

ABSTRAK

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM umumnya terdiri dari bisnis dengan skala kecil yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau kelompok kecil. Mereka juga berkontribusi pada perekonomian lokal dengan memproduksi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Media Sosial, Kreativitas dan Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada pelaku usaha *coffee shop* di Jember. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik *Sampling Jenuh* dengan jumlah responden 100 pelaku usaha UMKM di sektor *Food & beverage* khususnya *coffee shop* di Jember. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji parsial (uji t) dan simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Media Sosial, Kreativitas, dan Motivasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di sektor *food & beverage* di Jember. Berdasarkan hasil tersebut, Pelaku UMKM disarankan untuk lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Salah satunya dengan tidak tertinggal oleh sesuatu hal yang sedang trending, sehingga dapat membuat konten kreatif yang mampu menarik perhatian audiens. Selain itu, perlu meningkatkan motivasi kewirausahaan melalui pelatihan atau workshop yang dapat mendukung pengembangan keterampilan manajerial dan pemasaran.

Kata Kunci: Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Kewirausahaan, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

Business success is the main goal of a company, where all activities are aimed at achieving success. In general terms, success refers to a state that is better or superior to the previous period. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are an economic sector that plays an important role in a country's economic growth. MSMEs typically consist of small-scale businesses owned and operated by individuals or small groups. They also contribute to the local economy by producing goods and services that meet the needs of the local community. This study aims to analyze the influence of Social Media, Creativity, and Entrepreneurial Motivation on Business Success among coffee shop entrepreneurs in Jember. This study employs a quantitative method with a descriptive approach and a saturated sampling technique, involving 100 SME entrepreneurs in the food and beverage sector, specifically coffee shops in Jember. Data was collected through a questionnaire using a Likert scale and analyzed using validity and reliability tests, multiple linear regression, as well as partial (t-test) and simultaneous (F-test) tests. The results of the study indicate that the variables of Social Media, Creativity, and Entrepreneurial Motivation have a positive and significant effect on business success. Simultaneously, these three variables significantly influence business success among SMEs in the food and beverage sector in Jember. Based on these findings, SME entrepreneurs are advised to be more active in using social media as a promotional tool. One way to do this is by staying up-to-date with trending topics, enabling the creation of creative content that can capture the audience's attention. Additionally, entrepreneurial motivation should be enhanced through training or workshops that support the development of managerial and marketing skills.

Keywords: *Social Media, Creativity, Entrepreneurial Motivation, Business Success*