BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan merupakan salah satu hal yang memegang peranan sangat krusial dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Keberadaan dan peran wirausahaan sangat menentukan arah dan kecepatan pemulihan atau pertumbuhan ekonomi. Wirausaha tidak hanya berkontribusi dalam meningkatkan produk domestik bruto (PDB) suatu negara, tetapi juga dianggap sebagai pilar utama dalam pengembangan ekonomi daerah karena mampu menciptakan lapangan kerja baru, mendorong pertumbuhan sektor usaha kecil dan menengah (UKM), serta memicu siklus positif dalam ekosistem ekonomi. Berdasarkan data BPS, pada tahun 2024 ada sekitar 56,56 juta orang yang berwirausaha di Indonesia, setara 37,86% dari angkatan kerja nasional yang totalnya 149,38 juta orang. Namun banyaknya jumlah usaha yang ada di Indonesia tidak memberikan jaminan bahwa usaha yang telah dijalankan dapat bertahan dengan baik atau memiliki tingkat keberlangsungan yang relatif singkat. Berbagai faktor menjadi penyebab utama fenomena ini, mulai dari kurangnya pengetahuan tentang bisnis, hingga persaingan bisnis yang semakin ketat. Selain itu, ketidakmampuan beradaptasi dengan perubahan pasar, terutama di era digital, juga menjadi tantangan besar bagi pelaku usaha. Akibatnya, banyak pemilik usaha yang tidak melanjutkan bisnisnya (Jelatu, 2024).

Menurut Juli *et al.*, (2023) Keberlanjutan usaha merupakan elemen penting bagi wirausaha untuk memastikan kelangsungan dan perkembangan bisnis di tengah berbagai tantangan serta dinamika lingkungan usaha. Bagi wirausaha, keberlanjutan tidak hanya berorientasi pada perolehan keuntungan jangka pendek, tetapi juga pada kemampuan mempertahankan stabilitas bisnis dalam jangka panjang dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, wirausaha dituntut untuk mengadopsi strategi bisnis yang kreatif, fleksibel, dan bertanggung jawab guna memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus menghadapi berbagai risiko, seperti perubahan tren, regulasi pemerintah, dan isu lingkungan. Selain itu, keberlanjutan usaha mendukung wirausaha dalam membangun citra positif dan hubungan harmonis dengan para pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat. Oleh karena itu, memahami dan mengimplementasikan prinsip keberlanjutan usaha menjadi langkah penting bagi wirausaha untuk meraih kesuksesan berkelanjutan sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Meskipun kegiatan wirausaha memberikan kontribusi yang signifikan bagi Indonesia, namun pelaku usaha seringkali menghadapi berbagai tantangan yang kompleks, sehingga membuat pemilik usaha tidak melanjutkan usahanya. Beragam faktor penyebab ketidaklanjutan usaha mulai dari kurangnya motivasi untuk terus berinovasi, rendahnya kreativitas dalam mengembangkan produk, serta pemanfaatan digital marketing yang kurang optimal menjadi faktor-faktor yang saling terkait dan berkontribusi terhadap kegagalan usaha.

Keberlanjutan dihadapkan pada berbagai tantangan, salah satunya adalah tingginya angka kegagalan. Salah satu faktor yang seringkali luput dari perhatian adalah penurunan motivasi pelaku usaha. Motivasi para pelaku usaha seringkali mengalami pergeseran seiring berjalannya waktu, motivasi yang rendah dapat bermanifestasi dalam berbagai bentuk, seperti

kurangnya inovasi, perubahan kondisi ekonomi, persaingan yang semakin ketat, atau munculnya peluang bisnis baru dapat mempengaruhi semangat dan tujuan awal mereka. Ketika motivasi ini tidak lagi sejalan dengan tujuan bisnis, maka kinerja pun akan terpengaruh. Padahal, motivasi merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan bisnis, motivasi dalam berwirausaha diterapkan untuk mendorong para pelaku usaha agar mereka bersemangat dalam melakukan kegiatan-kegiatan usahanya, mengingat sesuatu pekerjaan yang dilakukan dengan semangat bisa mendukung terwujudnya tujuan usaha (Aini & Widyarfendhi., 2019).

Keberlangsungan usaha sangat bergantung pada kemampuannya untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang dinamis. Salah satu faktor kunci keberhasilan adalah kreativitas. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha untuk mengembangkan produk atau jasa yang unik, Sayangnya, tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif dan menghasilkan ide-ide baru. Kurangnya kreativitas dapat menghambat proses inovasi, sehingga pelaku usaha kesulitan dalam mengembangkan produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Kreativitas adalah sentral utama dalam aktivitas usaha, adapun menurut (Kalil & Aenurohman., 2020) Kreativitas tidak dapat dipisahkan dari kewirausahaan, karena pada gilirannya akan diwujudkan dalam tindakan ketika menjalankan suatu usaha, kreativitas merupakan bagian dari keterampilan dalam berwirausaha yang dibutuhkan agar berhasil memulai usaha tersebut.

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, inovasi menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing. Pelaku usaha yang mampu menghadirkan produk atau jasa yang berbeda dari pesaingnya akan lebih mudah menarik minat konsumen. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk atau jasa baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam model bisnis, proses produksi, dan pemasaran. Namun, tidak semua pelaku usaha memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi secara berkelanjutan, banyak pelaku usaha yang masih terjebak dalam rutinitas dan kesulitan untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Akibatnya, banyak pelaku usaha yang tertinggal dan akhirnya mengalami kegagalan. Pelanggan menuntut produk inovatif berdasarkan kebutuhan mereka. Dalam dunia usaha, inovasi yang sukses berarti mereka selangkah lebih maju dari pesaing mereka, Ini membutuhkan kecerdasan untuk mengenali preferensi pelanggan. dan memastikan bahwa inovasi pada akhirnya memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, inovasi harus direncanakan dan dilaksanakan secara matang (Gohae, 2021).

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan, termasuk bagi pelaku usaha. Digital marketing menawarkan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, dan mengoptimalkan penjualan. Namun, ironisnya tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan potensi digital marketing secara efektif. Meskipun platform digital menawarkan peluang yang tak terbatas untuk menjangkau konsumen, banyak pelaku usaha yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional. Kesenjangan digital ini semakin diperparah oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital dikalangan pelaku wirausaha, terutama yang berada di daerah pedesaan. Banyak pelaku usaha yang justru mengalami kesulitan bahkan kebangkrutan akibat kurangnya pemahaman dan penerapan strategi digital marketing yang tepat, kurangnya akan pengetahuan dalam pemasaran produk

yang dijual dikarenakan teknik yang digunakan hanya dengan menawarkan produk terhadap orang-orang yang dapat dijangkau seperti teman, kerabat, tetangga, rekan kerja dan para pelanggan tetap. Hal ini dikarenakan masih minimnya keterampilan dan pemahaman akan pemanfaatan teknologi sebagai digital marketing bagi para pelaku usaha tersebut. Fenomena ini menjadi perhatian serius mengingat peran krusial pelaku usaha dalam perekonomian (Ghanilowe *et al.*, 2020).

Keempat faktor yang sudah dijelaskan diatas bisa menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan sebuah usaha, salah satu usaha yang mulai menggunakan keempat faktor ini adalah usaha Kafe Shop. Menurut Vivie *et al.*, (2019) Kafe shop dapat didefinisikan sebagai wadah atau ruang berdiskusi, debat politik hingga untuk mengekspresikan diri, tidak hanya sekedar sebuah tempat yang menyajikan makanan dan minuman, sedangkan menurut (Aliyah, 2017) memaparkan makna kafe sebagai usaha makanan yang dikelola secara komersial yang menawarkan kepada para tamu berupa makanan besar maupun makanan kecil. Teori lain menjelaskan definisi kafe sebagai tempat untuk makan dan minum sajian yang cepat saji serta menyuguhkan suasana santai dengan menyediakan tempat duduk yang banyak. Akan tetapi, usaha kafe shop ini sama dengan usaha kafe yang pada umumnya menyajikan makanan dan minuman yang relatif sama. Khususnya kafe, mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan ini didorong oleh meningkatnya gaya hidup urban, kesadaran akan pentingnya pengalaman kuliner yang unik, serta kemajuan teknologi yang memudahkan akses informasi dan transaksi. Namun, persaingan di sektor ini juga semakin ketat, sehingga menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Tanpa motivasi yang kuat, pemilik usaha kafe shop akan kehilangan semangat untuk mencapai tujuan bisnis. Kreativitas yang stagnan akan membuat produk menjadi membosankan dan tidak menarik bagi konsumen. Inovasi yang minim akan membuat usaha sulit bersaing di pasar yang dinamis. Terakhir, kurangnya pemanfaatan digital marketing akan membuat usaha sulit menjangkau target pasar yang semakin luas dan bergantung pada teknologi. Keempat faktor ini saling berkaitan dan jika tidak diatasi, dapat menyebabkan penurunan penjualan, hilangnya pangsa pasar, dan pada akhirnya, penutupan usaha (Satrianny & Fernando., 2021).

Kabupaten Jember, khususnya wilayah Kecamatan Sumbersari dipilih sebagai lokasi penelitian, karena Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, sebagai salah satu pusat aktivitas masyarakat dan mahasiswa. Meningkatnya jumlah penduduk, aktivitas bisnis, dan pembangunan infrastruktur telah menciptakan pasar yang potensial bagi pertumbuhan bisnis kafe. Tingginya mobilitas masyarakat dan gaya hidup yang semakin modern juga mendorong permintaan akan tempat nongkrong yang nyaman dan kekinian. Industri kafe cenderung berkembang pesat, khususnya di kawasan perkotaan seperti Kecamatan Sumbersari. Banyak kafe bermunculan tetapi tidak semua mampu bertahan lama, hal ini mendorong untuk meneliti faktor-faktor yang menentukan keberlanjutan usaha mereka

Tabel 1. 1 Daftar 10 Kafe Shop di Summersari

No	Nama Kafe Shop	Alamat
1	Cak Ndhoet	Jl. TegalGede
2	My Way	Jl. Mastrip
3	Katte	Jl. Semeru
4	Nemlikur	Jl. Karimata
5	Samen	Jl. Karimata
6	Nol Kilometer	Jl. Brantas
7	La Groovy	Jl. Sumatra
8	Red N Yellow	Jl. Jawa
9	Lafo	Jl. Kalimantan
10	Puspa Rasa	Jl. Mastrip

Beberapa faktor dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha, kurangnya motivasi pemilik usaha dalam mengelola kafe shop dapat menjadi salah satu penyebab utama stagnasi dan menurunnya jumlah pengunjung seperti yang dialami kafe shop Cak Ndhoet, Puspa Rasa serta Samen saat ini. Tanpa adanya inovasi dalam menu, pelayanan, maupun suasana tempat, kafe sulit bersaing dengan kompetitor yang terus menghadirkan pengalaman baru untuk pelanggan. Hal ini berdampak pada kurangnya daya tarik bagi pengunjung lama maupun baru, sehingga secara perlahan usaha tersebut kehilangan potensi pertumbuhan. Padahal, kafe-kafe ini masih beroperasi dan memiliki peluang besar untuk berkembang jika pemiliknya lebih aktif mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kualitas dan daya tariknya. Di tengah persaingan bisnis kafe yang semakin ketat, kurangnya kreativitas dan inovasi juga menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan Kafe My Way, Lafo, Red N Yellow, dan Katte sulit berkembang dan kehilangan daya tarik di mata pengunjung. Konsep yang monoton, serta kurangnya adaptasi terhadap tren dan kebutuhan konsumen membuat kafe-kafe ini tampak sulit berkembang di tengah maraknya tempat nongkrong baru yang menawarkan pengalaman unik dan segar. Akibatnya, pengunjung cenderung beralih ke tempat lain yang lebih menarik dan relevan, sehingga kunjungan ke kafe-kafe ini terus menurun. Tanpa adanya langkah inovatif untuk meningkatkan kualitas layanan, suasana, dan daya tarik, sulit bagi kafe-kafe ini untuk bersaing dan bertahan di tengah dinamika industri kafe saat ini. Selain kafe shop diatas, kafe Nemlikur, Nol Kilometer, dan La Groovy juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung karena kurang memanfaatkan digital marketing secara optimal. Dalam era digital saat ini, platform online seperti media sosial, website, dan aplikasi pemesanan menjadi alat penting untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Namun, minimnya promosi yang konsisten, strategi pemasaran kreatif, dan interaksi dengan pelanggan di dunia maya membuat ketiga kafe ini kurang dikenal di kalangan masyarakat yang lebih luas. Akibatnya, daya tarik kafe-kafe tersebut menurun, dan jumlah pengunjung yang datang pun semakin berkurang, meskipun potensi besar sebenarnya bisa dicapai dengan pengelolaan digital marketing yang lebih baik. Oleh karena itu, Kecamatan Summersari dipilih sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji lebih

dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha kafe di tengah persaingan yang semakin ketat.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Marwati, 2020) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha, motivasi usaha yang dilakukan oleh pengusaha sudah tentu akan memudahkan pengusaha dalam menganalisis secara detail apa saja yang menjadi hambatan dalam pendirian usaha kita. Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pranjoto, 2021) menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Novita & Malik., 2021) bahwa digital marketing berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Penggunaan pemasaran digital telah secara signifikan mengubah cara perusahaan menjangkau pelanggan mereka. Format digital, ketersediaan berbagai konten, dan interaktivitas memungkinkan komunikasi pelanggan yang lancar dan personal. Kemampuan untuk menjadi kreatif dan cerdas dalam pemasaran digital dapat mengubah cara pandang seluruh perusahaan, baik itu perusahaan mikro, kecil, menengah maupun perusahaan besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap sejauh mana motivasi, kreativitas, inovasi, dan penerapan digital marketing dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha pada kafe shop di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Dengan memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif bagi pelaku usaha di wilayah tersebut. Penelitian ini memiliki signifikansi yang tinggi karena dapat memberikan wawasan bagi para pelaku usaha, pemerintah daerah, dan akademisi dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan wirausaha yang lebih tepat sasaran, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha pada kafe shop di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang keberlanjutan usaha di kalangan kafe shop dengan judul “PENGARUH MOTIVASI, KREATIVITAS, INOVASI DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA PADA KAFE SHOP DI KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh motivasi terhadap keberlanjutan usaha pada kafe shop di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?
2. Sejauh mana kreativitas mempengaruhi keberlanjutan usaha pada kafe shop di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?
3. Bagaimana inovasi berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha pada kafe shop di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?
4. Apakah digital marketing berperan signifikan dalam mendukung keberlanjutan usaha pada kafe shop di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap keberlanjutan usaha
2. Mengetahui kontribusi kreativitas dalam keberlanjutan usaha
3. Mengevaluasi peran inovasi pada keberlanjutan usaha
4. Mengukur dampak digital marketing terhadap keberlanjutan usaha

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pelaku usaha
Penelitian ini dapat membantu pelaku usaha memahami faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Dengan mengetahui pengaruh motivasi, kreativitas, inovasi, dan digital marketing, pelaku usaha dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperkuat.
2. Bagi Mahasiswa
Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen, dan pemasaran, khususnya dalam konteks kewirausahaan.
3. Bagi Universitas
Hasil penelitian diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber informasi pengetahuan dan bahan perbandingan bagi pembaca yang berminat mempelajarinya dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.