

ABSTRAK

Kota Bandung dikenal sebagai kota wisata kuliner, perkembangan kuliner di Kota Bandung saat ini sedang mengalami kemajuan yang cukup pesat. Hal tersebut, terlihat dari banyaknya perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dari skala kecil, menengah, sampai besar. Serta seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang semakin pesat, perkembangan media sosial menjadi salah satu tren yang cukup pesat di dunia saat ini. Setiap hari, semakin banyak orang yang terekspos melalui dunia media sosial, mulai dari Twitter, Facebook, LinkedIn, Path, Blog, dan media lainnya. Dari ulasan tersebut terdapat fenomena yang hampir serupa di daerah Sukabirus Bandung. Di Sukabirus yang merupakan lingkungan Universitas Telkom memang bukan salah satu objek wisata di Bandung tetapi di daerah ini terdapat pertumbuhan dari kuliner yang disebabkan karena lingkungan Universitas Telkom dan trend media sosial.

Dalam penelitian ini penulis membahas mengenai *small business management* dalam konteks pengembangan bisnis di bidang kuliner (makanan) dengan menggunakan media sosial. Pengembangan bisnis di bidang kuliner yang dimaksud adalah mengacu pada *strategic management small entrepreneurial firms* yaitu : *creativity, innovation, and build capability*. Dan dalam mengoperasikan media sosial mengacu pada 4C dalam mengoperasikan *social media* yaitu: *Context, Communication, Collaboration, dan Connection*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh elemen media sosial (*context, communication, collaborations and connection*) terhadap pengembangan bisnis kuliner di Sukabirus lingkungan kampus Dayeuh Kolot Universitas Telkom Bandung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory research*, dengan menggunakan metode sampling *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diambil 30 responden yang merupakan para usaha kuliner di Sukabirus Bandung dari populasi 57 usaha kuliner yang ada di Sukabirus.

Berdasarkan teknik analisis regresi berganda, Secara simultan, pengaruh *context, communication, collaboration, dan connection* pada media sosial terhadap pengembangan bisnis kuliner di Sukabirus lingkungan kampus Dayeuh Kolot Universitas Telkom Bandung sebesar 98,8%. Secara parsial, sub variabel *communication* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis kuliner sebesar 51,4%, sub variabel *collaboration* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis kuliner sebesar 48,9%, sub variabel *connection* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan bisnis kuliner sebesar 11,3% dan sub variabel *context* tidak memberikan pengaruh terhadap pengembangan bisnis kuliner di Sukabirus.

Kata kunci : *Entrepreneurship, Social Media , Small Business Management.*