisnis yang memiliki peningkatan cukup besar, dari 1200 kedai pada tahun 2018 menjadi 2091 pada tahun 2022 (Data Internal Komunitas Kopi Nusantara, 2022). *Coffee shop* di Yogyakarta memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah sebesar 25% - 30%. Namun dari peluang bisnis tersebut justru meningkatkan persaingan bisnis *coffee shop* yang juga pernah diperburuk dengan pandemi *covid-19*. Kondisi tersebut cukup menguji kinerja usaha dari bisnis *coffee shop*. Variabel yang dipilih untuk menilai kinerja usaha adalah kompetensi wirausaha dan pemasaran media sosial. Maka dibuatlah penelitian ini untuk mengetahui kompetensi wirausaha dan pemasaran media sosial berpengaruh terhadap kinerja usaha *coffee shop* di Yogyakarta.

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan 127 responden yang diperoleh dari kuisioner. Responden penelitian adalah pemilik, manajer, ataupun staf pemasaran dari sebuah *coffee shop* di Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan metode uji regresi linear berganda untuk menguji pengaruh dari variabel kompetensi wirausaha dan pemasaran media sosial terhadap kinerja usaha baik secara parsial dan simultan dengan SPSS versi 25.

Hasil penelitian yang diperoleh bahwa secara simultan variabel kompetensi wirausaha dan pemasaran media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai  $f=18,834 > f\text{-tabel}=3,07$  dan  $\text{sig.}=0,000 < 0,05$ . Secara parsial masing-masing variabel memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kompetensi wirausaha mencerminkan kesiapan pengetahuan dan keterampilan dari pelaku usaha, sehingga bisnis yang dijalankan dengan persiapan matang dapat berjalan dengan baik juga. Pemasaran media sosial menjadi bentuk adaptasi bisnis dalam memanfaatkan teknologi internet untuk meningkatkan nilai atau kinerja usaha.

Kata kunci : kompetensi wirausaha, pemasaran media sosial, kinerja usaha, *coffee shop*