

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan karena pentingnya kesuksesan usaha bagi para pengusaha UMKM minuman di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. Namun, dalam praktiknya masih ada beberapa kendala, seperti penggunaan media sosial yang belum cukup baik, kurangnya kreativitas dalam mengembangkan usaha, dan kualitas produk yang masih perlu diperbaiki. Kondisi tersebut bisa mengganggu kemampuan UMKM dalam meningkatkan penjualan, menjaga pelanggan, dan bersaing dengan bisnis lainnya. Penelitian ini mencoba mempelajari bagaimana penggunaan media sosial, kemampuan kreatif, dan kualitas produk mempengaruhi kesuksesan usaha pada usaha kecil menengah bidang minuman di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel non-probability dan melibatkan 100 responden yang merupakan pelaku UMKM di bidang minuman. Data dikumpulkan dengan cara menyebarluaskan kuesioner dan kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki dampak positif dan penting terhadap kesuksesan usaha. Kreativitas mempunyai dampak positif dan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Kualitas produk memengaruhi keberhasilan usaha secara positif dan signifikan. Media sosial, kreativitas, dan kualitas produk secara bersamaan mempengaruhi hasil usaha dengan cara yang signifikan. Nilai R kuadrat (R^2) menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti mampu menjelaskan dari variasi keberhasilan usaha, sementara variasi sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Kreativitas, Kualitas Produk, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

This study was conducted due to the importance of business success for MSME beverage entrepreneurs in Ambulu District, Jember Regency. However, in practice, several obstacles persist, such as suboptimal social media usage, a lack of creativity in business development, and product quality that requires improvement. These conditions can hinder the ability of MSMEs to increase sales, retain customers, and compete with other businesses. This study examines how social media usage, creative capabilities, and product quality influence the business success of beverage-sector MSMEs in Ambulu District, Jember Regency. A quantitative approach with a non-probability sampling method was employed, involving 100 respondents who are MSME owners in the beverage industry. Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that social media has a positive and significant impact on business success. Creativity also has a positive and highly influential impact on business success. Product quality positively and significantly affects business success. Collectively, social media, creativity, and product quality significantly influence business outcomes. The R-squared (R^2) value indicates the extent to which the three variables explain the variation in business success, while the remaining variation is attributed to factors not addressed in this study.

Keywords: Social Media, Creativity, Product Quality, Business Success.