



---

## Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan, *Digital Marketing* terhadap Keberlanjutan Usaha pada Kafe *Shop* di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember

Ilham Dwi Prasetya<sup>1\*</sup>, Akhmad Suharto<sup>2</sup>, Rusdiyanto<sup>3</sup>  
ilhamd527@gmail.com<sup>1\*</sup>, akhmadsuharto@unmuhjember.ac.id<sup>2</sup>,  
rusdiyanto@unmuhjember.ac.id<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen  
<sup>1,2,3</sup>Universitas Muhammadiyah Jember

Received: 16 05 2025. Revised: 28 05 2025. Accepted: 06 06 2025.

**Abstract :** This study began with the phenomenon of many businesses, including cafes, that could not survive long in the midst of fierce business competition. Due to a number of difficult challenges, many business owners decided to stop their businesses. Several factors that are suspected to be the main causes of this problem are lack of innovation, low creativity in product development, and less than optimal digital marketing. This study aims to analyze the impact of motivation, creativity, innovation, and digital marketing on the sustainability of cafe businesses in Summersari District, Jember Regency. The methodology applied in this study is quantitative, where data is collected through questionnaires and data analysis is carried out using multiple linear regression. The number of samples used is 125 respondents with the probability sampling method. The findings of the study indicate that motivation, creativity, innovation, and digital marketing have a significant influence on the sustainability of cafe businesses in Summersari District, Jember Regency.

**Keywords :** Motivation, Creativity, Innovation, Digital Marketing, Business sustainability.

**Abstrak :** Penelitian ini bermula dari fenomena banyaknya usaha termasuk kafe, yang tidak dapat bertahan lama di tengah persaingan bisnis yang sengit. Dikarenakan sejumlah tantangan yang sulit, sehingga banyak pemilik usaha memutuskan untuk menghentikan usaha. Beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab utama masalah ini adalah kurangnya inovasi, rendahnya kreativitas dalam pengembangan produk, serta *digital marketing* yang tidak maksimal. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dampak dari motivasi, kreativitas, inovasi, dan *digital marketing* terhadap kelangsungan usaha kafe di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember. Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner dan analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda. Jumlah sampel yang digunakan adalah 125 responden dengan metode *probability sampling*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi, kreativitas, inovasi, dan *digital marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kelangsungan usaha kafe di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember.

**Kata Kunci** : Motivasi, Kreativitas, Inovasi, *Digital marketing*, Keberlanjutan usaha.

## **PENDAHULUAN**

Kewirausahaan merupakan salah satu hal yang memegang peranan sangat krusial dalam menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Namun banyaknya jumlah usaha yang ada di Indonesia tidak memberikan jaminan bahwa usaha yang telah dijalankan dapat bertahan dengan lama atau memiliki tingkat keberlangsungan yang relatif singkat (Jelatu, 2024). 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 mengarah pada perolehan keuntungan jangka pendek, tapi juga pada kemampuan mempertahankan stabilitas bisnis dalam waktu panjang dengan melihat aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan Juli *et al.*, (2023).

Salah satu elemen yang sering terabaikan 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 (Aini & Widyarfenndhi., 2019). 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 melakukan pemikiran kreatif dan menciptakan gagasan-gagasan yang segar. Kurangnya kreativitas dapat menghambat proses inovasi, sehingga pelaku usaha kesulitan dalam menciptakan barang atau layanan yang dapat memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah (Kalil & Aenurohman., 2020).

Pelaku usaha yang mampu menghadirkan produk atau jasa yang berbeda dari pesaingnya akan lebih mudah menarik minat konsumen. Inovasi tidak cukup pada penambahan produk atau jasa baru, namun juga mencakup inovasi berbisnis, proses produksi, dan penyebaran. Namun, tidak semua pengusaha memiliki keterampilan untuk melaksanakan inovasi secara berkelanjutan (Gohae, 2021). Kemajuan cepat dalam teknologi digital telah mengubah wajah dunia usaha dengan cara yang sangat besar, termasuk bagi pelaku usaha. Digital marketing menawarkan peluang besar untuk pelaku bisnis agar dapat memperbesar area pasar, meningkatkan kehadiran 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 (Ghanilowe *et al.*, 2020).

Kafe bisa dipahami sebagai sebuah tempat untuk berdiskusi, berbincang tentang politik, serta untuk mengekspresikan diri, bukan sekadar lokasi yang menyajikan makanan dan minuman Vivie *et al.*, (2019). Kafe berfungsi sebagai usaha makanan yang dikelola secara bisnis yang mempersembahkan hidangan besar dan kecil kepada para pengunjung. Teori lain menggambarkan kafe sebagai lokasi untuk menikmati makanan dan minuman yang disajikan dengan cepat, sambil menawarkan suasana yang nyaman dengan jumlah tempat duduk yang cukup menurut (Aliyah, 2017). Kabupaten Jember, khususnya wilayah Kecamatan Summersari dipilih sebagai lokasi penelitian, karena Kecamatan Summersari, 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 Summersari. Banyak kafe bermunculan tetapi tidak semua mampu bertahan lama, hal ini mendorong untuk meneliti faktor-faktor yang menentukan keberlanjutan usaha mereka.

Teori *Resource-Based View* (RBV) menekankan bahwa keberlanjutan usaha kafe *shop* di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, sangat bergantung pada pemanfaatan sumber daya internal yang unik, termasuk motivasi karyawan, kreativitas, dan inovasi dalam operasional bisnis. Selain itu, inovasi dan digital marketing berperan penting dalam mendukung strategi RBV untuk menjaga daya saing kafe *shop* di era digital. Pemanfaatan teknologi digital, seperti pemasaran melalui media sosial, layanan pemesanan online, serta program loyalitas berbasis aplikasi, dapat meningkatkan daya tarik kafe di kalangan pelanggan, terutama generasi muda yang menjadi target pasar utama di wilayah Summersari (Rizqi & Supheni., 2024). Keberlangsungan usaha adalah usaha yang menjamin bahwa setiap kegiatan dan proses produksinya memperhatikan aspek sosial (manusia) dan lingkungan (bumi), sambil tetap menghasilkan keuntungan. (Mukharomah, 2023). Keberlanjutan usaha merupakan sebuah konsep yang harus dimiliki dalam dunia bisnis saat ini. Ini bukan hanya tentang profitabilitas semata, tetapi juga mengenai kemampuan sebuah bisnis untuk bertahan dalam jangka panjang sambil memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

Menurut Nainggolan, (2024) Motivasi adalah pendorong yang memengaruhi berbagai proses perilaku manusia untuk mencapai target. Di sisi lain, komponen yang ada dalam motivasi

mencakup unsur penggerak, penuntun, pemelihara, menunjukkan tingkat semangat, bersifat berkelanjutan, dan adanya sasaran. Motivasi kerja adalah salah satu aspek yang mendorong perkembangan jiwa kewirausahaan seseorang. Keberhasilan individu sering kali didukung oleh motivasi kuat yang mendasari setiap usaha yang dilakukannya. Pengusaha dengan motivasi yang kuat biasanya memiliki tekad yang besar, ketekunan, serta daya juang dalam menghadapi berbagai rintangan dalam dunia usaha. Dalam penelitian (Marwati, 2020) dan (Nanang & Syahputra., 2024) menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Dari penelitian tersebut dijelaskan adanya pengaruh variabel X dan Y. Maka dibuatlah hipotesis ini : Pengaruh motivasi terhadap keberlanjutan usaha.

Menurut Rachmayani, (2020) Kreativitas dapat dipahami sebagai untuk menghasilkan gagasan dan mencari solusi baru dalam menghadapi masalah dan memanfaatkan kesempatan. kreativitas memainkan peran penting dalam keberlanjutan usaha kafe *Shop*, karena memungkinkan bisnis untuk terus berkembang dan beradaptasi di tengah-tengah persaingan yang ketat. Penelitian yang di lakukan (Hamka *et al.*, 2021) dan (Al-Dawiyah & Sugianto., 2023) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Dari penelitian tersebut dijelaskan bahwa ada pengaruh antar variable. Maka dibuatlah hipotesis sebagai berikut : H2 Kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha.

Menurut Hamka *et al.*, (2021) Inovasi sendiri dapat diartikan sebagai proses mengambil gagasan-gagasan kreatif dan mengubahnya menjadi produk atau metode kerja yang bermanfaat. Sebuah usaha yang dapat menghadirkan inovasi akan memiliki peluang untuk memimpin dan mengurangi kemungkinan pesaingnya untuk berinovasi lebih dahulu. Oleh karena itu, pengusaha perlu merencanakan strategi inovasi untuk bisnisnya agar bisa menciptakan keunggulan dibandingkan pesaing. Dalam penelitian (Anwar *et al.*, 2023) dan (Sudalyo & Prasetyaningrum., 2023) inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Penelitian yang dilakukan (Tingal & Situmorang., 2024) inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Sehingga dapat dibuat hipotesis : H3 Inovasi berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha.

Menurut Adzani & Saputra., (2022) *digital marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog*, *website*, *e-mail*, *adwords*, jejaring sosial dan tentu saja *digital marketing* bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu, digital pemasaran memberikan kesempatan untuk membangun ikatan yang lebih personal dengan pembeli, meningkatkan kepercayaan, dan mendapatkan timbal balik yang berharga untuk perbaikan produk. Dengan

memanfaatkan analitik dan data digital, perusahaan dapat memahami preferensi konsumen dan tren pasar. Penelitian dilakukan oleh (Hardiansyah *et al.*, 2023) dan (Pramesti & Pramuki., 2024) menjelaskan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Dari penelitian ini bahwa ada pengaruh antar variable. Maka dibuatlah hipotesis berikut : H4 Digital Marketing berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2016) Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui alat penelitian, dan analisis data yang dilakukan bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. populasi dalam penelitian ini ditemukan sebanyak 125 kafe *shop* yang beroperasi di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah umum yang terdiri antara objek atau subjek yang mempunyai kualitas serta karakter tertentu yang telah ditentukan peneliti untuk dipelajari dan dipahami. Metode pengambilan sampel yang diterapkan penelitian ini adalah *probability sampel*, yaitu metode seluruh populasi dibuat sampel penelitian. Berdasarkan hasil observasi, populasi yang diteliti yaitu 125 Kafe *Shop* yang berada di Kabupaten Jember, khususnya di Kecamatan Summersari. Oleh karena itu, seluruh 125 Kafe *Shop* tersebut dijadikan sampel penelitian ini, berharap hasil yang diperoleh lebih akurat tepat dan mencerminkan kondisi sesungguhnya dari populasi yang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Validitas dilakukan menggunakan SPSS versi 27. Penghitungan uji validitas pada penelitian ini dengan nilai signifikan yang ada pada table, jika nilai signifikansi menunjukkan angka kurang dari 0,05 maka pernyataan tersebut dikatakan valid, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka pernyataan dinyatakan tidak valid Ghozali, (2018). Berdasarkan hasil pengujian validitas bahwa korelasi antara masing-masing dari indikator setiap variabel terhadap total skor konstruk menunjukkan hasil yang valid, karena hasil nilai signifikansi setiap variabel  $< 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa dari semua item pernyataan dinyatakan valid. Menurut Sugiyono, (2019) Penelitian yang reliabel, jika adanya kesamaan data dengan waktu yang berbeda. Cara untuk mengukur apakah suatu instrumen reliabel adalah melihat nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel. Jika memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standart Alpha	Keterangan
Motivasi (X1)	0,719	> 0,60	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,708	> 0,60	Reliabel
Inovasi (X3)	0,750	> 0,60	Reliabel
Digital Marketing (X4)	0,714	> 0,60	Reliabel
Keberlanjutan Usaha (Y)	0,705	> 0,60	Reliabel

Hasil pengujian reliabilitas variabel motivasi (X1) menunjukkan nilai *cronboach alpha* sebanyak 0,719, kreativitas (X2) sebanyak 0,708, inovasi (X3) sebanyak 0,750, *digital Marketing* (X4) sebanyak 0,714 dan keberlanjutan usaha (Y) menghasilkan angka *cronboach alpha* sebanyak 0,705. Semua nilai *cronboach alpha* menunjukkan lebih dari 0,60, hal ini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan teruji reabilitasnya dan dinyatakan reliabel. Menurut Ghozali, (2018) uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah setiap variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak. Untuk memeriksa normalitas distribusi suatu data, digunakan statistik Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Residual dianggap memiliki distribusi normal apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Mengacu pada hasil pengujian normalitas, diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,183. Karena nilai ini lebih tinggi dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk memeriksa dan memastikan apakah terdapat hubungan yang kuat atau sempurna antara variabel independen dalam suatu model regresi. Apabila nilai VIF lebih besar dari 0,01, maka hal ini menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Vif	Keterangan
Motivasi (X1)	0,383	2,612	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kreativitas (X2)	0,484	2,067	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Inovasi (X3)	0,353	2,830	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Digital Marketing (X4)	0,391	2,556	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Menampilkan hasil pengujian multikolinieritas pada alat ukur variabel motivasi (X1), kreativitas (X2), inovasi (X3) dan digital marketing (X4) menunjukkan nilai tolerance lebih tinggi 0,1 dan nilai VIF untuk keempat variable berkisar antara 2,067 hingga 2,830, yang masih berada dibawah 10. Disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas. Menurut Ghozali, (2018) Heteroskedastisitas dilakukan untuk memverifikasi adanya perbedaan varian dari sisa-sisa untuk berbagai pengamatan dalam sebuah model regresi. Model regresi yang ideal adalah yang memiliki homoskedastisitas atau tidak mengandung

heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser merupakan salah satu teknik yang di pakai penelitian ini, Uji glejser dengan fokus sebagai berikut: Nilai signifikan  $> 0,05$  maka data heteroskedastisitas tidak dapat terjadi. Dilakukan uji glejser menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel motivasi (X1) adalah 0,481, kreativitas (X2) adalah 0,387, inovasi (X3) adalah 0,751 dan digital marketing adalah (X4). Dari seluruh variable independen mempunyai hasil signifikan lebih tinggi 0,05 yang menunjukkan model regresi dalam penelitian ini tidak adanya heteroskedastisitas.

Menurut (Pokhrel, 2024) analisis regresi linier ganda untuk memahami atau menilai seberapa kuat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan sejumlah variabel independen (X).  $Y = 0,190 + 0,197(X1) + 0,127(X2) + 0,208(X3) + 0,257(X4) + e$  Berdasarkan model regresi linear ganda di atas, didapatkan informasi sebagai berikut : a) Koefisien regresi untuk variabel motivasi (X1) adalah 0,197 dan berifat positif, yang berarti ketika variabel motivasi (X1) meningkat sebanyak 1 poin, hal ini akan memiliki dampak yang signifikan. b) Koefisien regresi untuk variabel kreativitas (X2) adalah 0,127 dan bersifat positif, yang berarti jika variabel kreativitas (X2) meningkat sebesar 1 poin, hal ini secara signifikan akan berpengaruh. c) Koefisien regresi untuk variabel inovasi (X3) adalah 0,208 dan bersifat positif, yang berarti jika terdapat peningkatan sebesar 1 poin pada variabel inovasi (X3) secara signifikan. d) Koefisien regresi untuk variabel pemasaran digital (X4) adalah 0,257 dan bersifat positif, yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan sebesar 1 poin pada variabel pemasaran digital (X4), maka pengaruhnya akan signifikan.

Menurut (Ghozali, 2017) Uji t adalah metode yang digunakan untuk membandingkan rata - rata dari dua kelompok dan untuk menentukan apakah perbedaan tersebut cukup besar untuk dianggap signifikan secara statistik. Untuk menginterpretasikan uji t menggunakan *unstandardized coefficients* pada program SPSS. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05 artinya diterima, jika nilai signifikan lebih tinggi 0,05 artinya di tolak.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik T

Variabel	t	Sig	Alpha
Motivasi (X1)	2.854	0,005	$< 0,05$
Kreativitas (X2)	2.200	0,030	$< 0,05$
Inovasi (X3)	2.966	0,004	$< 0,05$
Digital Marketing (X4)	3.592	$<,001$	$< 0,05$

Sesuai dengan Tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05. Oleh karena itu, setiap variabel menunjukkan sifat positif dan signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang mengemukakan bahwa keempat

variabel mempengaruhi kelangsungan usaha diterima. Pada koefisien determinasi, fungsi utama adalah untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan perubahan pada variabel yang bergantung. Jika nilai R semakin dekat dengan satu, maka dampak dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin menguat. Sebaliknya, jika nilai R semakin mendekati nol, maka keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi semakin lemah. Nilai R<sup>2</sup> berada dalam rentang antara 0 hingga 1; jika nilainya mendekati 1, performa model dalam menjelaskan variabel dependen dianggap semakin baik (Purnomo, 2017). Berdasarkan hasil pengamatan, nilai R yang didapat adalah 0,828. Ini mengindikasikan bahwa ada kontribusi antara variabel bebas (Motivasi, Kreativitas, Inovasi, dan Digital Marketing) dengan variabel dependen (Keberlanjutan Usaha) cukup kuat karena nilai R mendekati 1. Sementara itu, hasil koefisien determinasi berganda (R<sup>2</sup>) sebesar 68,6% menjelaskan bahwa variabel bebas (motivasi, kreativitas, inovasi, digital marketing) mampu menjelaskan variabel terikat (keberlanjutan usaha), sedangkan sisanya sebesar 31,4% merupakan variabel lain seperti modal usaha, lokasi usaha, gaya kepemimpinan, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil analisis yang telah disampaikan, hal ini dapat dilakukan pembahasan diantaranya. 1) Hasil ini menunjukkan bahwa motivasi berdampak baik dan signifikan pada kelangsungan bisnis cafe *shop* di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Demikian hipotesis pertama (H1) diterima. Motivasi dalam berwirausaha mencakup kebutuhan akan prestasi, keberanian mengambil risiko, kepercayaan diri, serta keinginan kuat untuk berkembang. Temuan ini sejalan dengan *Theory of ERG* dari Alderfer yang menyatakan bahwa eksistensi, hubungan, dan pertumbuhan adalah pendorong utama perilaku kewirausahaan. 2) Hasil ini menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan pada keberlanjutan usaha cafe *shop* di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptakan gagasan-gagasan segar, orisinal, dan berguna dalam mengelola bisnis. (Wardani & Dewi, 2021).

Temuan ini relevan dengan Teori Sosiokultural dari Vygotsky, yang menekankan bahwa kreativitas berkembang melalui interaksi sosial dan budaya. 3) Hasil ini mengindikasikan bahwa inovasi memberikan dampak yang baik dan berarti terhadap kelangsungan bisnis cafe *shop* di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Inovasi diartikan sebagai proses mengubah gagasan-gagasan original menjadi barang, jasa, atau cara baru yang memiliki nilai tambah (Hamka et al., 2021). Temuan ini sejalan dengan Teori Karakteristik Inovasi dari Rogers, yang menyatakan bahwa inovasi dengan keunggulan relatif, kompatibilitas, dan visibilitas tinggi akan lebih mudah

diterima. 4) Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pemasaran digital memiliki dampak positif dan berarti terhadap keberlanjutan bisnis cafe *shop* di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. Dengan demikian (H4) diterima. Temuan ini konsisten dengan Teori Media Sosial yang menekankan pentingnya interaksi dua arah dan personalisasi dalam membangun hubungan dengan konsumen.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan di bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut: 1) Motivasi berdampak baik dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hasil dari pengujian t menunjukkan angka signifikan lebih kecil dari 0,05, diartikan bahwa semakin tinggi motivasi pelaku usaha, maka semakin kuat pula motivasi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka. Hal ini menegaskan bahwa motivasi menjadi faktor internal penting dalam mendorong keberlangsungan usaha kafe di Sumbersari. 2) Kreativitas berdampak positif dan signifikan pada keberlanjutan usaha. Dengan nilai signifikansi mencapai kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha yang mampu menghasilkan ide-ide baru dan unik memiliki peluang lebih besar dalam mempertahankan eksistensi bisnis mereka di tengah persaingan. 3) Inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,004 ( $< 0,05$ ), menunjukkan bahwa inovasi dalam produk, layanan, maupun proses bisnis berperan besar dalam menjaga keberlangsungan kafe *shop*. 4) Digital Marketing juga berdampak positif dan signifikan pada keberlanjutan usaha, dengan nilai signifikansi  $< 0,001$ . Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital secara optimal dapat mengembangkan area pasar, menjalin koneksi dengan pelanggan, serta memperkuat daya saing usaha. Secara simultan, keempat variabel independen yaitu motivasi, kreativitas, inovasi, dan digital marketing mampu menjelaskan 68,6% dari variabel keberlanjutan usaha ( $R^2 = 0,686$ ), sisa sebesar 31,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti modal, lokasi, dan gaya kepemimpinan.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Aini, N., & Widyafendhi. (2019). Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 2(2), 184–195.  
<https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jim/article/view/1814>
- Al-Dawiyah, T., & Sugianto. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas Dan Modal Usaha

- Terhadap Keberlanjutan Usaha Umkm Dalam Kerangka Maqashid Syariah. *Kabilah: Journal of Social Community*, 8(1), 472–489.  
<https://doi.org/10.36418/COVALUE.V11I1.1972>
- Aliyah, M. (2017). *Strategi Bersaing Akasia Coffee Di Summersari Kabupaten Jember*.  
<https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/104465>
- Anwar, M. C., Andini, S. A., Adellia, E. A., & Yulaeli, T. (2023). Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi terhadap Keberlanjutan UKM di Indonesia (Studi Literature Review). *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Logistik*, II(2), 300–313.  
<https://ciptakind-publisher.com/jumati/index.php/ojs/article/view/148>
- Asiva Noor Rachmayani. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Di Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 6. <https://doi.org/10.54895/jmbu.v2i1.914>
- Bilqis Alifia Adzani, & Erwindi Saputra. (2022). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner Pasar Lama Tangerang. *NAWASENA : Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(3), 79–83.  
<https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i3.399>
- Ghanilowe, M. M., Dwianika, A., Nurhidayah, F., Cendrawasih, J., Jaya, B., Baru, S., Selatan, T., Cendrawasih, J., Jaya, B., Baru, S., & Selatan, T. (2020). *Menggali Potensi UMKM : Pelatihan Digital Marketing Sebagai Kunci Keberlanjutan Usaha*. 1–6.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/19529>
- Ghozali, I. (2017). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/148190/aplikasi-analisis-multivariate-dengan-program-ibm-spss-25.html>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.  
<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/148190/aplikasi-analisis-multivariate-dengan-program-ibm-spss-25.html>
- Gohae, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi). *Jurnal Uniraya*, 5 No 1(1), 51–57. <https://www.jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB/article/view/254>
- Hamka, H., Marjuni, S., & Chahyono, C. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha Melalui Pelaku Usaha Industri Pengolahan Makanan Dan

- Minuman Di Kabupaten Maros. *Indonesian Journal of Business and Management*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.35965/jbm.v4i1.1190>
- Hardiansyah, G., Triana M, N., Kalis, M. C., Mahdi, I., Aripin, & Yani, A. (2023). Analisis Pengaruh Kapabilitas Usaha Dan Digital Marketing Terhadap Sustainability Umkm Kain Songket Di Kabupaten Sambas Dan Kerajinan Bidai Di Kabupaten Bengkayang Sebagai Wilayah Perbatasan. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 1941–1959. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.52822>
- Jelatu, H. (2024). *Efek Kemampuan Berwirausaha Terhadap Pengembangan Usaha : Pendekatan Kuantitatif*. 2(1), 1–5.
- Juli, N., Sari, F. M., Dewi, S., Rokhman, N., Sains, D., & Ulama, N. (2023). *Bumi : Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat Workshop Penguatan Tata Kelola UMKM Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Usaha Workshop On Strengthening MSME Governance To Improve Business Sustainability Program studi Akuntansi , Fakultas*. 3. <https://ejurnal.itbkpp.ac.id/index.php/JEP3D/article/view/25>
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>
- Marwati, F. S. (2020). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Motivasi Terhadap Keberlangsungan Usaha CV. Cikal Reka Kreasi di Sukoharjo. *International Journal of Islamic Studies*, 29(2), 197–215. <https://doi.org/10.23917/suhuf.v29i2.5645>
- Nainggolan, E. (2024). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Di Asia Mega Mas Medan. *Senashtek 2024, Vol. 2 No. 1 (2024): Senashtek 2024, 297–304*. <https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/senashtek2/article/view/46>
- Nanang, M., & Syahputra, I. A. (2024). Pengaruh Motivasi Anak Muda Terhadap Keberlangsungan Usaha Bidang Pertanian Di Ogan Komering Ulu Timur. *Simbiosis : Jurnal Ekonomi & Sains Pertanian*, 1(2), 35–44. <https://doi.org/10.30599/simbiosis.v1i2.3525>
- Pokhrel, S. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Teman Kurir Di Pinrang. *Ayan*, 15(1), 37–48. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/6532/1/19.2400.057.pdf>
- Pramesti, N. K. A., Pramuki, N. M. W. A., & Yuliantari, N. P. Y. (2024). Pengaruh Modal

- Usaha, Literasi Keuangan Dan Digital Marketing Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Denpasar. (2024). *Hita Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 13-22. <https://doi.org/10.32795/hak.v5i4.5898>
- Purnomo, E. S. (2017). *Statistika untuk Penelitian dan Skripsi*. In *Yogyakarta: Pustaka Baru Press*. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/92632>
- Rizqi, A., & Supheni, I. (2024). *Pengaruh Human Capital , Struktural Capital , dan Relasional Capital Terhadap Pengungkapan Inovasi Disruptif*. 2(2). <https://doi.org/10.59330/jmd.v2i2.52>
- Sudalyo, R. A. T., & Prasetyaningrum, N. E. (2023). Pemanfaatan Modal Usaha Dalam Mendukung Digital Marketing Dan Inovasi Usaha Terhadap keberlangsungan usaha pada umkm di Boyolali. *Jurnal Ekonomi DaN Kewirausahaan*, 23(1), 42–49. <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/Ekonomi/article/view/8559>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Tingal, J. M., & Situmorang, T. P. (2024). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Kinerja UMKM terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Waingapu. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 684–694. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13774>
- Vivie, S., Hatane, S., & Diah, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty Di Kafe Excelso Tunjungan Plaza Surabaya: Perspektif B2C. *Journal of Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 1(1), 1-15. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/291>
- Wardana, F. P., & Mukharomah, W. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan E-Commerce terhadap Performance Marketing dan Keberlanjutan Bisnis Pada Usaha Oleh-Oleh Khas Kota Solo. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 371–379. <https://doi.org/10.37034/infep.v5i2.558>
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>