

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP
KEBERLANJUTAN UMKM KULINER DI
KECAMATAN MEDAN SUNGGAL**

SKRIPSI

OLEH:

ZULFIKRI MIRZA

198320154



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)12/12/24

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP
KEBERLANJUTAN UMKM KULINER DI KECAMATAN
MEDAN SUNGGAL**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

Oleh:

ZULFIKRI MIRZA

198320154

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 12/12/24

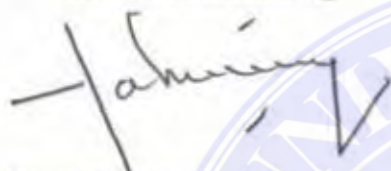
Access From (repository.uma.ac.id)12/12/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan
UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal
Nama : Zulfikri Mirza
NPM : 198320154
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh

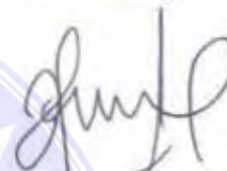
Komisi Pembimbing



(H. Syahriandy, SE, M.Si)

Pembimbing

Pembanding



(Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si)

Pembanding

Mengetahui



(Abang Rafiki, SBA (Hons),
M.Mgt. Ph.D. (CMA))
Dekan



(Fitriani Tobing, SE, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus:
26 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 26 September 2024



Zulfikri Mirza
198320154

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zulfikri Mirza
NPM : 198320154
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

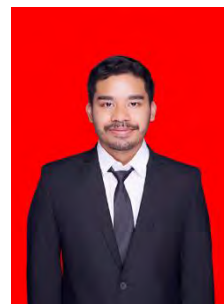
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 26 September 2024
Yang menyatakan,



Zulfikri Mirza
198320154

RIWAYAT HIDUP

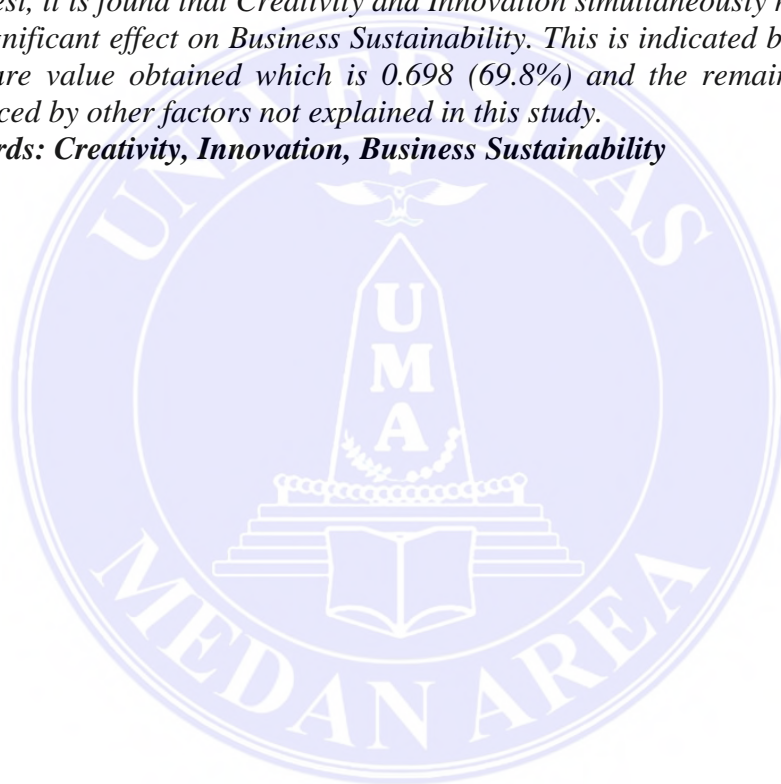


Nama	Zulfikri Mirza
NPM	198320154
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 05 Februari 2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Basyaruddin Ganie
Ibu	Novi Mutia Lusida
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Harapan 2 Medan
SMA/SMK	SMA Harapan 1 Medan
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
No. HP/WA	0858360114311
Email	Zulfikrimirza0102@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of creativity and innovation on the sustainability of culinary MSME in Medan Sunggal District. This type of research is quantitative with an associative approach. The data used is primary data or questionnaire and the data analysis method uses SPSS 23. The population in this study were MSME business actors totaling 180 MSMEs. The sampling technique used was purposive sampling using the slovin formula, so the number of samples in this study were 64 respondents. The results showed that partially Creativity (X1) has a positive and significant effect on Business Sustainability, Innovation (X2) has a positive and significant effect on Business Sustainability. Based on the results of the F test, it is found that Creativity and Innovation simultaneously have a positive and significant effect on Business Sustainability. This is indicated by the Adjusted R Square value obtained which is 0.698 (69.8%) and the remaining 30.2% is influenced by other factors not explained in this study.

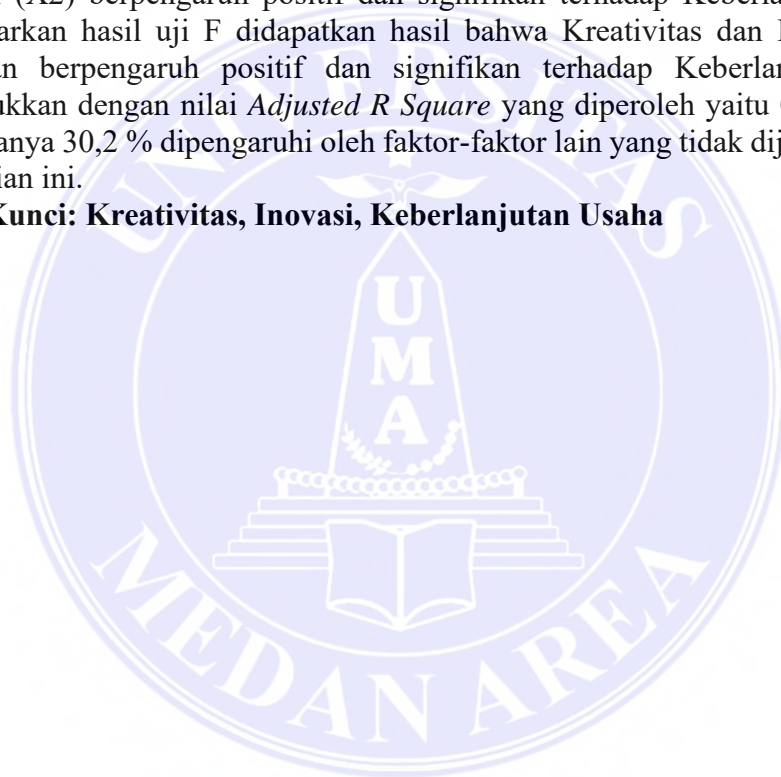
Keywords: Creativity, Innovation, Business Sustainability



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data yang digunakan merupakan data primer atau kuesioner dan metode analisis data menggunakan SPSS 23. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM yang berjumlah 180 UMKM. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* menggunakan rumus slovin maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 64 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kreativitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha, Inovasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha. Berdasarkan hasil uji F didapatkan hasil bahwa Kreativitas dan Inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha. Ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh yaitu 0,698 (69,8%) dan sisanya 30,2 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Keberlanjutan Usaha



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan proposal ini. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal”.

Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selama menyusun skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng., M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MM., Phd selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
4. Bapak H. Syahriandy, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian saya.
5. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian saya.
6. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Dosen Sekretaris dalam penelitian saya.

7. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.



Penulis

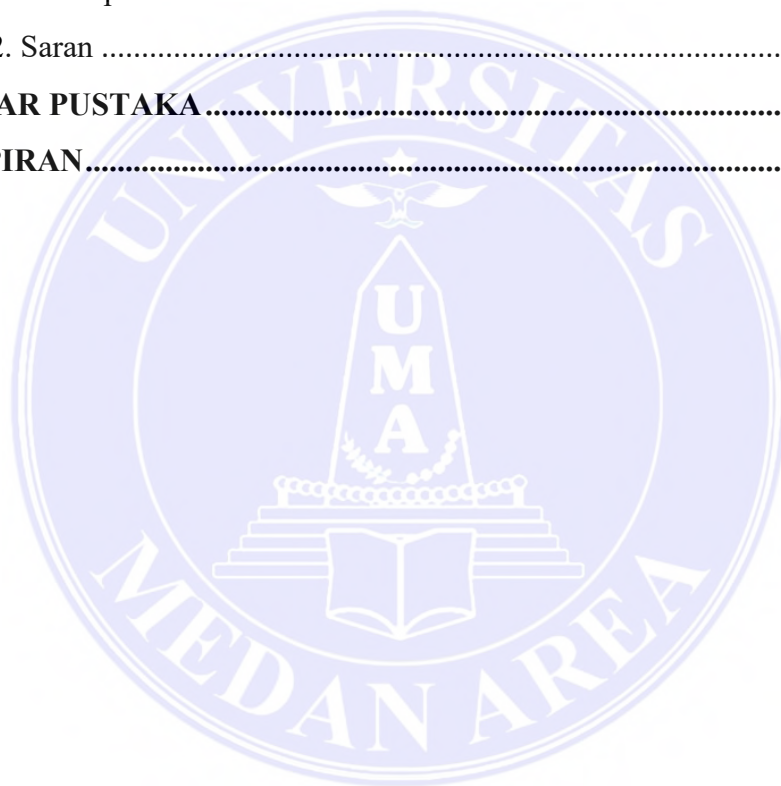
Zulfikri Mirza
(Zulfikri Mirza)

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kreativitas	9
2.1.1. Pengertian Kreativitas	9
2.1.2. Proses Kreativitas.....	11
2.1.3. Indikator Kreativitas	12
2.1.4. Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas	13
2.2. Inovasi	14
2.2.1. Pengertian Inovasi.....	14
2.2.2. Karakteristik Inovasi	15
2.2.3. Indikator Inovasi Produk.....	17
2.2.4. Tujuan Inovasi Produk	18
2.3. Keberlanjutan Usaha	19
2.3.1. Pengertian Keberlanjutan Usaha.....	19
2.3.2. Manfaat Keberlanjutan Usaha.....	20
2.3.2. Indikator Keberlanjutan Usaha	22

2.4. Penelitian Terdahulu	23
2.5. Kerangka Konseptual	25
2.6. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.1.1. Jenis Penelitian.....	27
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	27
3.1.3 Waktu Penelitian	27
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1. Populasi.....	28
3.2.2. Sampel.....	30
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4. Jenis dan Sumber Data	32
3.4.1. Jenis Data	32
3.4.2. Sumber Data.....	32
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1. Analisis Statistika Data	33
3.6.2. Uji Instrumen	34
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.4. Uji Analisis Linear Berganda.....	38
3.6.5. Uji Hipotesis	38
3.6.6. Uji Koefisien Determinasi	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Gambaran Lokasi Penelitian	40
4.2. Deskripsi Responden	40
4.3. Analisis Statistik Deskriptif	42
4.4. Hasil Analisis Data	49
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.2 Uji Analisis Linear Berganda.....	52

4.4.3. Uji Hipotesis	54
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi	55
4.5. Pembahasan.....	56
4.5.1. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberlanjutan Usaha	56
4.5.2. Pengaruh Inovasi Terhadap Keberlanjutan Usaha.....	57
4.5.3. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan Usaha.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survey Penelitian.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	28
Tabel 3. 2 Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Medan Sunggal.....	28
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 4 Bobot Nilai Angket.....	33
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4. 2 Usia Responden	41
Tabel 4. 3 Lama Usaha Berdiri	41
Tabel 4. 4 Jenis Usaha Kuliner	42
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kreativitas (X1)	42
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Inovasi (X2)	45
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keberlanjutan Usaha (Y)	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	53
Tabel 4. 11 Uji t (Parsial).....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji F (Simultan).....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Histogram	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normality P-plot	50
Gambar 4. 3 Grafik Scatter Plot	52



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman diproyeksikan akan tetap menjadi salah satu sektor andalan yang menopang sektor manufaktur dan ekonomi nasional. Industri ini menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja (Hamka, 2021). Di samping itu, industri makanan dan minuman nasional semakin kompetitif karena jumlahnya yang cukup banyak, tidak hanya meliputi perusahaan skala besar, tetapi juga industri kecil dan menengah (IKM), bahkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tidak dapat dipandang sebelah mata, walaupun dikategorikan sebagai usaha kecil, UMKM selalu tumbuh dan berkembang sampai ke pelosok desa. UMKM memiliki andil yang cukup besar untuk perkembangan perekonomian Indonesia. Keberadaannya sangat membantu di segala aspek, tidak hanya dari segi bertambahnya penghasilan, namun dengan adanya UMKM, mampu menyerap tenaga kerja Indonesia lebih banyak sehingga tingkat pengangguran di Indonesia bisa semakin berkurang (Siska & Hana, 2022).

Meskipun UMKM kuliner memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, sektor ini tidak terlepas dari berbagai tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Tambunan (2021) dalam bukunya mengatakan salah satu

tantangan utama adalah persaingan pasar yang semakin ketat. UMKM kuliner tidak hanya bersaing dengan sesama pelaku UMKM di sektor yang sama, namun juga menghadapi persaingan dari usaha-usaha berskala lebih besar. Hal ini menuntut UMKM kuliner untuk senantiasa meningkatkan daya saing, baik dari segi kualitas produk, efisiensi biaya, maupun strategi pemasaran yang efektif. Di samping itu, UMKM kuliner juga harus beradaptasi dengan perubahan selera dan preferensi konsumen yang semakin dinamis. UMKM kuliner dituntut untuk dapat mengikuti dan bahkan mengantisipasi perubahan tersebut melalui inovasi produk yang sesuai dengan keinginan pasar.

Tantangan lain yang dihadapi UMKM kuliner adalah perkembangan teknologi, terutama di bidang digitalisasi dan otomatisasi proses bisnis. Untuk tetap kompetitif, UMKM kuliner harus berinvestasi dan mengadopsi inovasi teknologi dalam kegiatan operasional mereka, mulai dari sistem manajemen, produksi, hingga pemasaran. Kemampuan beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi salah satu kunci keberlangsungan UMKM kuliner di tengah persaingan yang semakin ketat.

Keberlanjutan usaha didefinisikan sebagai kemampuan sebuah usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya dalam jangka panjang (Puspitanigtyas,2017). Para pelaku usaha secara konsisten berupaya mencapai tujuan bisnis mereka sambil meningkatkan nilai bisnisnya. Hal ini mencakup pertumbuhan penjualan dan pendapatan usaha yang stabil atau meningkat dari waktu ke waktu, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar dan preferensi konsumen, ketersediaan sumber daya (keuangan, bahan baku, tenaga kerja) yang

memadai untuk kelangsungan operasional, serta keunggulan kompetitif yang memungkinkan bertahan di tengah persaingan.

Untuk menjaga kelangsungan usaha, inovasi dan kreativitas menjadi kunci utama. Tanpa adanya kreativitas, ide-ide baru yang mampu mengatasi tantangan atau memanfaatkan peluang tidak akan muncul.

Kreativitas bukan hanya sekadar kemampuan untuk memberikan ide atau gagasan, tetapi juga merupakan proses berpikir kreatif yang melibatkan penggabungan ide-ide yang belum terpikirkan sebelumnya atau mempertimbangkan solusi dari berbagai sudut pandang yang berbeda (Zimmerer, 2015). Proses ini dapat menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru dan inovatif. Ketika kreativitas diaplikasikan dengan baik, hasilnya adalah produk atau layanan baru yang tidak hanya memiliki nilai tambah, tetapi juga menghadirkan solusi yang lebih praktis dan efektif bagi para konsumen.

Begitu juga, tanpa adanya inovasi, sebuah usaha dapat terjebak dalam keadaan stagnan di mana produk atau layanan yang ditawarkan menjadi ketinggalan zaman atau tidak lagi relevan bagi konsumen. Di tengah persaingan yang semakin sengit dan pasar yang terus berubah, perusahaan yang tidak mampu berinovasi cenderung kehilangan daya saingnya. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk menemukan cara baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bahkan bisa menciptakan kebutuhan baru.

Menurut Hubeis (2012), inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan ide-ide kreatif yang baru terhadap peluang yang ada, dengan tujuan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki.

Kecamatan Medan Sunggal merupakan salah satu sentra UMKM kuliner di Kota Medan. Jumlah UMKM kuliner di wilayah ini terus mengalami pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir, menunjukkan potensi yang cukup besar bagi sektor ini. Produk-produk UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal memiliki keragaman, baik itu kategori makanan ataupun minuman.

Meskipun demikian, UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal juga menghadapi berbagai permasalahan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Untuk hal ini, peneliti sebelumnya telah melakukan pra-survey dengan menggunakan 30 UMKM sebagai respondennya. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1 Pra-Survey Penelitian

Variabel	Pertanyaan	Ya	Tidak
Kreativitas	Apakah Anda sering mencoba ide-ide baru dalam penyajian atau konsep makanan di usaha kuliner Anda?	10	20
	Apakah Anda merasa bahwa kreativitas Anda dalam menciptakan menu atau konsep usaha membantu meningkatkan daya tarik pelanggan?	15	15
Inovasi	Apakah Anda mencari teknologi baru atau teknik baru dalam memasak atau mengelola usaha kuliner Anda?	13	17
	Apakah Anda percaya bahwa menerapkan inovasi dalam usaha kuliner Anda telah membantu meningkatkan efisiensi atau kualitas produk?	18	12
Keberlanjutan Usaha	Apakah Anda memiliki rencana atau strategi untuk memperpanjang keberlanjutan usaha kuliner Anda?	14	16
	Apakah Anda melakukan analisis reguler terhadap keuangan dan kinerja usaha Anda untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang?	13	17

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Permasalahan pertama adalah keterbatasan kreativitas, di mana masih banyak UMKM kuliner (20 dari 30 responden) yang belum secara aktif mengembangkan ide-ide baru dalam konsep, produk, atau proses bisnis mereka. Kurangnya kreativitas dapat menghambat kemampuan UMKM kuliner dalam berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar serta preferensi konsumen.

Selain itu, UMKM kuliner di wilayah ini juga menghadapi permasalahan minimnya inovasi. Hanya sekitar setengah dari responden (13 dari 30) yang menyatakan telah mencari dan menerapkan teknologi atau teknik baru dalam kegiatan usaha mereka. Kurangnya inovasi dapat membatasi daya saing UMKM kuliner, baik dari segi efisiensi, kualitas produk, maupun pemenuhan kebutuhan pasar yang dinamis.

Permasalahan ketiga yang dihadapi adalah terbatasnya perencanaan strategis untuk menjaga keberlanjutan usaha. Hanya 14 dari 30 responden yang memiliki rencana atau strategi untuk mempertahankan keberlanjutan usaha kuliner mereka. Minimnya perencanaan strategis jangka panjang dapat menghambat kemampuan UMKM kuliner dalam mengalokasikan sumber daya, beradaptasi dengan perubahan, dan mengambil keputusan bisnis yang tepat untuk menjamin keberlangsungan usaha.

Permasalahan-permasalahan ini saling terkait dan menjadi tantangan besar bagi UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal dalam mempertahankan dan

mengembangkan usahanya dalam jangka panjang. Upaya pengembangan kreativitas, inovasi, dan perencanaan strategis menjadi hal krusial yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner di wilayah tersebut.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal”**.

1.2. Rumusan Masalah

Industri makanan dan minuman, termasuk UMKM kuliner, menjadi salah satu sektor andalan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal memiliki potensi yang cukup besar, dengan jumlah yang terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir.

Namun, UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal juga menghadapi berbagai permasalahan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Hasil pra-survei menunjukkan beberapa permasalahan utama, di antaranya adalah keterbatasan kreativitas, minimnya inovasi, dan terbatasnya perencanaan strategis untuk menjaga keberlanjutan usaha.

Keterbatasan kreativitas, di mana masih banyak UMKM kuliner belum secara aktif mengembangkan ide-ide baru, dapat menghambat kemampuan mereka dalam berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar serta preferensi konsumen. Minimnya inovasi, di mana hanya sebagian UMKM kuliner yang telah

menerapkan teknologi atau teknik baru, dapat membatasi daya saing mereka dari segi efisiensi, kualitas produk, maupun pemenuhan kebutuhan pasar yang dinamis.

Permasalahan lainnya adalah terbatasnya perencanaan strategis untuk menjaga keberlanjutan usaha, di mana hanya sebagian kecil UMKM kuliner yang memiliki rencana atau strategi jangka panjang. Minimnya perencanaan strategis ini dapat menghambat kemampuan UMKM kuliner dalam mengalokasikan sumber daya, beradaptasi dengan perubahan, dan mengambil keputusan bisnis yang tepat untuk menjamin keberlangsungan usaha.

1.3. Pertanyaan Penelitian

- 1) Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal?
- 2) Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal?
- 3) Apakah Kreativitas dan Inovasi secara simultan berpengaruh terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan khususnya mengenai pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan usaha.

2. Bagi UMKM

Dapat memberikan informasi, masukan dan pertimbangan bagi pelaku usaha UMKM tentang implementasi kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan sebuah usaha yang nantinya dapat menjadi referensi untuk strategi bisnis kedepannya.

3. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini dapat membantu memberikan informasi tertulis dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama.

4. Bagi Akademisi

Dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan tentang pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan usaha khususnya di daerah Kecamatan Medan Sunggal.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kreativitas

2.1.1. Pengertian Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan suatu hal baru, cara-cara baru, model baru, yang berguna bagi dirinya dan masyarakat. Hal-hal baru tersebut tidak selalu merupakan sesuatu yang sama sekali belum pernah ada sebelumnya, melainkan unsur-unsurnya mungkin telah ada namun individu menemukan kombinasi baru, konstruk baru yang memiliki kualitas berbeda dengan keadaan sebelumnya. Jadi, hal baru tersebut bersifat inovatif dan memberikan nilai tambah dibandingkan dengan apa yang sudah ada sebelumnya.

Reni Akbar (2019) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan seseorang melahirkan sesuatu yang baru atau kombinasi hal yang sudah ada sehingga terkesan ada. Kreativitas tidak hanya melahirkan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga dapat berupa kombinasi dari hal-hal yang sudah ada namun dikombinasikan dengan cara baru sehingga tercipta sesuatu yang baru dan berbeda.

Kreativitas mampu mencerminkan kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir serta kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan. Definisi ini menekankan pada aspek proses berpikir yang terlibat dalam kreativitas, seperti kelancaran dalam menghasilkan ide, keluwesan dalam melihat dari berbagai sudut pandang, orisinalitas dalam mencetuskan ide baru yang unik, serta kemampuan untuk mengembangkan gagasan lebih lanjut (Utami Munandar, 2016).

Sementara itu Guilford (2018) menyatakan kreativitas sebagai kemampuan berpikir divergen untuk mengeksplorasi berbagai jawaban alternatif terhadap suatu masalah. Berpikir divergen merupakan salah satu ciri penting dalam kreativitas, yaitu kemampuan untuk memikirkan berbagai kemungkinan solusi dari sudut pandang yang berbeda-beda, tidak terpaku pada satu jawaban saja.

Pendapat lain juga mengatakan bahwa kreativitas sebagai kemampuan untuk menciptakan hasil yang baru, inovatif, belum pernah ada sebelumnya, menarik, unik, dan berguna bagi masyarakat. Sesuatu yang kreatif bukan hanya sekedar baru, tetapi juga harus menarik, unik, dan memberikan manfaat bagi masyarakat (David Campbell, 2018).

Sementara Elizabeth Hurlock (2018:2) mendefinisikan kreativitas sebagai proses kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru baik dalam bentuk ide atau benda dalam bentuk baru yang dihasilkan berbeda dari sebelumnya.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide, gagasan, atau produk baru yang bersifat inovatif, unik, dan bermanfaat melalui proses berpikir yang melibatkan kelancaran, keluwesan, orisinalitas, dan kemampuan untuk mengelaborasi gagasan.

Kreativitas tidak hanya terbatas pada penciptaan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga dapat berupa kombinasi baru dari unsur-unsur yang sudah ada sebelumnya. Namun, hasil kreativitas tersebut harus memberikan nilai tambah dan kebaruan dibandingkan dengan apa yang telah ada sebelumnya.

2.1.2. Proses Kreativitas

Kreativitas tidak muncul begitu saja, melainkan melalui serangkaian proses atau tahapan tertentu. Untuk membangkitkan kreativitas, diperlukan proses dengan langkah-langkah tertentu. Menurut Zimmer (2015), ada 7 proses untuk mencapai kreativitas:

- a. Persiapan, langkah persiapan yang dimaksudkan adalah memberi kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal, pelatihan dan pengalaman kerja.
- b. Investigasi, mempelajari masalah dan mengidentifikasi komponen utamanya.
- c. Transformasi, mengidentifikasi persamaan dan perbedaan informasi yang terkumpul dengan berpikir divergen dan konvergen. Divergen thinking adalah cara untuk melihat perbedaan, sedangkan convergen thinking adalah melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa.
- d. Inkubasi, memerlukan waktu untuk melihat kembali informasi yang ada. Masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masalah yang dihadapi.
- e. Iluminasi, munculnya ide baru secara spontan selama proses inkubasi. Tahap ini muncul dalam waktu yang tidak terbatas.
- f. Verifikasi, memvalidasi apakah ide yang muncul akurat dan berguna. Untuk itu dilakukan percobaan, membuat simulasi, uji coba pasar untuk produk dan membuat pilot proyek.

- g. Implementasi, mentransformasi ide menjadi kenyataan. Sebuah kreativitas tidak akan tercipta secara langsung dan dapat diaplikasikan secara langsung pula dalam kehidupan sehari-hari, ada proses yang harus dilakukan guna terciptanya kreativitas yang maksimal untuk diaplikasikan.

2.1.3. Indikator Kreativitas

Untuk mengukur tingkat kreativitas seseorang, terdapat beberapa dimensi atau indikator yang dapat digunakan. Guilford (2018) mengemukakan ciri-ciri kreativitas yang dapat dijadikan dimensi dan indikator, seperti:

1) Kelancaran berpikir (*fluency of thinking*)

Kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. Dalam kelancaran berpikir, yang ditekankan adalah kuantitas, dan bukan kualitas. Indikatornya yaitu kemampuan menghasilkan ide secara cepat dan lancar dalam mengungkapkan gagasan.

2) Keluwesan berpikir (*flexibility*)

Kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide, jawaban-jawaban atau pertanyaan-pertanyaan yang bervariasi, dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda, mencari alternatif atau arah yang berbeda-beda, serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan cara pemikiran. Orang yang kreatif adalah orang yang luwes dalam berpikir. Mereka dengan mudah dapat meninggalkan cara berpikir lama dan menggantikannya dengan cara berpikir yang baru. Indikatornya yaitu kemampuan mengembangkan ide yang beragam dan kemampuan mencari alternatif ide.

3) Elaborasi (*elaboration*)

Kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan menambahkan atau memperinci detail-detail dari suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik. Indikatornya yaitu kemampuan mengembangkan gagasan dan kemampuan memperinci objek.

4) Originalitas (*originality*)

Kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli. Indikatornya yaitu meningkatnya penjualan usaha, persaingan perusahaan, dan produksi usaha mengalami peningkatan.

2.1.4. Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Kreativitas seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu (*internal*) maupun dari lingkungan luar (*eksternal*)

a. Faktor Internal

- Kepribadian, seperti rasa ingin tahu, terbuka pada pengalaman baru, berani mengambil risiko.
- Motivasi, yang mendorong individu untuk terus berkreasi dan mengaktualisasikan diri.
- Kemampuan kognitif, seperti intelegensi dan bakat.

b. Faktor Eksternal

- Lingkungan, baik lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat yang mendukung kreativitas.
- Pendidikan dan pelatihan yang memfasilitasi pengembangan kreativitas.

- Budaya dan iklim organisasi yang menghargai ide-ide baru dan inovasi.

2.2. Inovasi

2.2.1. Pengertian Inovasi

Inovasi dalam konteks dunia usaha merupakan upaya untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah secara dinamis, yang memerlukan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, gagasan-gagasan inovatif, serta produk dan layanan yang dapat memuaskan konsumen. Inovasi produk dapat diartikan sebagai hasil dari berbagai proses, mulai dari pengembangan ide baru, penemuan baru, hingga adaptasi terhadap perubahan pasar, yang saling berinteraksi satu sama lain. Ini berarti produk inovatif merupakan sesuatu yang belum pernah dirasakan oleh konsumen sebelumnya, entah itu merupakan produk baru yang sepenuhnya baru atau modifikasi dari produk yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Kotler (2014), inovasi adalah hasil dari berbagai proses yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain, bukan sekadar konsep ide baru atau penemuan baru, melainkan merupakan hasil dari keseluruhan proses tersebut.

Charles *et al.* (2012) menjelaskan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan budaya perusahaan dengan kemampuan untuk berinovasi, serta dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan, semakin besar pula kemungkinan meningkatnya keputusan pembelian. Di era persaingan global, dunia usaha harus mampu mengadaptasi produk mereka

untuk meningkatkan nilai tambah dan memenuhi kebutuhan serta preferensi konsumen. Nilai tambah ini bisa berasal dari aspek desain atau model produk yang dihasilkan, maupun dari peningkatan layanan yang disediakan bersama dengan produk tersebut.

Secara keseluruhan, sistem inovasi tidak hanya bergantung pada kreativitas semata, tetapi juga terkait dengan sejumlah faktor lain seperti otonomi, ketersediaan informasi, sistem insentif, pendidikan atau pelatihan, struktur organisasi, partisipasi dalam pengambilan keputusan, serta kerja sama tim.

2.2.2. Karakteristik Inovasi

Menurut Kotler dan Keller (2016), karakteristik produk yang inovatif memiliki dampak langsung terhadap seberapa cepat produk tersebut akan diterima oleh pasar. Ada lima faktor utama yang memengaruhi proses difusi inovasi ini, yaitu keuntungan relatif, kesesuaian, kompleksitas, divisibilitas, dan ketampakan.

1) Keuntungan Relatif

Keuntungan relatif mengukur sejauh mana produk baru dianggap lebih baik dibandingkan dengan produk yang sudah ada. Ini tidak hanya terkait dengan manfaat finansial, tetapi juga dengan persepsi subjektif konsumen terhadap manfaatnya. Produk yang menawarkan keuntungan yang lebih besar cenderung memiliki penerimaan yang lebih luas dan tersebar dengan lebih cepat.

2) Kesesuaian

Kesesuaian mengacu pada sejauh mana produk baru dianggap cocok dengan nilai-nilai, pengalaman, dan kebutuhan konsumen yang sudah ada.

Konsumen lebih mungkin mengadopsi produk baru jika cocok dengan nilai-nilai dan kebutuhan yang sudah ada, tanpa perlu melakukan perubahan yang signifikan. Kompatibilitas yang tinggi juga membantu mengurangi ketidakpastian dan kesenjangan antara atribut produk dan kebutuhan konsumen, sehingga meningkatkan potensi adopsi.

3) Kompleksitas

Kompleksitas mengukur seberapa sulitnya produk baru dimengerti dan digunakan. Produk yang lebih sederhana cenderung menyebar lebih cepat, sementara yang kompleks memerlukan proses pembelajaran yang lebih panjang, yang dapat memperlambat adopsi.

4) Divisibilitas

Divisibilitas mengukur sejauh mana produk baru dapat dicoba atau diadopsi secara bertahap, tanpa harus diadopsi sepenuhnya. Kemampuan untuk mencoba produk secara bertahap dapat meningkatkan tingkat adopsi secara keseluruhan.

5) Ketampakan

Ketampakan mengukur seberapa mudahnya hasil penggunaan produk baru dapat diamati atau dijelaskan kepada orang lain. Kemampuan untuk berbagi pengalaman positif tentang produk baru dapat memengaruhi orang lain untuk mengadopsinya.

Kesimpulannya, karakteristik produk inovatif memainkan peran penting dalam menentukan tingkat adopsi oleh pasar. Pemahaman yang baik tentang faktor-

faktor ini dapat membantu perusahaan merancang strategi pemasaran yang efektif dan memaksimalkan potensi sukses produk baru.

2.2.3. Indikator Inovasi Produk

Menurut B. D. Prasetyo (2020: 35), terdapat beberapa indikator inovasi produk yang meliputi:

1) Fitur Produk

Fitur produk merujuk pada karakteristik yang membedakan produk dari produk lain dalam pasar, yang dapat diamati dari fungsinya. Fitur-fitur ini memberikan keunggulan kompetitif bagi produk tersebut.

2) Desain Produk

Desain produk merupakan elemen penting dalam menambah nilai produk bagi konsumen. Desain tidak hanya mencakup penampilan visual produk, tetapi juga konsep-konsep yang menginformasikan fungsi dan estetika produk. Desain yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan pengalaman pengguna.

3) Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya secara efektif dan efisien. Hal ini meliputi aspek seperti keandalan, ketahanan, dan ketepatan produksi. Keawetan produk mencerminkan umur ekonomisnya, sementara keandalan mengacu pada konsistensi kinerja produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya.

2.2.4. Tujuan Inovasi Produk

Inovasi produk bertujuan untuk menjaga kelangsungan usaha, mengingat produk yang sudah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, perkembangan teknologi, serta persaingan yang semakin ketat, baik di tingkat domestik maupun internasional. Menurut Makmur & Thahier (2017), tujuan inovasi dapat dipahami dari empat sudut pandang yang berbeda:

a. Perspektif Anggaran atau Keuangan

Dalam perspektif ini, perusahaan berupaya mencari inovasi untuk memanfaatkan anggaran yang relatif kecil dengan cara yang optimal, namun menghasilkan efek yang besar. Ini berarti mengidentifikasi dan mengimplementasikan solusi inovatif yang efisien secara finansial untuk memperoleh hasil yang signifikan.

b. Perspektif Pelanggan

Dari sudut pandang pelanggan, inovasi diarahkan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik kepada mereka. Hal ini mencakup pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta peningkatan kualitas layanan yang diberikan.

c. Perspektif Pengelolaan Bisnis Internal

Aspek ini menekankan bahwa setiap elemen dalam manajemen perusahaan harus terlibat dalam inovasi untuk menciptakan lingkungan internal yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Ini melibatkan

penerapan inovasi dalam proses manajemen, struktur organisasi, dan budaya perusahaan.

d. Perspektif Pertumbuhan atau Perluasan Bidang Usaha

Dari sudut pandang pertumbuhan, inovasi ditujukan untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi peluang baru yang muncul di pasar atau untuk memperluas cakupan bisnis perusahaan ke sektor-sektor baru. Ini mencakup pengembangan produk baru, diversifikasi produk, atau ekspansi geografis.

Dengan mempertimbangkan empat sudut pandang ini, perusahaan atau sebuah usaha dapat merumuskan strategi inovasi yang holistik dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan mereka dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

2.3. Keberlanjutan Usaha

2.3.1. Pengertian Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha, dalam istilah bisnis, merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan operasionalnya dalam jangka waktu yang panjang dengan memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat. Istilah ini berasal dari kata "*sustain*" yang berarti berlanjut, dan "*ability*" yang berarti kemampuan. Dalam konteks bisnis, keberlanjutan mencakup aspek daya tahan, konsistensi, pertumbuhan yang berkelanjutan, dan integrasi isu-isu sosial serta lingkungan dalam kegiatan bisnis perusahaan.

Menurut Puspitaningtyas (2017), konsep keberlanjutan usaha mengasumsikan bahwa suatu perusahaan akan mampu bertahan dan terus beroperasi dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. Para pelaku usaha

senantiasa berupaya mencapai tujuan bisnis mereka sambil meningkatkan nilai bisnisnya.

Keberlangsungan usaha mencerminkan kondisi di mana perusahaan memiliki strategi dan cara untuk mempertahankan, mengembangkan, dan melindungi sumber daya yang dimilikinya, serta memenuhi kebutuhan yang ada dalam industri tempat mereka beroperasi (Handayani, 2007). Ini mencakup upaya untuk menciptakan kondisi yang kondusif bagi pertumbuhan, perkembangan, dan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang.

Dalam pandangan Porter dan Kramer (2011), keberlanjutan usaha melibatkan integrasi perhatian terhadap isu-isu sosial dan lingkungan dalam strategi bisnis, dengan tujuan menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan.

Dengan demikian, keberlanjutan usaha menjadi pendekatan holistik yang menempatkan perusahaan dalam posisi yang lebih baik untuk bertahan dan memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

2.3.2. Manfaat Keberlanjutan Usaha

Pengetahuan yang baik dalam pengelolaan keuangan diharapkan dapat membantu para wirausaha dalam membuat keputusan yang tepat, yang pada gilirannya memungkinkan kelangsungan usaha (Aribawa, 2016). Manfaat dari keberlanjutan usaha tidak hanya berdampak pada hasil akhir, seperti yang dijelaskan dalam (Beritasatu, 2016):

- a. Meningkatkan produktivitas: Dengan menyederhanakan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang tidak perlu, biaya produksi dapat ditekan.

- b. Membuka peluang investasi: Perusahaan yang memiliki manajemen keuangan yang baik, lingkungan kerja yang sehat, dan sumber daya manusia yang berkelanjutan akan menarik minat investor untuk berinvestasi.
- c. Peningkatan keuntungan: Usaha yang berkelanjutan tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada pelestarian lingkungan. Dengan menjaga lingkungan sekitar, usaha dapat memperoleh keuntungan tambahan.
- d. Sumber daya manusia yang berkualitas: Manajemen yang efektif terhadap sumber daya manusia akan mendorong karyawan untuk terus belajar dan berkembang, sehingga meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.
- e. Efisiensi energi: Penggunaan teknologi yang canggih membantu dalam mengurangi konsumsi energi melalui berbagai cara, seperti pemasaran online, peningkatan efisiensi mesin produksi, dan penggunaan sistem komputer untuk pembukuan keuangan.

Dalam menjalankan sebuah usaha, diperlukan adanya strategi yang jelas agar usaha tersebut dapat mencapai kesuksesan. Usaha yang menunjukkan kejelasan strategi, konsisten dengan tujuan jangka panjang sesuai dengan visi dan misi, serta mengalokasikan seluruh upaya untuk mencapai tujuan tersebut akan lebih mungkin berhasil (Burhanuddin, 2004). Karakteristik yang dimiliki oleh wirausaha yang berhasil menjalankan usaha secara berkelanjutan meliputi:

- 1) Memiliki naluri yang kuat dalam berusaha.
- 2) Berdedikasi tinggi terhadap usaha tersebut.
- 3) Mampu melihat dan merespons keadaan pasar dengan cepat.

- 4) Memiliki kemampuan untuk memperoleh dan memanfaatkan informasi dengan baik.
- 5) Memiliki ketrampilan yang relevan yang dapat mendukung usaha.
- 6) Mampu memanfaatkan sumber daya manusia dan modal yang tersedia.

Menurut Merieska & Meiyanto pada tahun 2017, gairah atau passion dalam kewirausahaan memainkan peran penting dalam pengembangan usaha agar dapat berlanjut. Keberlanjutan usaha menjadi tujuan utama bagi seorang wirausaha, dan mereka yang memiliki komitmen dan bekerja keras akan dapat mewujudkannya. Keberlanjutan usaha juga dapat diartikan sebagai konsep bisnis yang berkomitmen untuk menjaga kesejahteraan masyarakat dan keluarga.

2.3.2. Indikator Keberlanjutan Usaha

Menurut Lightelm (2010), faktor-faktor yang menjadi penyebab kuat kelangsungan bisnis dan menjadi indikator keberlanjutan usaha adalah sebagai berikut:

- 1) Pembuatan rencana usaha (*business plan compilation*):

Ini mengacu pada pentingnya wirausaha untuk memiliki dokumentasi rencana usaha yang lengkap untuk memandu organisasi dalam menjaga dan mengembangkan usaha sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

- 2) Pembaruan rencana usaha secara berkala (*regular updating of business plan*):

Wirausaha perlu secara rutin memperbarui rencana usaha mereka, termasuk strategi, inovasi, pembukuan keuangan, dan manajemen operasional, untuk memastikan kelangsungan usaha.

3) Analisis pesaing secara berkala (*regular analysis of competitors*):

Penting bagi wirausaha untuk secara teratur menganalisis pesaing mereka agar dapat memahami dinamika pasar dan persaingan industri, baik dari internal maupun eksternal perusahaan, sehingga mereka dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi mereka di pasar.

4) Kemudahan dalam memperluas bisnis baru (*ease of venturing into new business*):

Organisasi harus mampu dengan mudah mengeksplorasi peluang bisnis baru sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha mereka, termasuk ekspansi pasar dan diversifikasi produk atau layanan.

5) Bersedia mengambil risiko yang terukur (*willingness to take calculated risks*):

Seorang wirausaha harus siap mengambil risiko yang telah dipertimbangkan dengan matang dalam mengambil keputusan bisnis, karena hal ini merupakan bagian penting dari proses inovasi dan pertumbuhan usaha.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

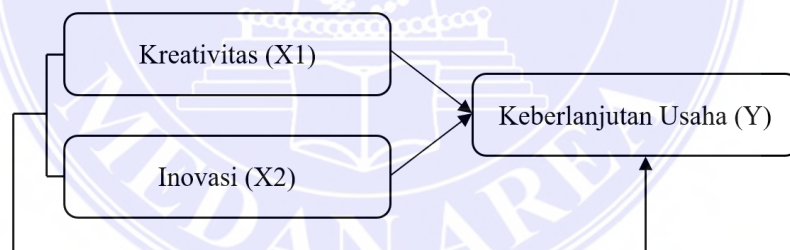
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Hamka (2021)	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha Melalui Pelaku Industri Pengolahan Makanan	Independen: Kreativitas dan Inovasi Dependen: Keberlangsungan Usaha	Kreativitas dan Inovasi secara parsial dan simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
2.	Elisa Fitri (2021)	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengrajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kec. Bahorok Kab. Langkat	Independen: Kreativitas dan Inovasi Produk Dependen: Keberhasilan Usaha	Kreativitas dan Inovasi Produk secara parsial dan simultan memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pengrajin limbah tempurung kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang
3.	Arif Rahman Saputra (2022)	Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada UMKM Kuliner di Kota Magelang)	Independen: Kreativitas Dependen: Kinerja Usaha Mediasi: Inovasi	Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha dan Inovasi, Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha. Inovasi mampu memediasi pengaruh antara kreativitas terhadap Kinerja Usaha.
4.	S Husna (2021)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ardhiba Batik Motif Medan	Independen: Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas Dependen: Keberhasilan Usaha	Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas secara parsial maupun simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Ardhiba Batik
5.	Syafei, Jalaludin, dan Lahat (2021)	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah Pada Penjahit Pakaian Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Oku	Independen: Inovasi dan Kreativitas Dependen: Keberhasilan Usaha	Variabel Inovasi dan Kreativitas wirausaha secara parsial maupun simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha kecil menengah pada penjahit pakaian di Kec. Baturaja Timur
6.	Vivi dan Ibnu Harris (2020)	Pengaruh Inovasi Lingkungan dan Inovasi Layanan Pada Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan (Studi Pada Perusahaan Teknologi di Batam)	Independen: Inovasi Lingkungan dan Inovasi Layanan Dependen: Kinerja Bisnis	Inovasi Lingkungan dan Inovasi Layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Bisnis yang berkelanjutan pada perusahaan teknologi di Batam

2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual penelitian merupakan penjelasan yang sifatnya sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian, dengan adanya kerangka pemikiran dapat diketahui alur pemikiran dalam sebuah penelitian. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka kerangka konseptual penelitian disajikan pada gambar berikut:

Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu kreativitas dan inovasi serta satu variabel terikat yaitu keberlanjutan usaha. Kerangka konseptual ini digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat.



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan perkiraan atau jawaban yang dirumuskan dan diterima untuk waktu yang sementara dan dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati, juga dapat digunakan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan (Sugiyono, 2012).

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual di atas maka hipotesis pada penelitian ini yaitu:

- 1) Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal.
- 2) Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal.
- 3) Kreativitas dan inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Kecamatan Medan Sunggal.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner yang berlokasi di Kecamatan Medan Sunggal. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, yang menurut Sugiyono (2018), merupakan metode penelitian yang mengandalkan data konkrit dan angka-angka yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Pendekatan ini berkaitan erat dengan permasalahan yang diteliti, dengan tujuan untuk menyimpulkan hasil penelitian.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada beberapa usaha UMKM sektor kuliner yang berlokasi di Kecamatan Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan dimulai dari penyusunan proposal penelitian hingga sidang meja hijau, yang berlangsung dari bulan Desember 2023 hingga bulan September 2024. Secara lebih rinci, rencana waktu penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2023	2024				
		Des	Jan	Feb	Mar	Aug	Sep
1.	Penyusunan proposal						
2.	Seminar proposal						
3.	Pengambilan data survey						
4.	Seminar hasil						
5.	Penyelesaian dan bimbingan skripsi						
6.	Sidang meja hijau						

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:215) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelaku usahanya sendiri dengan populasi berjumlah 180 pelaku usaha (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2023).

Tabel 3. 2 Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Medan Sunggal

No	Nama Usaha	No.	Nama Usaha
1.	Cemilan Kripik Bosque	15.	Jualan Gorengan
2.	Jualan sate	16.	Mie Balap Lila
3.	Papa burger cafe	17.	Konco Kopi
4.	Jualan buah	18.	Bakso Bakar Dedi
5.	Jualan lontong	19.	Usaha Burger dan Minuman
6.	Jualan rujak	20.	Warung Suyem
7.	Jualan pecel	21.	Rasa Ombay
8.	Zee.fa cake	22.	Warung Jus Sumarni
9.	Lestari	23.	Warung Bu Mar
10.	WARUNG BU AYU	24.	Azzam Jus
11.	LEVA Baby crab	25.	Rapur Snack
12.	Sop soto Mentari	26.	Anyndya Cake & Cookies
13.	Zona Steamboat	27.	Jay Bakery
14.	Warung Kongsi	28.	Papa Burger Café

No	Nama Usaha	No.	Nama Usaha
29.	Jiane	79.	Sasa Risol
30.	Risol Nabila Medan	80.	Keripik Kacang
31.	Sakapala	81.	Warung Mie Soup
32.	Es kepal Milo	82.	Mie Rebus
33.	Kue Erna	83.	Pecal
34.	Burger	84.	Lontong Pecel
35.	Warung Mie Sop & Ayam Penyet	85.	Pembuatan Daging Burger
36.	A21Q	86.	Risol Mentah
37.	Rumah Kue	87.	Naura Risol
38.	Little Sweet	88.	Warung Dimsum Al Jihad
39.	Warung Wak Rubi	89.	Otak-otak Sehat
40.	Es Campur	90.	RM. Makan Samo Salero
41.	Martabak Mesir naniko	91.	Kue Bawang Kembar
42.	Bakpia Phar	92.	Pembuatan Kue Basah
43.	Kedai kopi siti	93.	Bakso Mas Edo
44.	Warung Kopi Situmorang	94.	Kebab Zata
45.	Nanina Kopi	95.	RUJAK
46.	Dea Brownis	96.	Dapoer Mak Icha
47.	Delicious	97.	Rumah makan Padang buah sakato
48.	Nanina Frozen Food	98.	Ais Peyek
49.	Merak	99.	Mi Balap
50.	Queenbee Cake and Cookies	100.	Jamu Mbak Ani
51.	Bubur Ayam Dhena	101.	Es Kelapa
52.	Mms Rayan Kitchen	102.	Ritykett
53.	Nadya De Kitchen	103.	Warung Ali
54.	Mak Wen	104.	Bakso bakar
55.	Yaya Cookies	105.	Rm Minang Mulia
56.	Khay Khay Thai Tea	106.	Bakso Kojek
57.	Dapur Yeye	107.	Juice 5000
58.	Mie Pangsit Acek Ali	108.	Mie Ayam Organik
59.	Princess Pastry	109.	Rasajisa
60.	Pisang coklat(piscok)	110.	Es Krim
61.	Misop Kampoeng Shakila	111.	Katering Sejahtera
62.	Mie rebus dan canai mas bro	112.	Lopo Coffee Mandailing
63.	WARUNG KENANGAN	113.	Jamu keliling
64.	sarapan pagi	114.	Es krim keliling
65.	Bakso joss	115.	Café 5 Kopi
66.	Piscok Raos	116.	KRIKEN
67.	Dapur mama adhel	117.	Usaha Salma
68.	EA	118.	Warkop
69.	Warung mie aceh	119.	Warung kopi
70.	WARUNG SARAPAN BU YUS	120.	Jualan Es Campur
71.	Ayam penyet barokah	121.	Kedai Nazwa
72.	WARUNG NENEK	122.	Mie balap kapan sempat
73.	Jamur Tiram	123.	Jualan Makanan Nasi Bungkus
74.	ANASTASIA JUICE	124.	Tentang Kita
75.	Mamauci Cake (FKMI)	125.	Jualan Bakso
76.	Leschan jangkat	126.	Lontong Pecel
77.	Burger Tower Si Mas	127.	Martabak Wd
78.	Bakso bakar	128.	Marza Cake

No	Nama Usaha	No.	Nama Usaha
129.	Just My Meloon	155.	Peyek Bu Atik
130.	Lontong Dede Gong	156.	Pedagang
131.	Rumah Industri marjinah (RIM)	157.	warung bang olpat
132.	Es Dawet	158.	Milk Crowd
133.	Catring Addawa	159.	Pisang goreng
134.	Warung sembako	160.	QIANA'S CORNER
135.	Kue bakpao terisno	161.	PENTOLPEDASPOOLMEDAN
136.	Warung sembako siti	162.	BOLU OLA
137.	Warung sembako muhamad	163.	Dapur Kita
138.	Warung sembako evi	164.	SARAPAN PAGI KAK FITRI
139.	Sarapan pagi Bu nita	165.	Lotus cakes.id
140.	Warung jamu Dia	166.	Makanan
141.	Jualan sayur keliling boinah	167.	Warung Pecal Dan Nasi Mbak Mia
142.	Kedai kelontong	168.	sarapan pagi Qiara
143.	Warung Roti Bakar Dan Gorengan Suriyana	169.	Warkop si'buan
144.	Rumah Makan Utama	170.	Sate Kerang Ibu Ani
145.	Warung butet	171.	Usaha Jual Minuman
146.	HASIBUAN CAFE	172.	Sarapan Pagi dan Sayuran Matang
147.	Ayam Kentaki	173.	Hab Tia Chicken
148.	BU AGUS	174.	Jamu dan Mie Ayam Bakso
149.	Usaha Rujak	175.	Rumah Snack
150.	Abadi coffee	176.	Warkop
151.	Keripik Pisang dan Roti Ketawa	177.	Mbok Jamu Medan
152.	PEDAGANG	178.	Pisang Sexy
153.	Warung Bu Dewi	179.	Dapur Anin
154.	Keripik Sambal Lado	180.	Iloppa

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan (2023)

3.2.2. Sampel

Sampel dalam penelitian merujuk kepada sebagian kecil dari populasi yang digunakan untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Populasi adalah kelompok besar orang atau objek yang memiliki karakteristik yang sama atau serupa yang ingin dipelajari atau generalisasikan. Karena seringkali tidak praktis atau terlalu mahal untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi, peneliti menggunakan sampel sebagai representasi yang lebih terjangkau dan efisien. Ada beberapa metode dalam penentuan sampel, seperti menggunakan rumus Slovin. Langkah pertama yang harus dilakukan ialah menentukan beberapa batas toleransi kesalahan yang dinyatakan dalam bentuk presentasi. Semakin besar toleransinya,

semakin akurat sampel tersebut menggambarkan populasi. Dan dengan populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung besarnya sampel digunakan rumus Slovin dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + 180 (0,1)^2}$$

$$n = 64$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = standar error (10%)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 64 pelaku usaha UMKM yang ada di Kecamatan Medan Sunggal.

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi variabel-variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Adapun variabel digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kreativitas (X1)	Kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptakan hasil yang baru, inovatif, belum pernah ada sebelumnya, menarik, unik, dan berguna bagi masyarakat. (David Campbell, 2018)	1. Kelancaran berpikir 2. Keluwesan berpikir 3. Elaborasi 4. Originalitas (Guilford, 2018)	Likert
Inovasi (X2)	Inovasi adalah hasil dari berbagai proses yang saling terkait dan mempengaruhi satu sama lain, bukan sekadar konsep ide baru atau penemuan baru, melainkan merupakan hasil dari keseluruhan proses tersebut. (Kotler, 2014)	1. Fitur Produk 2. Desain Produk 3. Kualitas Produk (B.D. Prasetyo, 2020)	Likert
Keberlanjutan Usaha (Y)	Keberlanjutan usaha dapat diartikan kemampuan perusahaan atau sebuah usaha untuk bertahan dan terus beroperasi dalam bisnisnya pada masa yang akan datang. (Puspitaningtyas, 2017)	1. Pembuatan rencana usaha 2. Pembaruan rencana usaha secara berkala 3. Analisis pesaing secara berkala 4. Kemudahan dalam memperluas bisnis baru 5. Bersedia mengambil risiko yang terukur (Lightelm, 2010)	Likert

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Adapun jenis data yang penulis gunakan yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang digunakan atau diukur dalam suatu skala numeric atau angka.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran angket (kuesioner).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan cara:

1. Observasi (pengamatan), yaitu dengan kegiatan mengamati suatu objek. Tujuannya untuk mengumpulkan data tentang objek tersebut dan menelitinya.
2. Kuesioner yaitu sebuah teknik menghimpun data dari sejumlah orang atau responden melalui seperangkat pertanyaan untuk dijawab. memberikan daftar pertanyaan dengan menggunakan skala likert's dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan memiliki opsi sebagai jawaban-jawaban yang diperoleh kemudian dikumpulkan sebagai data. Nantinya, data diolah dan disimpulkan menjadi hasil penelitian.

Tabel 3. 4 Bobot Nilai Angket

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistika Data

Menurut Sugiyono (2013), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral),

perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase serta menggunakan SPSS.

3.6.2. Uji Instrumen

Agar data yang diperoleh dengan kuesioner dapat valid dan reliabel maka perlu dilakukan uji validasi dan reliabilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan sehingga dapat diketahui layak tidaknya untuk pengumpulan data.

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti ingin mengukur kuesioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktek belum tentu data yang terkumpulkan adalah data yang valid.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui validitas pada semua item maka dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Item pernyataan yang dianggap valid adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Untuk menghitung nilai r_{tabel} dapat menggunakan rumus $df = n - 2$. Jumlah data validitas yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah 30, maka $df = 30 - 2 = 28$. Maka nilai r_{tabel} 28 dengan tingkat signifikansi 10% yaitu 0,361.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kreativitas (X1)	X1.1	0,627	0,361	Valid
	X1.2	0,681		Valid
	X1.3	0,759		Valid
	X1.4	0,774		Valid
	X1.5	0,822		Valid
	X1.6	0,727		Valid
	X1.7	0,726		Valid
	X1.8	0,810		Valid
Inovasi (X2)	X2.1	0,740	0,361	Valid
	X2.2	0,725		Valid
	X2.3	0,689		Valid
	X2.4	0,799		Valid
	X2.5	0,881		Valid
	X2.6	0,787		Valid
Keberlanjutan Usaha (Y)	Y.1	0,648	0,361	Valid
	Y.2	0,734		Valid
	Y.3	0,820		Valid
	Y.4	0,737		Valid
	Y.5	0,688		Valid
	Y.6	0,887		Valid
	Y.7	0,838		Valid
	Y.8	0,836		Valid
	Y.9	0,924		Valid
	Y.10	0,778		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2024)

Dari hasil uji validitas pada variabel kreativitas, inovasi, dan keberlanjutan usaha di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka semua pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *Cronbach Alpha* 0 sampai 1.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach Alpha* 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel.
- 2) Nilai *Cronbach Alpha* 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel.
- 3) Nilai *Cronbach Alpha* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Cronbach Alpha* 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.
- 5) Nilai *Cronbach Alpha* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas (X1)	0,871	Sangat Reliabel
Inovasi (X2)	0,847	Sangat Reliabel
Keberlanjutan (Y)	0,802	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2024)

Pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas instrumen variabel kreativitas, inovasi, dan keberlanjutan sudah memenuhi syarat. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada setiap variabel layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini menggunakan metode regresi agar dapat mengetahui pengaruh antara variabel yang dapat dijelaskan dalam model regresi. Pengujian model regresi dilakukan dengan 3 pengujian sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji serta mengetahui apakah model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau

tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan dari perhitungan regresi, diantaranya:

- 1) Grafik Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (bell shaped). Data yang baik berarti data tersebut memiliki pola distribusi normal. Jika data melenceng ke kanan atau kiri berarti data tidak berdistribusi secara normal.
- 2) Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas, sedangkan jika data menyebar menjauhi garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Untuk melihat dan menyimpulkan fenomena terjadinya interkorelasi bebas dan *variante inflation factor* dengan:

- a) $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas
- b) $Tolerance > 0,1$ maka tidak terdapat multikolinieritas

c) Uji Heteroskedastisitas

Merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisi regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3.6.4. Uji Analisis Linear Berganda

Penelitian dengan melibatkan lebih dari satu variable bebas atau predictor. Dan menggunakan bantuan dari software dan SSPS sebagai persamaan regresi berganda yang digunakan dalam rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat (Keberlanjutan Usaha)
- X1 = Variabel bebas (Kreativitas)
- X2 = Variabel bebas (Inovasi)
- α = Konstanta
- $\beta_{1,2}$ = Koefisien Regresi
- e = standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

3.6.5. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat apakah variabel lain dianggap konstan, dengan keyakinan 90%.

Kriteria pengujian:

$$t_{hitung} > t_{tabel} = \text{hipotesis diterima}$$

$$t_{hitung} < t_{tabel} = \text{hipotesis ditolak}$$

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak

3.6.6. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. R square disebut juga sebagai koefisien determinasi yang menjelaskan seberapa jauh data dependen dapat dijelaskan oleh data independen. R square bernilai antara 0-1 dengan ketentuan semakin mendekati angka satu berarti semakin baik. Jika R square bernilai 0,6 berarti 60% sebaran variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Sisanya 40% tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen atau dapat dijelaskan oleh variabel diluar variabel independen (Mawardi, 2020).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal, dapat disimpulkan:

- 1) Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji t yang diperoleh dimana thitung $(6,801) > t_{tabel} (1,670)$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,1$.
- 2) Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberlanjutan UMKM Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil uji t yang diperoleh dimana thitung $(7,096) > t_{tabel} (1,670)$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,1$.
- 3) Kreativitas dan Inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji anova yaitu nilai Fhitung sebesar 12,322 lebih besar dari Ftabel 2,39 dan taraf signifikansinya $0,000 < 0,1$.

5.2. Saran

Berdasar hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah:

- 1) Disarankan agar pelaku UMKM kuliner dapat melihat permasalahan dari berbagai sudut pandang yang berbeda, misalnya dengan mengadakan sesi

brainstorming atau diskusi kelompok untuk mendapatkan berbagai perspektif dalam mengatasi tantangan usaha. Selain itu, disarankan untuk mengembangkan alternatif ide yang beragam dalam mengatasi tantangan usaha kuliner, agar dapat menemukan solusi yang lebih kreatif dan inovatif.

- 2) Disarankan agar pelaku UMKM kuliner memperhatikan dan meningkatkan daya tarik visual dari produk mereka, seperti memperbaiki kemasan, tampilan, dan presentasi produk agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, disarankan juga untuk tidak hanya fokus pada tampilan produk, tetapi juga memperhatikan pengalaman konsumen saat mengonsumsi produk, misalnya melalui inovasi kemasan, penyajian, atau fitur pendukung lainnya.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian sejenis dengan menambahkan variabel lain yang relevan serta jumlah sampel yang lebih banyak agar hasil penelitian lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, S., & Jaya, I. (2019). Creativity and innovation in achieving success in traditional cake businesses. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 6(4), 435-444.
- Charles, Lagat., Chepkwony Joel., Kotut Cheruiyot Samwel. (2012). "Market Orientation and Firm Performance in The Manufacturing Sector in Kenya." *European Journal of Business and Management*, 4(10), pp: 20-27.
- Fatimah, S. E., & Fadhil, H. R. (2022). Meningkatkan keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen*, 14(4), 801-806.
- Fitri, E. (2021). *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengrajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat*. (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Hamka. 2021. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha Melalui Pelaku Usaha Industri Pengolahan Makanan. Tesis. Makassar: Universitas Bossowa Makassar.
<https://repository.unibos.ac.id/xmlui/handle/123456789/1240>
- (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- H, S dan Darmawan Sriyanto. 2016. *Dampak Kemampuan Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengan Di Kabupaten Langkat*. Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula, 2016.
- Husna, S. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus pada Ardhina Batik Motif Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Ligthelm, A. A. (2010). Entrepreneurship and small business sustainability. *Southern African Business Review*, 14(3).
- Makmur, & Thahier, R. (2017). *Inovasi dan Kreativitas Manusia*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Merieska, P., & Meiyanto, I. S. (2017). Passion berwirausaha pada pengusaha muda. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(1), 13-24.

- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Avina, D. A. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Puspitaningtyas, Z. 2017. *Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability*. Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII Universitas Tarumanegara.
- Saputra, A. R. (2022). *Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada UMKM Kuliner di Kota Magelang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Supriadi, Y. N. (2019). Analisis keberlanjutan usaha UMKM di Propinsi Banten. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Syafei, D., Jalaludin, J., & Lahat, D. S. T. I. E. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah Pada Penjahit Pakaian Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 105-127.
- Tambunan, T. T. (2021). *UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Vivi, I. H. (2020). Pengaruh Inovasi Lingkungan dan Inovasi Layanan Pada Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan (Studi Pada Perusahaan Teknologi di Batam). *Development of Research Management: Jurnal Manajemen*, 15(1), 82-103.
- Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2015. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Penerbit Indeks.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan UMKM

Kuliner di Kecamatan Medan Sunggal”

Responden yang terhormat,

Saya mohon bantuan anda untuk menanggapi situasi yang sebenarnya terhadap pernyataan-pernyataan saya yang tersusun dalam kuesioner ini. Guna memperoleh data yang saya perlukan untuk penyusunan skripsi dan akan saya jaga kerahasiaannya atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Usaha :

Jenis Kelamin :

Lama Usaha Berdiri :

Jenis Usaha Kuliner :

2. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Berikut tanda checklist (√) pada kolom yang Anda anggap Setuju pada jawaban pada Anda. Berikut Keterangan Jawaban dan Skor Penilaian:

Skor Nilai Angket:

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Variabel Kreativitas (X1)

No.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
Kelancaran Berpikir (<i>fluency of thinking</i>)						
1.	Saya dapat dengan mudah menghasilkan banyak ide baru untuk mengembangkan usaha kuliner saya.					
2.	Saya mampu mengungkapkan gagasan-gagasan inovatif secara lancar dan cepat.					
Keluwesan Berpikir (<i>flexibility</i>)						
1.	Saya dapat melihat permasalahan usaha dari berbagai sudut pandang yang berbeda.					
2.	Saya mampu mengembangkan alternatif ide yang beragam dalam mengatasi tantangan usaha kuliner.					
Elaborasi (<i>elaboration</i>)						
1.	Saya dapat mengembangkan ide-ide dengan menambahkan detail rinci agar lebih menarik.					
2.	Saya terampil dalam memperinci gagasan baru menjadi sesuatu yang lebih konkret dan aplikatif.					
Originalitas (<i>originality</i>)						
1.	Ide-ide kreatif saya telah meningkatkan penjualan usaha kuliner.					
2.	Gagasan inovatif saya membuat usaha kuliner saya lebih unggul dalam persaingan pasar.					

Variabel Inovasi (X2)

No.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
Fitur Produk						
1.	Produk kuliner yang saya tawarkan memiliki fitur unik yang membedakannya dari produk pesaing.					
2.	Saya selalu mencari cara untuk menambahkan fitur baru pada produk kuliner agar lebih menarik bagi konsumen.					
Desain Produk						

1.	Desain produk kuliner saya menarik secara visual dan mencerminkan konsep yang jelas.					
2.	Saya memperhatikan desain produk kuliner agar meningkatkan daya tarik dan pengalaman konsumen.					
Kualitas Produk						
1.	Produk kuliner yang saya jual memiliki kualitas yang terjamin dan tahan lama.					
2.	Saya selalu memastikan kualitas produk kuliner yang dijual konsisten dari waktu ke waktu.					

Variabel Keberlanjutan Usaha (Y)

No.	Pernyataan	Keterangan				
		SS	S	KS	TS	STS
Pembuatan Rencana Usaha						
1.	Saya memiliki rencana usaha tertulis yang lengkap sebagai panduan dalam menjalankan usaha kuliner.					
2.	Rencana usaha yang saya miliki mencakup berbagai aspek seperti strategi, operasional, dan keuangan.					
Pembaruan Rencana Usaha Secara Berkala						
1.	Saya secara rutin memperbarui rencana usaha sesuai dengan perkembangan dan dinamika pasar.					
2.	Saya selalu memperbaharui strategi, inovasi, dan manajemen operasional dalam rencana usaha.					
Analisis Pesaing Secara Berkala						
1.	Saya sering menganalisis pesaing untuk memahami situasi persaingan di pasar kuliner.					
2.	Analisis terhadap pesaing membantu saya dalam menyusun strategi untuk mempertahankan posisi usaha.					
Kemudahan dalam Memperluas Bisnis Baru						
1.	Usaha kuliner saya mudah untuk dikembangkan ke bisnis baru seperti membuka cabang baru.					
2.	Saya selalu siap untuk mengeksplorasi peluang bisnis baru dalam industri kuliner.					

Bersedia Mengambil Risiko yang Terukur						
1.	Saya berani mengambil risiko yang telah dipertimbangkan dalam mengambil keputusan bisnis.					
2.	Saya siap menanggung risiko terukur demi inovasi dan pertumbuhan usaha kuliner.					



Lampiran 2 Penyajian Data Jawaban Responden

Variabel Kreativitas (X1)

No.	Pernyataan								Total
1	5	4	4	4	5	4	5	5	36
2	5	5	4	4	4	5	4	5	36
3	5	4	5	4	4	5	4	5	36
4	4	5	3	4	4	4	5	5	34
5	4	5	4	4	4	5	4	2	32
6	4	4	3	4	5	5	4	5	34
7	4	4	5	4	3	5	4	3	32
8	3	5	5	4	4	4	4	5	34
9	3	5	3	4	3	4	2	4	28
10	3	5	4	4	4	4	4	5	33
11	4	5	4	4	4	5	4	4	34
12	3	4	1	4	3	5	3	4	27
13	3	4	5	4	3	5	4	4	32
14	4	5	2	5	4	4	4	5	33
15	5	5	5	5	5	4	3	4	36
16	4	5	2	5	3	5	4	4	32
17	4	5	5	4	5	5	3	5	36
18	5	5	4	4	3	4	5	4	34
19	4	5	4	5	5	5	5	4	37
20	5	5	4	4	4	5	3	4	34
21	4	3	2	4	4	5	5	5	32
22	5	3	5	4	4	4	4	3	32
23	4	4	5	5	4	4	4	5	35
24	4	5	5	5	3	5	4	4	35
25	5	3	3	4	4	5	3	4	31
26	4	3	3	4	5	5	4	4	32
27	4	5	4	4	3	4	4	4	32
28	5	4	4	5	5	3	3	5	34
29	4	4	5	5	4	3	4	4	33
30	4	4	5	5	4	3	4	4	33
31	5	5	3	5	4	3	5	5	35
32	4	5	5	4	5	4	5	3	35
33	4	2	3	4	4	3	5	5	30
34	4	4	3	4	5	4	5	5	34
35	5	4	3	4	5	4	5	5	35
36	5	4	3	3	4	3	4	3	29
37	5	4	5	4	4	5	4	5	36
38	5	3	5	3	4	5	4	5	34
39	4	4	3	3	5	5	5	4	33
40	5	4	5	4	5	4	4	4	35
41	5	5	5	5	4	3	5	5	37
42	5	2	5	4	4	4	5	5	34
43	5	4	5	5	5	4	4	3	35
44	4	5	4	4	4	4	4	5	34
45	4	3	4	4	4	4	5	5	33
46	4	3	4	3	4	4	4	5	31
47	5	3	4	3	4	3	4	3	29

48	5	4	4	5	4	3	4	5	34
49	4	4	5	4	5	3	5	5	35
50	4	4	5	5	5	4	4	3	34
51	5	4	4	5	5	4	5	5	37
52	5	4	4	5	5	4	4	4	35
53	5	4	4	5	5	4	4	4	35
54	5	4	4	3	5	4	5	5	35
55	5	4	4	4	5	3	4	5	34
56	5	4	4	4	5	4	5	4	35
57	4	3	5	4	5	3	5	4	33
58	4	4	5	2	5	3	5	5	33
59	4	4	5	4	5	4	4	5	35
60	4	4	5	3	5	4	4	4	33
61	4	4	5	3	5	4	4	4	33
62	4	4	5	3	5	3	5	5	34
63	4	4	4	4	5	4	4	4	33
64	4	4	5	4	5	2	4	5	33

Variabel Inovasi (X2)

No.	Pernyataan							Total
1	5	5	5	4	5	5	29	
2	5	5	4	4	4	5	27	
3	3	5	5	4	4	5	26	
4	5	4	5	5	5	4	28	
5	5	4	5	5	4	4	27	
6	5	5	5	4	4	4	27	
7	3	5	4	4	5	4	25	
8	5	3	4	5	4	5	26	
9	5	5	5	5	4	5	29	
10	5	4	5	5	5	5	29	
11	3	4	5	3	5	5	25	
12	5	4	4	4	4	5	26	
13	5	5	5	4	4	4	27	
14	5	5	5	3	5	5	28	
15	3	4	4	3	5	4	23	
16	5	4	5	5	4	5	28	
17	3	4	4	5	5	5	26	
18	5	4	5	3	4	5	26	
19	3	4	5	4	3	4	23	
20	5	5	5	4	4	5	28	
21	3	5	5	3	4	4	24	
22	5	5	4	3	5	5	27	
23	5	4	3	3	5	4	24	
24	4	4	5	4	5	5	27	
25	4	4	5	4	5	4	26	
26	4	4	3	5	4	3	23	
27	4	4	4	5	5	3	25	
28	4	5	3	5	5	3	25	
29	4	5	4	3	4	4	24	
30	4	5	5	4	5	5	28	

31	4	5	5	4	5	5	28
32	4	3	3	4	5	4	23
33	5	3	3	4	4	4	23
34	5	5	4	3	4	5	26
35	5	5	4	4	5	5	28
36	5	3	3	4	5	5	25
37	5	3	4	5	4	5	26
38	5	5	4	5	3	5	27
39	4	5	4	5	4	4	26
40	4	4	5	5	4	4	26
41	4	4	5	4	3	5	25
42	4	4	3	4	4	5	24
43	4	4	3	5	3	5	24
44	4	4	4	5	4	5	26
45	4	5	4	5	4	4	26
46	4	5	4	4	4	4	25
47	5	5	3	4	4	4	25
48	5	5	4	4	2	4	24
49	4	5	4	5	4	4	26
50	4	5	3	5	4	4	25
51	4	5	3	5	4	5	26
52	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	4	4	5	25
54	4	4	4	5	4	4	25
55	4	4	4	5	3	4	24
56	4	4	4	5	4	4	25
57	4	4	4	5	4	4	25
58	4	5	4	4	3	4	24
59	5	4	4	4	4	4	25
60	5	4	4	4	4	4	25
61	5	4	4	4	4	4	25
62	5	5	4	4	4	4	26
63	5	5	4	4	4	4	26
64	5	5	4	4	4	4	26

Variabel Keberlanjutan Usaha (Y)

No.	Pernyataan										Total
1	4	4	5	5	2	4	4	5	4	5	42
2	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	41
3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	41
4	2	4	5	5	2	5	4	4	5	4	40
5	3	3	5	4	5	2	5	5	3	4	39
6	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	45
7	2	3	5	5	5	4	4	4	4	4	40
8	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
9	3	4	5	4	3	5	4	4	3	4	39
10	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	38
11	2	3	5	4	3	5	2	4	4	4	36
12	2	3	5	4	4	4	2	4	3	4	35
13	4	4	5	5	3	4	2	4	4	3	38

14	1	4	5	5	4	5	4	4	4	4	40
15	4	4	5	4	5	4	1	4	4	3	38
16	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	36
17	4	3	5	3	4	4	3	4	3	3	36
18	1	4	3	4	4	5	5	5	3	5	39
19	5	2	4	5	5	5	1	5	3	5	40
20	3	4	5	3	4	5	1	4	5	5	39
21	3	4	3	5	4	5	5	4	4	5	42
22	3	4	3	5	4	4	3	4	4	3	37
23	3	5	3	3	4	4	3	4	5	5	39
24	5	1	4	5	4	4	5	4	5	5	42
25	5	4	4	5	4	4	2	4	5	5	42
26	5	4	4	3	4	4	2	4	3	3	36
27	2	5	3	3	4	5	5	4	5	5	41
28	5	2	4	3	4	4	4	5	5	5	41
29	5	4	4	4	4	5	4	5	3	3	41
30	5	3	5	4	4	5	4	5	5	5	45
31	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	42
32	3	2	4	3	4	4	2	4	5	3	34
33	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
34	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	41
35	3	2	4	3	4	5	4	5	4	4	38
36	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	46
37	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	46
38	4	3	5	5	5	3	3	4	4	4	40
39	4	5	5	3	5	5	3	4	4	4	42
40	4	5	3	3	4	5	3	5	5	4	41
41	4	2	5	5	4	3	5	4	4	5	41
42	5	5	3	3	4	3	3	4	4	5	39
43	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	43
44	3	5	4	4	4	5	3	4	5	4	41
45	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	39
46	3	4	4	3	5	3	4	4	5	5	40
47	3	4	4	5	5	3	4	3	4	5	40
48	3	4	4	5	4	5	4	2	4	5	40
49	3	4	5	5	4	5	3	3	4	4	40
50	5	5	5	3	5	3	3	2	4	4	39
51	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	41
52	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	39
53	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	44
54	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	42
55	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	43
56	5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	44
57	5	4	2	4	5	3	4	5	4	4	40
58	5	5	5	4	4	3	4	3	4	5	42
59	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	41
60	4	5	4	5	5	4	4	2	5	4	42
61	4	5	4	5	5	4	5	2	5	4	43
62	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	43
63	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	46
64	5	5	5	5	4	4	5	3	5	4	45

Lampiran 3 Hasil uji Statistik

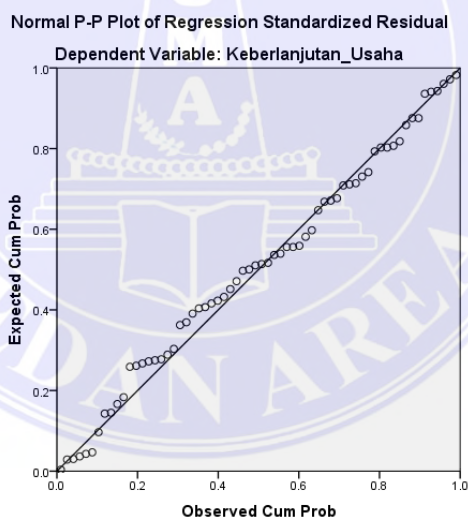
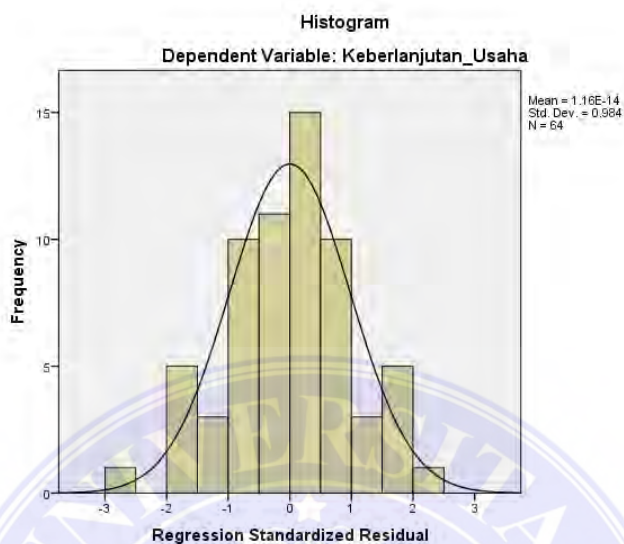
Hasil Uji Validitas Kreativitas, Inovasi, dan Keberlanjutan Usaha

Variabel	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kreativitas (X1)	X1.1	0,627	0,361	Valid
	X1.2	0,681		Valid
	X1.3	0,759		Valid
	X1.4	0,774		Valid
	X1.5	0,822		Valid
	X1.6	0,727		Valid
	X1.7	0,726		Valid
	X1.8	0,810		Valid
Inovasi (X2)	X2.1	0,740	0,361	Valid
	X2.2	0,725		Valid
	X2.3	0,689		Valid
	X2.4	0,799		Valid
	X2.5	0,881		Valid
	X2.6	0,787		Valid
Keberlanjutan Usaha (Y)	Y.1	0,648	0,361	Valid
	Y.2	0,734		Valid
	Y.3	0,820		Valid
	Y.4	0,737		Valid
	Y.5	0,688		Valid
	Y.6	0,887		Valid
	Y.7	0,838		Valid
	Y.8	0,836		Valid
	Y.9	0,924		Valid
	Y.10	0,778		Valid

Hasil Uji Reliabilitas Kreativitas, Inovasi, dan Keberlanjutan Usaha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas (X1)	0,871	Sangat Reliabel
Inovasi (X2)	0,847	Sangat Reliabel
Keberlanjutan Usaha (Y)	0,802	Reliabel

Uji Asumsi Klasik



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06594174
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.050
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

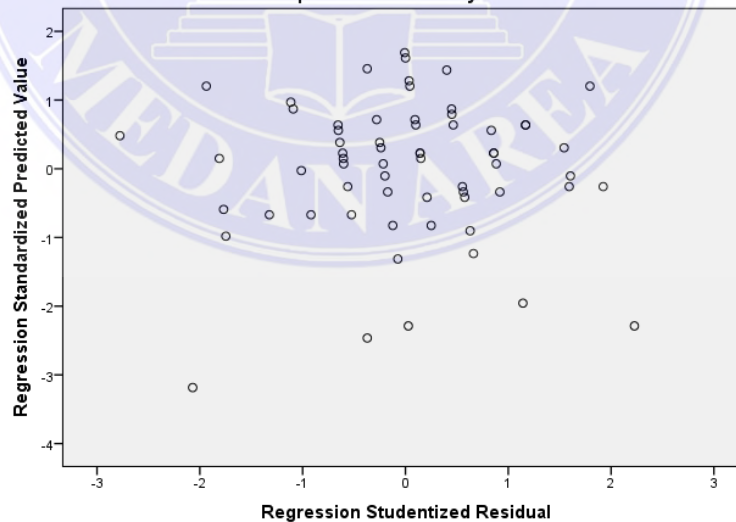
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.578	.204		17.536	.153		
	Kreativitas	.430	.004	.102	6.801	.001	.995	1.005
	Inovasi	.541	.005	.102	7.096	.001	.995	1.005

a. Dependent Variable: Keberlanjutan_Usaha

Scatterplot

Dependent Variable: y



Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.578	.204		17.536	.153		
	Kreativitas	.430	.004	.102	6.801	.001	.995	1.005
	Inovasi	.541	.005	.012	7.096	.001	.995	1.005

a. Dependent Variable: Keberlanjutan_Usaha

Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.578	.204		17.536	.153		
	Kreativitas	.430	.004	.102	6.801	.001	.995	1.005
	Inovasi	.541	.005	.012	7.096	.001	.995	1.005

a. Dependent Variable: Keberlanjutan_Usaha

Lampiran 4 Daftar r tabel, t tabel, dan F tabel

r tabel

Tabel R-Hitung

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620

t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)


Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696

F tabel

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60

Lampiran 5 Surat Izin Survey dari Universitas Medan Area



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kalam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366078, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas : ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 149 /FEB /01.1/ II /2024 07 Februari 2024
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Badan Riset Dan Inovasi Daerah Kota Medan

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudara , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :


N a m a : ZULFIKRI MIRZA
NPM : 198320154
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM Di Kecamatan Medan Sunggal Medan

Untuk diberi surat izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

A.n Kaprodi
Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi
Program Studi Manajemen


Atifto, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Peringgal

Lampiran 6 Surat Keterangan Selesai Penelitian dari Kec. Medan Sunggal



PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH

Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32 Medan Kode Pos 20143
Telp. (061) 7873439 Fax. (061) 7873314
E-mail : brida@pembkmedan.go.id Website : www.brida.pembkmedan.go.id

SURAT KETERANGAN SELESAI RISET

Nomor : 000.9/1183

Berdasarkan Surat Keterangan Riset dari Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan Nomor 000.9/0415 Tanggal 21 Februari 2024 dan dokumen lainnya, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Zulfikri Mirza
NIM : 198320154
Program Studi : Manajemen
Lokasi : Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan.
Lamanya : 3 (Tiga) Bulan
Penanggung Jawab : Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Bahwa yang bersangkutan tersebut di atas telah menyelesaikan Riset di Kecamatan Medan Sunggal Kota Medan.

Demikian surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : M e d a n
Pada Tanggal : 27 Mei 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah.

Mansuryah, S. Sos, M. AP
Pembina Tk. I (IV/b)
NIP 196805091989091001

Tembusan :

1. Wali Kota Medan.
2. Camat Medan Sunggal Kota Medan.
3. Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BKR.
- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil olah raga elektronik mempunyai nilai hukum yang sah."

1/1

