

ABSTRAK

Persaingan bisnis kuliner di era digital yang semakin kompetitif menuntut para pelaku usaha, termasuk pemilik coffee shop, untuk memiliki keunggulan dalam aspek pengetahuan kewirausahaan, kemampuan manajemen, strategi pemasaran digital, serta motivasi internal dalam menjalankan usahanya. Coffee shop yang berkembang pesat di wilayah Kecamatan Gambiran dan Genteng Banyuwangi menjadi fenomena menarik untuk diteliti dalam konteks keberhasilan usaha, khususnya dari sudut pandang faktor-faktor internal pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Digital Marketing, dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha secara parsial maupun simultan pada coffee shop di kedua kecamatan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 70 responden pemilik dan pengelola coffee shop. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Di antara variabel tersebut, Digital Marketing memberikan pengaruh paling dominan, diikuti oleh Pengetahuan Kewirausahaan dan Motivasi Kewirausahaan, sementara Kemampuan Manajemen menunjukkan pengaruh yang lebih rendah meskipun tetap signifikan. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan aspek digital dan personal dalam pengelolaan usaha coffee shop, terutama dalam menciptakan daya saing yang berkelanjutan di tengah dinamika pasar lokal yang semakin menuntut kreativitas dan adaptasi teknologi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam bidang manajemen usaha kecil serta rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM untuk lebih fokus pada peningkatan literasi digital, kapasitas kewirausahaan, dan kualitas manajerial sebagai kunci keberhasilan usaha di sektor kreatif kuliner.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, Digital Marketing, Motivasi Kewirausahaan, Keberhasilan Usaha.

ABSTRACT

The increasingly competitive culinary business landscape in the digital era demands that entrepreneurs, including coffee shop owners, possess excellence in entrepreneurial knowledge, management skills, digital marketing strategies, and internal motivation in managing their businesses. The rapid development of coffee shops in Gambiran and Genteng Districts of Banyuwangi has become a compelling phenomenon to investigate, particularly in the context of business success from the perspective of internal factors of business actors. This study aims to analyze the partial and simultaneous influence of Entrepreneurial Knowledge, Management Capability, Digital Marketing, and Entrepreneurial Motivation on Business Success among coffee shops in the two districts. This research employs a quantitative approach with a survey method, where data were collected through the distribution of questionnaires to 70 respondents consisting of coffee shop owners and managers. The data analysis technique used is multiple linear regression with the aid of SPSS software. The results indicate that all four independent variables significantly influence business success. Among these variables, Digital Marketing shows the most dominant influence, followed by Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Motivation, while Management Capability has a lower yet still significant impact. The implications of this study highlight the importance of strengthening both digital and personal aspects in the management of coffee shop businesses, especially in creating sustainable competitiveness amid the local market dynamics that increasingly demand creativity and technological adaptation. This research contributes theoretically to the field of small business management and provides practical recommendations for MSME actors to focus more on enhancing digital literacy, entrepreneurial capacity, and managerial quality as key factors for success in the creative culinary sector.

Keywords: Entrepreneurial Knowledge, Management Capability, Digital Marketing, Entrepreneurial Motivation, Business Success.