

ABSTRAK

Kain tenun ikat merupakan warisan budaya bernilai tinggi sekaligus penopang ekonomi kreatif yang vital di Kota Kupang, khususnya di Kecamatan Maulafa yang memiliki jumlah pelaku usaha tenun ikat terbanyak. Namun, ketatnya persaingan di era digital menuntut pelaku usaha untuk adaptif dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh media sosial, kreativitas usaha, dan motivasi usaha baik secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha UKM kain tenun ikat di Kecamatan Maulafa, Kota Kupang.

Menurut (Puntoadi, 2011) media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah perkumpulan. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audio visual. Sementara, Amstrong dan Adams (2014) menyatakan kreativitas sebagai kunci inovasi yang mendorong daya saing usaha kecil dan menengah. Sementara (Maslow, 1970). Motivasi usaha adalah dorongan internal atau eksternal yang mendorong Pelaku usaha untuk terus berupaya mencapai tujuan.

Motivasi usaha dapat berasal dari keinginan untuk sukses, pengakuan dari pelanggan, atau pendapatan yang meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner skala 1-10. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UKM kain tenun ikat di Kecamatan Maulafa yang berjumlah 153 unit usaha. Dengan menggunakan rumus Slovin (toleransi 10%), diperoleh sampel representatif sebanyak 61 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif (Metode Three-Box) dan

Analisis Regresi Linear Berganda dibantu program SPSS versi 24. Uji parsial (uji t), Uji Simultan (uji f) dan Koefisien (R^2) Dari hasil yang digunakan peneliti dapat menyimpulkan bahwa

secara parsial Media sosial (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan Usaha (Y), Kreativitas Usaha (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan Usaha (Y), dan, Motivasi Usaha (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keberhasilan Usaha (Y). Sedangkan secara simultan Media sosial (X1) Kreativitas Usaha (X2) dan Motivasi Usaha (X3). memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan Usaha Usaha UKM Kain Tenun ikat di Kecamatan Maulafa. Hal ini dibuktikan dengan nilai konstanta sebesar (a) = 0,465 sedangkan koefisien regresi untuk Media Sosial (b1) = 0,355 Kreativitas usaha (b2) = 0,341, dan Motivasi usaha (b3) = 0,289. Dengan tingkat signifikan $Y = 0,465 + 0,355 X1 + 0,341 X2 + 0,289 X3$

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel media sosial (80,59), kreativitas usaha (85,56), motivasi usaha (84,20), dan keberhasilan usaha (83,70) seluruhnya berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), ditemukan bahwa: (1) Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha ($t_{hitung} 9,938 > t_{tabel} 1,672$; Sig. 0,000); (2) Kreativitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha ($t_{hitung} 16,101 > t_{tabel} 1,672$, Sig. 0,000); dan (3) Motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha ($t_{hitung} 5,888 > t_{tabel} 1,672$; Sig. 0,000). Secara simultan (uji F), ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

(*Fhitung* 1551,547 > *Ftabel* 2,766; Sig. 0,000). Nilai Adjusted R Square sebesar 0,987 menunjukkan bahwa kontribusi media sosial, kreativitas usaha, dan motivasi usaha dalam menjelaskan keberhasilan usaha adalah sebesar 98,7%, sedangkan sisanya sebesar 1,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Implikasi terapan dari penelitian ini menyarankan pelaku UKM untuk terus mengoptimalkan promosi digital, memodifikasi produk tenun menjadi barang fungsional modern (seperti tas dan pakaian jadi) tanpa menghilangkan nilai filosofisnya, serta bagi pemerintah daerah untuk memberikan pelatihan pemasaran digital secara intensif.

Kata Kunci: Media Sosial, Kreativitas Usaha, Motivasi Usaha, Keberhasilan Usaha, UKM Kain Tenun Ikat.