

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Akhmad (2021), kewirausahaan adalah padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris, kata entrepreneur berasal dari bahasa Perancis yakni *entreprende* yang berarti petualang, pengambil resiko, kontraktor, pengusaha (Orang yang mengusahakan pekerjaan tertentu), dan pencipta yang menjual hasil ciptaannya. Menurut Riza et al. (2024), kewirausahaan merupakan suatu proses yang melibatkan pengidentifikasian, pengembangan, dan implementasi visi. Visi ini dapat meliputi gagasan baru, strategi penjualan, peluang usaha, serta cara-cara untuk meningkatkan pelaksanaan suatu aktivitas atau tindakan. Menurut Purwantini et al. (2021), kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Menurut Marha dan Saputro (2022), pengertian kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk mengelola sesuatu yang ada dalam diri seseorang untuk dimanfaatkan dan ditingkatkan agar lebih optimal (baik) sehingga bisa meningkatkan taraf hidup dimasa mendatang. Kewirausahaan tidak hanya terbatas pada kegiatan menjalankan sebuah usaha, tetapi juga mencakup kemampuan seseorang untuk mengenali, mengembangkan, dan menerapkan visi usaha yang berbentuk ide-ide baru, strategi pemasaran, serta pemanfaatan peluang yang tersedia. Oleh karena itu, kewirausahaan menjadi fondasi yang sangat penting dalam menciptakan peluang usaha yang baru dan unik untuk meningkatkan keberhasilan dalam aktivitas bisnis.

Menurut Utari dan Yusrik (2021), keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada lainnya yang sederajat atau sekelasnya. Sebuah usaha dianggap berhasil jika memiliki keunggulan dibandingkan dengan waktu yang lalu atau dengan perusahaan yang setara. Menurut Winarni (2021), keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan usaha adalah sasaran utama bagi sebuah perusahaan, di mana semua kegiatan yang ada dalam perusahaan tersebut diarahkan untuk meraih suatu kesuksesan. Menurut Sukriani et al. (2024), seorang wirausaha yang berhasil membuat usaha yang dirintisnya berhasil ialah seseorang yang meningkatkan sumber daya yang tersedia, visi dan misi yang mampu diwujudkan, tingkat pendapatan yang meningkat, produktivitas usaha yang berkembang, citra yang baik dari pelanggandan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya. Jadi, keberhasilan usaha dapat diraih oleh pengusaha apabila mereka memiliki seluruh aspek pribadi yang telah dijelaskan sebelumnya dan juga dilihat dari besarnya pendapatan usaha tersebut.

Menurut Elwani dan Kurniawan (2020), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun diatas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten buatan pengguna (user generated content). Menurut Rahman et al. (2023), media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaanya untuk bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi dan menjalin kemitraan. Menurut Liedfray dan Waani (2022), media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial kini tidak hanya berperan

sebagai alat untuk menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lainnya secara pasif, seperti yang terjadi pada media tradisional yang bersifat *unidirectional*. Dengan adanya media sosial, pengguna dapat memberikan respons, berkomentar, memberikan umpan balik, serta terlibat dalam diskusi secara langsung dan seketika. Menurut Hariyanto dan Ie (2023), dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha secara positif dan signifikan. Menurut Umniyyah (2025), media sosial mencakup pembentukan hubungan yang baik dengan konsumen melalui media yang ada, wadah interaksi antara penjual dan konsumen, kemampuan untuk berinteraksi pasca pembelian dengan konsumen, serta penyaluran informasi yang lengkap dan menarik bagi perhatian konsumen sehingga mencitakan keberhasilan usaha. Menurut Sari (2022), hasil penelitian bisa disimpulkan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan keberhasilan usaha pedagang kuliner di Kecamatan Medan Johor baik secara parsial maupun secara simultan.

Menurut Kartiningsih (2022), kreativitas merupakan kemampuan untuk berimajinasi dan menemukan sesuatu yang baru, yang merupakan kemampuan melakukan generalisasi ide-ide baru dengan melakukan pengkombinasian, pengubahan, atau penerapan kembali ide-ide yang sudah ada. Menurut Wati et al. (2023), kreativitas adalah merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relative berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Menurut Tuzzahrok (2021), kreativitas adalah penciptaan ide-ide yang baru, ide-ide tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk, jasa, atau cara pengolahan yang baru yang mempunyai nilai kemanfaatan sosial atau ekonomi. Oleh karena itu, kreativitas menjadi elemen krusial yang mendorong temuan baru, pertumbuhan pribadi, serta pencapaian dalam banyak aspek kehidupan, seperti dalam pendidikan, bisnis, dan lingkungan kerja. Menurut Susanto dan Suhariadi (2022), secara statistic membuktikan bahwa kreativitas berpengaruh positif atas keberhasilan usaha. Menurut Wijaya dan Handoyo (2023), setiap individu membutuhkan kreativitas, agar dapat menciptakan atau mengembangkan sesuatu yang baru dan unik dengan tujuan dapat memecahkan persoalan yang dihadapi untuk mencapai suatu tujuan yang ingin dicapai, sehingga jika individu tersebut memiliki usaha maka usaha tersebut dapat mencapai keberhasilan karena kreativitas akan membantu memecahkan masalah tersebut. Menurut Nagel dan Suhartatik (2021), seorang wirausaha yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan dalam memecahkan masalah yang tidak terelakan muncul saat mengejar visinya tersebut.

Menurut Alfianto dan Ilahi (2022), kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Menurut Hasanah (2023), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Menurut Apriani dan Bahrin (2021), pengertian kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Ketika produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, konsumen biasanya akan melakukan pembelian kembali. Namun, jika kualitas produk tidak memenuhi harapan, konsumen cenderung akan beralih ke produk lain yang serupa. Menurut Nurhayati et al. (2023), kualitas produk menjadi

faktor yang sangat penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan, kualitas produk juga sebagai faktor penentu kepuasan konsumen setelah membeli produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Menurut Chairuman et al. (2023), koefisien yang positif berarti mempunyai pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keberhasilan usaha.

Kecamatan Ambulu merupakan salah satu entitas administratif yang terletak di kawasan selatan Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Wilayah ini dikenal memiliki bentang alam serta karakteristik lingkungan yang sangat beragam, yang pada akhirnya memicu tingginya dinamika kehidupan masyarakat setempat. Aktivitas sosial ekonomi penduduk di kawasan ini tergolong sangat aktif dan terintegrasi di berbagai sektor strategis, mulai dari mata pencaharian berbasis pertanian, kegiatan perdagangan lokal dan antarl wilayah, penyediaan jasa, penyelenggaraan pendidikan, hingga ikatan kegiatan sosial kemasyarakatan yang erat. Keragaman dan kompleksitas aktivitas inilah yang memposisikan Kecamatan Ambulu sebagai salah satu wilayah yang sangat ideal dan kaya akan data empiris untuk dijadikan objek kajian dalam berbagai jenis penelitian sosial maupun ekonomi. Secara tata kelola pemerintahan, Kecamatan Ambulu membawahi tujuh desa utama, antara lain Desa Sumberejo, Desa Andongsari, Desa Sabrang, Desa Ambulu, Desa Pontang, Desa Karanganyar, dan Desa Tegalsari. Berdasarkan rincian data resmi dari Pemerintah Kabupaten Jember, unit administratif ini membentang di atas wilayah dengan total luas mencapai 116,758 km² <https://www.jemberkab.go.id/wp-content/uploads/2023/10/Informasi-Ringkasan-Dokumen-RKPD>. Selain terbagi atas tujuh desa tersebut, struktur tata kelola di tingkat bawahnya juga didukung oleh keberadaan 27 dusun atau lingkungan yang menjadi pusat pemukiman serta aktivitas harian warga setempat.

Penelitian ini mengulas tentang dunia Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang minuman yang ada di Kecamatan Ambulu, Kabupaten Jember. Alasan utama memilih UMKM minuman sebagai fokus studi adalah karena bisnis makanan dan minuman di daerah Ambulu memang sedang berkembang cukup pesat. Penelitian ini membagi usaha minuman jadi dua kelompok, yaitu minuman tradisional dan minuman modern. Usaha minuman tradisional fokus pada produk-produk khas daerah yang memakai bahan alami serta resep warisan turun-temurun, contohnya seperti jamu, es dawet, es degan, dan wedang. Sementara itu, kelompok UMKM minuman modern diisi oleh para pelaku usaha yang rajin berinovasi baik dari segi bahan, kemasan, hingga cara penyajiannya. Menurut Rantelinggi (2022), minuman tradisional adalah segala sesuatu yang diwarisi dari orangtuanya hingga turun temurun, yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat tertentu menggunakan bahan-bahan alami seperti dedaunan, rempah-rempah, buah-buahan ataupun hasil dari pepohonan. Kecamatan Ambulu adalah salah satu daerah di Kabupaten Jember yang menunjukkan perkembangan ekonomi masyarakat yang signifikan, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu jenis usaha yang mengalami peningkatan pesat adalah UMKM dalam bidang minuman, baik yang bersifat tradisional maupun yang modern mengikuti tren pasar. Menurut Maharani (2024), minuman moderen atau kekinian adalah istilah yang dipakai untuk minuman-minuman inovatif dan populer, baik karena rasa maupun ciri khas nya yang unik, Beberapa jenis minuman kekinian antara lain minuman boba, cheese tea, kopi susu dengan brown sugar, thai tea, dan regal drink. Minuman kekinian yang berasal dari olahan susu seperti milk tea, ice coffee milk atau bubble milk tea semakin sering dikonsumsi belakangan ini. UMKM minuman di Kecamatan Ambulu biasanya dikelola secara mandiri oleh penduduk

setempat dengan skala usaha mikro dan kecil. Usaha ini hadir dalam berbagai format, seperti kedai minuman sederhana, usaha rumahan, gerai minuman modern, hingga stand minuman di area perdagangan dan lingkungan pendidikan. Produk yang ditawarkan sangat bervariasi, mulai dari minuman kopi, susu, teh kekinian, cokelat, jus buah, hingga minuman tradisional yang dimodernisasi.

Tabel 1. 1 Estimasi UMKM di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember

Keterangan	Jumlah
UMKM sektor <i>food and beverage</i> di Kecamatan Ambulu	1.058 UMKM

Sumber : <https://diskopum.jemberkab.go.id> dan estimasi penelitian.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Jember, jumlah UMKM sektor *food and beverage* di Kecamatan Ambulu mencapai sekitar 1.058 unit usaha (<https://diskopum.jemberkab.go.id>). Sektor ini menjadi salah satu penyumbang terbesar dalam aktivitas ekonomi masyarakat karena tingginya permintaan terhadap produk makanan dan minuman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel non-probability dan diketahui dengan jumlah sampel 100 UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menganalisis UMKM minuman yang memenuhi kriteria diantaranya menggunakan platform media sosial, memiliki karyawan minimal 1 orang. Dari hasil prasurvei ditemukan UMKM yang memenuhi kriteria tersebut UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.

Pertumbuhan UMKM minuman di Kecamatan Ambulu didorong oleh beberapa faktor, termasuk meningkatnya pola hidup konsumtif masyarakat, tingginya antusiasme generasi muda terhadap minuman instan, dan kemudahan dalam pemasaran melalui media sosial. Banyak pelaku UMKM sudah memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook untuk promosi dan berkomunikasi dengan pelanggan. Meski begitu, penggunaan media sosial ini masih bersifat dasar dan belum sepenuhnya menerapkan strategi pemasaran digital yang terencana. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh pelaku UMKM dalam memasarkan produknya.

Dalam aspek kreativitas usaha, para pelaku UMKM minuman di Kecamatan Ambulu menunjukkan variasi dalam tingkat inovasi mereka. Beberapa di antara mereka telah memperluas penawaran produk melalui variasi rasa yang lebih banyak, penggunaan bahan-bahan yang tidak biasa, desain kemasan yang lebih modern dan menarik, serta cara penyajian yang sesuai dengan tren saat ini, seperti minuman kopi kekinian, boba, dan dessert. Inovasi ini tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga untuk menyesuaikan dengan perubahan selera dan keinginan konsumen, terutama di kalangan remaja dan generasi muda yang merupakan pasar potensial. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga mulai memanfaatkan platform media sosial sebagai alat promosi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan citra merek mereka.

Kualitas produk juga merupakan aspek penting bagi keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah dalam sektor minuman. Melalui pengamatan di lapangan, kualitas

produk di antara pelaku usaha menunjukkan perbedaan yang cukup mencolok, terutama terkait dengan konsistensi rasa, tingkat kebersihan dalam proses produksi, presentasi produk, serta standar pelayanan terhadap konsumen. Beberapa pelaku usaha telah berhasil menerapkan pengelolaan bahan baku yang berkualitas, menjaga kebersihan alat, serta memastikan bahwa penyajian produk dilakukan dengan cara yang rapi dan menarik, sehingga dapat memberikan pengalaman konsumsi yang memuaskan bagi pelanggan. Konsistensi dalam mutu produk ini menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menciptakan citra positif usaha di mata publik.

Secara keseluruhan, UMKM minuman di Kecamatan Ambulu memiliki potensi ekonomi yang signifikan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja. Namun, tantangan yang ada mencakup optimalisasi pemanfaatan media sosial, peningkatan kreativitas produk, dan perbaikan kualitas produk agar dapat bersaing secara berkelanjutan. Situasi ini menjadikan UMKM minuman di Kecamatan Ambulu sebagai subjek penelitian yang relevan untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui berbagai faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha. Dalam studi ini, faktor-faktor yang diduga berkontribusi terhadap keberhasilan usaha meliputi media sosial, kreativitas, dan kualitas produk yang akan diteliti lebih mendalam melalui pelaksanaan pra-survei dan penelitian. Berikut data pra survey :

Tabel 1. 2 Pra Survei UMKM Minuman Kecamatan Ambulu

No	Pernyataan	Presentase jawaban	
		Ya	Tidak
MEDIA SOSIAL (X1)			
1	Saya membuat konten promosi produk yang menarik dan menghibur di media sosial.	40%	60%
2	Konten yang saya unggah di media sosial mampu menarik perhatian konsumen.	50%	50%
3	Saya aktif membalas komentar atau pesan konsumen melalui media sosial.	40%	60%
4	Media sosial memudahkan saya berkomunikasi langsung dengan konsumen.	60%	40%
5	Saya percaya bahwa media sosial dapat membantu mempromosikan produk minuman saya secara efektif.	45%	55%
KREATIVITAS (X2)			

1	Saya aktif mencari informasi baru untuk mengembangkan usaha minuman yang saya jalankan.	40%	60%
2	Saya percaya usaha minuman saya mampu bersaing dengan usaha lain.	45%	55%
3	Saya dapat menyesuaikan strategi penjualan sesuai kondisi usaha.	40%	60%
4	Saya berusaha mencari solusi ketika menghadapi masalah dalam usaha minuman.	45%	55%
5	Saya menciptakan produk minuman yang memiliki ciri khas tersendiri.	50%	50%
KUALITAS PRODUK (X3)			
1	Produk minuman yang saya jual memiliki kualitas rasa yang konsisten.	45%	55%
2	Produk minuman saya memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing.	40%	60%
3	Saya menggunakan bahan baku yang aman dan berkualitas dalam produksi minuman.	60%	50%
4	Kemasan produk mampu menjaga kualitas minuman tetap baik.	45%	55%
5	Tampilan produk minuman saya terlihat menarik secara visual.	40%	60%
KEBERHASILAN USAHA (Y)			
1	Produk minuman saya memiliki tingkat penjualan yang baik dibanding sebelumnya.	40%	60%
2	Bahan baku dan tenaga kerja dapat dimanfaatkan secara optimal dalam proses produksi.	50%	50%
3	Saya mampu mengelola biaya usaha dengan baik untuk memperoleh laba.	40%	60%
4	Usaha saya mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis.	40%	60%
5	Usaha saya mengalami kemajuan baik dari segi kualitas maupun kuantitas.	50%	50%

Sumber : UMKM Minuman di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pelaku UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember, diperoleh gambaran awal mengenai kondisi media sosial, kreativitas, kualitas produk, serta keberhasilan usaha. Hasil pra-survei ini menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa aspek yang belum optimal dan berpotensi memengaruhi keberhasilan usaha secara keseluruhan.

Ditinjau dari aspek media sosial, sebagian besar responden menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial belum maksimal. Hal ini terlihat dari pernyataan mengenai pembuatan konten promosi yang menarik dan menghibur, di mana 40% responden menyatakan sudah melakukannya, sedangkan 60% lainnya belum optimal. Selain itu, kemampuan konten dalam menarik perhatian konsumen menunjukkan hasil yang seimbang.

Aktivitas dalam membalas komentar atau pesan konsumen juga masih tergolong rendah, dengan sebagian besar responden belum aktif dalam berinteraksi. Meskipun demikian, sebagian responden merasa bahwa media sosial memudahkan komunikasi langsung dengan konsumen, namun tingkat kepercayaan terhadap efektivitas media sosial sebagai sarana promosi masih belum sepenuhnya tinggi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan dampak yang lebih optimal terhadap perkembangan usaha.

Pada aspek kreativitas, hasil pra-survei menunjukkan bahwa tingkat kreativitas pelaku usaha masih berada pada kategori sedang. Hal ini terlihat dari sebagian responden yang belum sepenuhnya memiliki keinginan kuat untuk mencoba hal baru. Selain itu, masih terdapat pelaku usaha yang kurang bersedia mencoba cara baru ketika cara lama tidak berhasil. Kemampuan dalam melihat masalah sebagai peluang untuk belajar juga belum merata di antara responden. Meskipun sebagian pelaku usaha telah berupaya menciptakan gagasan yang unik dan menggunakan imajinasi dalam menghasilkan ide kreatif, hasilnya masih belum optimal secara keseluruhan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kreativitas pelaku usaha masih perlu dikembangkan agar mampu menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing usaha.

Sementara itu, pada aspek kualitas produk, hasil pra-survei menunjukkan bahwa kualitas produk minuman yang dihasilkan masih belum sepenuhnya konsisten. Sebagian responden menyatakan bahwa produk yang dijual belum memiliki keunggulan yang signifikan dibandingkan pesaing. Penggunaan bahan baku yang aman dan berkualitas sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum optimal dalam menjaga kualitas tersebut. Selain itu, kemasan produk dinilai belum sepenuhnya mampu menjaga kualitas minuman secara maksimal, dan tampilan visual produk juga masih perlu ditingkatkan agar lebih menarik bagi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk masih menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen.

Pada variabel keberhasilan usaha, hasil pra-survei menunjukkan hasil tersebut menggambarkan bahwa tingkat keberhasilan usaha pada UMKM minuman masih tergolong belum optimal. Mayoritas responden masih menghadapi hambatan terutama dalam peningkatan penjualan, pengelolaan biaya usaha, serta kemampuan bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis..

Secara keseluruhan, hasil pra-survei ini memperkuat dugaan bahwa media sosial, kreativitas, dan kualitas produk memiliki peran penting dalam memengaruhi keberhasilan usaha. Ketidakseimbangan pada ketiga aspek tersebut diduga menjadi salah satu penyebab belum optimalnya perkembangan usaha UMKM minuman. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis lebih lanjut pengaruh media sosial, kreativitas, dan kualitas produk terhadap keberhasilan usaha UMKM minuman.

1.1 Rumusan Masalah

Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh pelaku UMKM, termasuk UMKM minuman di Kecamatan Ambulu, Jember. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang pesat, pelaku usaha dituntut untuk mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, meningkatkan kreativitas dalam mengelola usaha, serta menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Ketiga faktor tersebut

diyakini berperan penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Namun, pada kenyataannya tingkat pemanfaatan media sosial, kreativitas pelaku usaha, dan kualitas produk pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu masih berbeda-beda, sehingga berdampak pada perbedaan tingkat keberhasilan usaha yang dicapai. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisis pengaruh media sosial, kreativitas, dan kualitas produk terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu, Jember. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu, Jember?
2. Apakah kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu, Jember?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu, Jember?

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, suatu yang didapatkan setelah penelitian selesai, sesuatu yang akan dicapai atau dituju dalam sebuah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan dari penelitian diatas, adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Jember
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Jember
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keberhasilan usaha pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Jember

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian merujuk pada kegunaan atau kontribusi yang diharapkan muncul dari hasil penelitian yang dilaksanakan, baik dalam aspek teoritis maupun praktis. Dalam bagian ini, akan diuraikan pihak-pihak yang akan merasakan manfaat dan dalam bentuk apa manfaat tersebut diberikan setelah penelitian selesai.

1. Secara Teoritis
 Penelitian ini diharapkan bisa membantu memberikan pengetahuan di era sekarang dalam bidang strategi pemasaran digital marketing, terkait teknik konten digital, penggunaan media sosial, dan kredibilitas influencer dalam mempengaruhi peningkatan penjualan UMKM minuman di kecamatan Ambulu. Penelitian ini bisa menambah wawasan mengenai cara kerja ketiga variabel dalam konteks UMKM lokal, sehingga dapat digunakan sebagai pembanding bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam tentang efektivitas strategi pemasaran digital di era digital sekarang.
2. Secara praktis
 - a. Bagi peneliti
 Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman untuk mengetahui bagaimana media sosial, daya tarik iklan dan influencer marketing bisa mempengaruhi minat beli pada UMKM minuman di Kecamatan Ambulu Jember.
 - b. Bagi Universitas Muhammadiyah Jember

Penelitian ini bisa untuk menambah refrensi atau buku bacaan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Jember dan sebagai wawasan pengabdian mahasiswa untuk pengembangan UMKM.

c. Bagi UMKM minuman Kecamatan Ambulu Jember

Penelitian ini membantu para UMKM untuk mengelola strategi pemasaran dengan platform media sosial guna meningkatkan penjualan.

d. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan acuan bagi mahasiswa, peneliti selanjutnya, maupun pihak lain yang ingin melakukan penelitian sejenis di bidang manajemen pemasaran dan kewirausahaan.

