

# Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru

NURUL SUKRIANI\*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Persada Bunda  
Jl. Diponegoro No.42 Pekanbaru – Riau, Telp. (0761) - 40218  
E-mail : Nurulhijab85@gmail.com

Submit: 29 Juni 2022

Review: 10 Juli 2022

Publish: 26 Juli 2022

\*) Korespondensi

**Abstract:** This study aims to analyze the effect of innovation and creativity on the Business Performance of Culinary MSMEs in Pekanbaru City. The data analysis method used is quantitative. Sources of data using primary and secondary in the form of questionnaires and interviews. The population in this study were SMEs in the culinary field in the city of Pekanbaru. For the population and samples because the number of populations is not known with certainty, then using the formula with the Wibisono method and obtained a total sample of 97 people. The results showed that there was a simultaneous significant influence between Innovation and Creativity on the Business Performance of Culinary MSMEs in Pekanbaru City. Partially also found the influence of Innovation and Creativity on Business Performance of Culinary MSMEs in Pekanbaru City.

**Keywords:** *Innovation, Creativity, Business Performance*

Kewirausahaan merupakan tindakan seseorang untuk menciptakan usaha/bisnis atas peluang dan kemampuan yang dimiliki. Semakin banyaknya masyarakat yang memilih berwirausaha karena berbagai macam faktor; Jumlah pengangguran yang semakin meningkat, sulitnya mencari pekerjaan yang sesuai sehingga berwirausaha menjadi salah satu solusi dari kondisi yang ada. Memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen akan memberikan masukan penting untuk merancang strategi bisnis agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Para pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing dan mengikuti setiap gerak perubahan sehingga mengarahkan pelaku usaha dalam terciptanya suatu keberhasilan bagi usahanya.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terus mengalami perkembangan ditandai dengan semakin banyaknya UMKM yang bermunculan dengan menawarkan produk inovatif yang beraneka ragam maka, bukan hal yang tidak mungkin bahwa UMKM menjadi prioritas utama untuk memenuhi kebutuhan

pasar. Diperlukan inovasi dan kreatifitas pemilik UMKM agar usahanya terus bisa bersaing, khususnya untuk pelaku UMKM Kuliner yang saat ini semakin banyak bermunculan dengan berbagai ragam dan inovasi kuliner yang ditawarkan. Peran dari UMKM semakin tepat untuk dikembangkan pemerintah mengingat saat ini dengan mengedepankan potensi yang dimiliki oleh daerah di Indonesia, khususnya di Kota Pekanbaru saat ini. Terutama saat pandemi covid-19 yang melumpuhkan hampir seluruh aspek kehidupan. Selain itu pandemi covid-19 ini juga berdampak pada semua sektor perekonomian baik yang berskala besar sampai yang berskala kecil (Nasution, 2020; Amri, 2020).

Secara sektoral, ada 3 sektor usaha yang paling terdampak oleh pandemi Covid-19. Ketiganya adalah sektor akomodasi, makanan, dan minuman; sektor jasa lainnya; serta sektor transportasi dan pergudangan, (BPS RI, 2020). Namun dampak kebijakan ini terhadap performa dunia usaha cenderung bervariasi. Berdasarkan data survei BPS tahun 2020, terdapat 14,6% pelaku usaha

memiliki pendapatan yang stabil, dan sekitar 2,55% mengaku mengalami peningkatan pendapatan di tengah pandemi (BPS RI, 2020). Namun lebih banyak data yang menunjukkan penurunan. Seperti pada data sekitar 92,47% pelaku usaha akomodasi, makanan, dan minuman mengalami penurunan pendapatan (BPS RI, 2020) didukung data survei Smesco dan OK OCE yang menyebutkan bisnis kuliner menjadi bisnis dengan penurunan omzet terbanyak sebesar 43,09%, diikuti sektor berikutnya sektor jasa sebesar 26,02% dan sektor fesyen sebesar 13,01% (wartaekonomi.co.id, 2020)

Dampak penurunan omset tersebut tentunya juga berlaku pada pelaku UMKM kuliner di kota Pekanbaru, Maka pelaku UMKM perlu memiliki strategi dalam menghadapi perubahan situasi ekonomi dan tren yang berubah akibat pandemi Covid-19 agar dapat terus menjalankan usaha. Antara lain memanfaatkan kecanggihan teknologi, bersikap fleksibel dan memperhatikan terkait perilaku dan kebiasaan baru masyarakat di masa pandemi (Kusumaningrum, Hurdawaty, & Yenny, 2020). Strategi usaha menunjukkan langkah atau tahapan upaya yang dilakukan perusahaan untuk menjadi unggul dan kompetitif di kancah persaingan bisnis yang merupakan hal dasar yang perlu direncanakan sebelum memulai bisnis (Wardoyo, Rusdianti, & Purwantini, 2015) (Permana, 2015). Untuk meningkatkan kembali keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru, diperlukan inovasi dan keahlian di bidang kreativitas serta kualitas yang baik agar usaha yang dihasilkan juga baik, Bantuan media sosial dapat juga membantu UMKM untuk menambah pengetahuan wirausaha dalam mengelola usahanya, meningkatkan kegiatan operasional, peningkatan kapasitas produksi, wilayah pemasaran, dan menciptakan pelanggan sehingga dapat memacu perkembangan usaha kecil dan menengah khususnya di bidang Kuliner.

Sumber daya manusia yang berkualitas pada kegiatan UMKM

diharapkan mampu untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas atas produk yang dihasilkannya terutama pada produk makanan kuliner. Selain itu dengan dukungan SDM yang memadai, maka usaha yang dijalankan dapat menjadi pemenang di tengah persaingan usaha di era globalisasi ini (Faizal, Rosmadi, & Nurdianto, 2018; Kalil & Aenurohman, 2020; Leonandri & Rosmadi, 2018). Dengan adanya inovasi dan kreativitas baik dari pelaku usaha, maka berdampak bukan hanya pada kualitas produk saja tetapi pada peningkatan jumlah penjualan, produk sulit untuk ditiru, serta dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak (Heye, 2006; Loewe & Dominiquini, 2006).

Berdasarkan observasi penulis pada penelitian ini dan fenomena permasalahan yang ada, maka Tujuan penelitian ini ingin mengetahui secara menyeluruh bagaimana pengaruh kreatifitas dan inovasi UMKM kuliner di kota Pekanbaru dalam menghadapi pandemi Covid-19. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perencanaan pengembangan UMKM di masa pandemi, serta dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya terkait UMKM di masa pandemi.

### **Kualitas SDM**

Sumber daya manusia khususnya bagi usaha kecil merupakan kekuatan utama apalagi dalam situasi pandemi covid-19 ini. Dengan dukungan finansial yang tidak terlalu besar serta hanya menggunakan teknologi yang sederhana mampu untuk membantu pemerintah baik dalam mengatasi pengangguran dan pertumbuhan ekonomi (Rosmadi, Herlina, Widiastuti, & Tachyan, 2019). Oleh karena itu sumber daya manusia kegiatan UMKM harus memiliki kualitas yang baik agar usaha yang dirintisnya dapat berjalan dengan baik serta mencapai tujuan yang diharapkan. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan UMKM memiliki daya

saing serta unggul baik dari segi kualitas maupun harga (O'Cass & Ngo, 2011).

### **UMKM Kuliner dan Kewirausahaan**

Tidak sebandingnya jumlah angkatan kerja dengan lapangan kerja mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang tidak terserap. Untuk mengatasi permasalahan ini termasuk perubahan perekonomian dunia yang tidak menentu, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan berkaitan dengan optimalisasi potensi perekonomian rakyat yang mengedepankan kearifan lokal sebagai basis perekonomian baru melalui kegiatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu cara yang tepat untuk dikembangkan di masyarakat Indonesia dan sebagai mesin penggerak yang dapat diandalkan untuk meningkatkan perekonomian rakyat (Novitasari & Zuraida, 2015; Mulyani, 2014; Sukirman, 2017).

UMKM (Usaha Menengah Kredit Mikro) adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh badan usaha atau perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM merupakan salah satu bentuk dari kewirausahaan. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan. Masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan (pangan), dan minuman. Maka, UMKM Kuliner dapat diartikan sebagai kegiatan kewirausahaan yang di jalankan oleh UMKM dengan jenis usaha di bidang makanan dan minuman siap saji (<https://id.quora.com/Apa-yang-dimaksud-dengan-kuliner>). Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan suatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Banyak orang, baik pengusaha maupun yang bukan pengusaha meraih sukses karena memiliki kemampuan berpikir

kreatif dan inovatif. Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Tidak sedikit orang dan perusahaan yang berhasil meraih kesuksesan karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan munculnya ide-ide dan pemikiran-pemikiran untuk menciptakan suatu yang baru dan berbeda. Sedangkan dalam organisasi perusahaan proses inovatif dan kreatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan untuk meraih pangsa pasar. Baik ide, pemikiran, maupun tindakan kreatif tidak lain adalah untuk menciptakan suatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang berbeda dan baru adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang (Suryana, 2006) Wirausahawan adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan. Risiko kerugian merupakan hal biasa karena mereka memegang prinsip bahwa faktor kerugian pasti ada. Bahkan, semakin besar risiko 4 kerugian yang dihadapi, semakin besar pula keuntungan yang dapat diraih. Tidak ada istilah rugi selama seseorang melakukan usaha dengan penuh keberanian dan penuh perhitungan (Kasmir, 2006).

### **Inovasi dan Kreativitas Usaha kecil**

Merupakan bagian dari mikroekonomi diharapkan mampu untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Kegiatan UMKM di tengah pandemi covid19 ini merupakan usaha baru yang harus dikelola dengan baik serta didukung

oleh inovasi dan kreativitas produk yang dihasilkannya agar memiliki daya saing. Hadiyati (2011), Larsen & Lewis (2007), dan Keeh, Nguyen, & Ping (2007) berpendapat, bahwa kegiatan industri kecil (UMKM) dapat berkembang dan tercapai tujuannya jika memiliki inovasi dan kreativitas pada hasil produksinya.

Inovasi menurut Zimmerer (1996) dalam Suryana (2006) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Secara umum inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan memiliki nilai tambah bagi konsumen.

Penggolongan Inovasi ada enam golongan baru antara lain (Kotler, 2007):

1. Produk baru bagi dunia, yaitu produk baru yang menciptakan pasar yang sama sekali baru.
2. Lini produk baru, yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan/usaha memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya.
3. Tambahan pada lini produk yang telah ada, yaitu produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk usaha/perusahaan yang telah mantap.
4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada, yaitu produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada.
5. Penentuan kembali (repositioning), yaitu produk yang telah ada diarahkan ke pasar atau segmen pasar yang baru.
6. Pengurangan biaya, yaitu produk baru yang menyediakan kinerja serupa dengan harga yang lebih murah.

Inovasi dikategorikan dalam empat indikator Menurut (Suryana, 2014) :

- a. Penemuan Penemuan yaitu dengan mengkreasi suatu produk, jasa atau

proses yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

- b. Pengembangan, Pengembangan yaitu dengan cara pengembangan prosuk, jasa, atau proses yang sudah ada. Konsep ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada berbeda.
- c. Duplikasi, Duplikasi yaitu dengan cara peniruan produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Duplikasi disini buka semata-mata meniru melainkan menambah seutuhnya secara kreatif untuk memperbaiki konsep yang ada agar lebih mampu memenangkan persaingan.
- d. Sistensi, Sistensi yaitu dengan cara perpaduan konsep dan faktor –faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah idea atau produk yang sudah ada dPernyataan atau sudah dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Jadi kerativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya. (Dharmawati, 2016)

Kreativitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator sebagai berikut :

1. Kelancaran berfikir (fluency of thinking) Kemampuan menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran secara cepat. Dalam kelancaran berfikir yang perlu ditetapkan adalah kuantitas dan kualitas ide.
2. Keluwesan berfikir (flexibility) Kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide atau pertanyaan yang berfariasi, melihat masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda dan

mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. Orang yang kreatif adalah orang yang luwes berfikir.

3. Elaborasi piran (elaboration) Kemampuan mengembangkan gagasan dan menambahkan atau merinci detail-detail suatu obyek gagasan atau situasi sehingga benar-benar lebih menarik
4. Keaslian berfikir (originality) Kemampuan mencetuskan gagasan unik atau kemampuan mencetuskan gagasan asli.

### Kinerja Bisnis

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis, kepuasan, konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi sehingga seseorang berupaya untuk melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut (Sutiyono, 2010). Sehingga dapat dikatakan, kinerja bisnis adalah suatu cara dalam melakukan suatu pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut yang menjadi tujuan dari bisnis tersebut. Kinerja mempunyai hubungan kausal dengan kompetensi (*competency* atau *ability*). Kinerja merupakan fungsi dari kompetensi, sikap, dan tindakan. Pengukuran kinerja bisnis dianggap sangat penting karena untuk membandingkan perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis untuk mengetahui apakah kinerja suatu bisnis mengalami perbaikan atau penurunan.

Menurut Zainal *et al.* (2010) Suatu organisasi dirancang untuk meningkatkan kinerja bisnisnya di lingkungan persaingan yang tinggi dengan mempertanyakan prosedur perencanaan bisnis. Berikut ini adalah pemfokusan seluruh karyawan pada 6 nilai utama, yaitu komitmen terhadap lingkungan yang aman dan sehat, komitmen pada kepuasan pelanggan, menghormati individu, promosi kerja sama, komitmen terhadap kesinambungan komitmen, penghargaan dan hadiah atas prestasi. Dalam mengukur kinerja sebuah bisnis diperlukan indikator-indikator yang

tepat. Zaenal (2012) mengungkapkan bahwa dalam mengukur kinerja suatu UMKM dapat menggunakan beberapa indikator, yaitu pertumbuhan keuntungan, pertumbuhan jumlah pelanggan, pertumbuhan jumlah penjualan, pertumbuhan jumlah aset.

### METODE

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru, Penulis memilih Kota Pekanbaru sebagai lokasi penelitian dikarenakan selain mempertimbangkan teori mengenai efisiensi waktu, biaya dan tenaga, kota Pekanbaru merupakan sebuah kota yang cukup padat, sekaligus ibu kota Provinsi Riau, sehingga dapat merepresentatif untuk kebutuhan penelitian ini. Adapun waktu penelitian yang telah dilakukan yaitu berkisar selama lima bulan, dari bulan Februari hingga bulan Juni.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama, untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha wanita yang bergerak di bidang usaha kuliner rumahan di Kota Pekanbaru yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti.

Menurut Riduwan dan Akdon (2010) untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya, penelitian dapat menggunakan rumus Wibisono (2003) untuk mengetahui jumlah sampel yang digunakan. Berdasarkan rumus tersebut maka sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden. Metode pengambilan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah (1) Pelaku usaha minimal berusia 18 tahun (2) telah memiliki usaha minimal 2 tahun.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Analisis ini

untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

**HASIL**

Berdasarkan hasil pengolahan data variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) yang menggunakan program SPSS (*Statistics Product and Service Solution*), maka diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi linier berganda yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1. Regresi Linear Berganda

| Coefficients <sup>a</sup> |             |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |             | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |             | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)  | 8.660                       | 1.318      |                           | 6.572 | .000 |
|                           | Inovasi     | -.015                       | .127       | -.011                     | -.115 | .909 |
|                           | Kreatifitas | .569                        | .074       | .731                      | 7.717 | .000 |

a. Dependent Variable: Kinerja

Adapun model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 8.660 - 0,15X_1 + 0569X_2$$

Dari hasil diatas dapat dijelaskan yaitu:

- Nilai konstanta (a) sebesar 8,660, Artinya adalah peningkatan Kinerja Usaha jika variable lain dianggap konstan, maka Minat Berwirausaha bernilai 8.660
- Nilai koefisien regresi variabel Inovasi sebesar -0.15. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Inovasi sebesar 1 (satu) satuan maka akan meningkatkan Kinerja sebesar 0,15, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel Kreatifitas sebesar 0,569. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan sebesar 1 (satu)

satuan maka akan meningkatkan Kinerja sebesar 0,569, dengan asumsi variabel lain tetap.

Diketahui F hitung sebesar 51.796 dengan signifikansi (0,000), F tabel dapat diperoleh sebagai berikut: F tabel = 97 – 2; 5, F tabel = 95; (Kolom ke 4 di tabel F) = 2,31. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai  $F_{hitung} (51.796) > F_{tabel} (2,31)$  dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya adalah bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y. Pengujian dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Untuk mencari t tabel pada alpha 5% dan *degree of freedom* (df) dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= n - k - 1 : \alpha / 2 \\
 &= 97 - 3 - 1 : 5\% / 2 \\
 &= 93 : 0,025 \\
 &= 1,986
 \end{aligned}$$

Keterangan: n : jumlah  
k : jumlah variabel bebas

Berdasarkan Tabel, berikut merupakan hasil uji t masing-masing dimensi kualitas pelayanan :

- Inovasi  
Dari hasil pengolahan data di peroleh nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel} (4,115) > (1,986)$ . Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka dapat dikatakan bahwa Inovasi mempengaruhi Kinerja usaha pada penelitian ini.
- Kreatifitas  
Dari hasil pengolahan data di peroleh nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel} (7.717) < (1,986)$ . Karena t hitung lebih kecil dari t tabel maka dapat dikatakan bahwa kreatifitas mempengaruhi Kinerja usaha pada penelitian ini.

Nilai koefisien determinasi untuk *Adjusted R Square* sebesar 0, 514. Artinya adalah variable Kinerja Usaha dapat dijelaskan oleh variable Inovasi dan Kreatifitas sebesar 51.4 % sedangkan sisanya sebesar 41.4 % dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) terhadap kinerja Usaha (Y) pada UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. Pada hasil perhitungan nilai t-hitung untuk variabel Inovasi (X1) sebesar 4,115, dan Kreativitas (X2) sebesar 7,717 jika dibandingkan dengan nilai t-tabel sebesar 1,986. Hal ini membuktikan bahwa variabel Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y). Dengan melihat t-hitung, yang lebih besar di banding t table. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang ada dan hipotesis dalam penelitian ini terbukti atau diterima. Sedangkan hasil pengolahan data diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,514, ini berarti 51,4% Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi dan Kreativitas sedangkan sisanya yaitu 41,4% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar variabel yang disebutkan dalam penelitian ini.

Menurut (Suryana, 2014) Inovasi merupakan perubahan. Perubahan bisa dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan. Inovasi adalah keunggulan. Dengan inovasi berarti kita menciptakan keunggulan-keunggulan dalam bentuk yang baru. Pada hakikatnya inovasi adalah pembaruan atau kebaruan yang menghasilkan nilai tambah baru bagi penggunanya. Menurut (Dharmawati, 2016) Kreativitas adalah inisiatif terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya. Hasil Observasi peneliti menyimpulkan bahwa dalam berwirausaha, inovasi dan kreativitas adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan,

keduanya ibarat anak panah yang bisa meleset menghasilkan bisnis yang terus berkembang dan menguntungkan. Menghadapi persaingan yang semakin kuat, kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, tapi juga penting bagi kesinambungan perusahaan. Artinya, dalam menyiasati tantangan global diperlukan sumber daya manusia kreatif dan inovatif sekaligus berjiwa kewirausahaan. Wirausahalah yang dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan. Nilai tambah itu dihasilkan melalui kreativitas dan inovasi.

## SIMPULAN

Berdasarkan perhitungan dan penjabaran pada hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha Sebagai berikut :

- a. Secara parsial Inovasi dan Kreativitas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kinerja Usaha pada UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru. Secara simultan Inovasi dan Kreativitas ada pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru.
- b. Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 51,4% Keberhasilan Usaha dapat dijelaskan oleh variabel Inovasi dan Kreativitas sedangkan sisanya yaitu 41,4% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar variabel yang disebutkan dalam penelitian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari . 2010. Pengantar Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Ali, M. H. (2020). Penerapan Etika Bisnis Dan Strategi Manajemen Saat Pandemi Covid-19 Bagi UMKM.

- Eco-Entrepreneur Vol 6, No 1 , 34-42
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 123-130.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik, 13(10), 19–24.  
[https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info\\_singkat/Info\\_Singkat-XIII-10-IIP3DI-Mei-2021-1982.pdf](https://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XIII-10-IIP3DI-Mei-2021-1982.pdf)
- BPS RI. (2019). Analisis Hasil SE2016 Lanjutan : Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- BPS RI. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. Jakarta: BPS RI.
- Darwanto. (2013). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right terhadap Inovasi dan Kreativitas). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 20(2), 142-149.
- Dharmawati, Made. (2016). *Kewirausahaan*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Hutahaean, H. (2020). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhipendapatan Usaha Kecilmenengah (UKM) Masa Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Deliserdang. *JOURNAL ECONOMICS AND STRATEGY* Vol 1 no 1, 1-10.
- Kusumaningrum, Dewi Ayu, dkk. (2021). Strategi Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner Menghadapi Pandemi Covid-19 di Jakarta. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No.6, November 2021 (551-565)
- Maskarto dan Nara, (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4 No 2, 87-94
- Rohman, L. L., & Andadari, R. K. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 pada Usaha Rumah Tangga dan Strategi Bertahan (Studi pada Usaha Produksi Olahan Makanan di Salatiga). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora* Vol 5 no.1, 82-90.
- Rosmadi, M. L. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika* Vol 4 No 2, 87-94.
- Suryana. 2012. *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi 3. Salemba Empat: Jakarta.
- Suryana dan Bayu, 2013. *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Kencana: Yogyakarta