

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA KULINER DI KOTA MEDAN
(Studi Kasus Kecamatan Medan Sunggal, Jl.Setia Budi)**

SKRIPSI

OLEH :

ALFREDO SITUMORANG

188320375



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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/2/25

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
Access From (repository.uma.ac.id)4/2/25

**PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA KULINER DI KOTA MEDAN
(Studi Kasus Kecamatan Medan Sunggal, Jl. Setia Budi)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area**

OLEH :

ALFREDO SITUMORANG

188320375

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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/2/25

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
Access From (repository.uma.ac.id) 4/2/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kota Medan (Studi Kasus Kecamatan Medan Sunggal)
Nama : Alfredo Situmorang
NPM : 188320375
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding



(Dr. Nur Aisyah, S.E., MM)

(Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, S.E., M.Si)

Pembimbing

Pembanding

Mengetahui :



(Ahmad Rizki, BBA (Hon), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan



(Fitriani Tobing, S.E., M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 5 April 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/2/25

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

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulis ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini .

Medan, 5 April 2024



Alfredo Situmorang
188320375

**HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/ SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alfredo Situmorang
NPM : 188320375
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas *Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kota Medan (Studi Kasus Kecamatan Medan Sunggal)”.

Dengan Hak Bebas *Royalti Noneklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Medan
Pada Tanggal : 5 April 2024
Yang Menyatakan,



Alfredo Situmorang
188320375

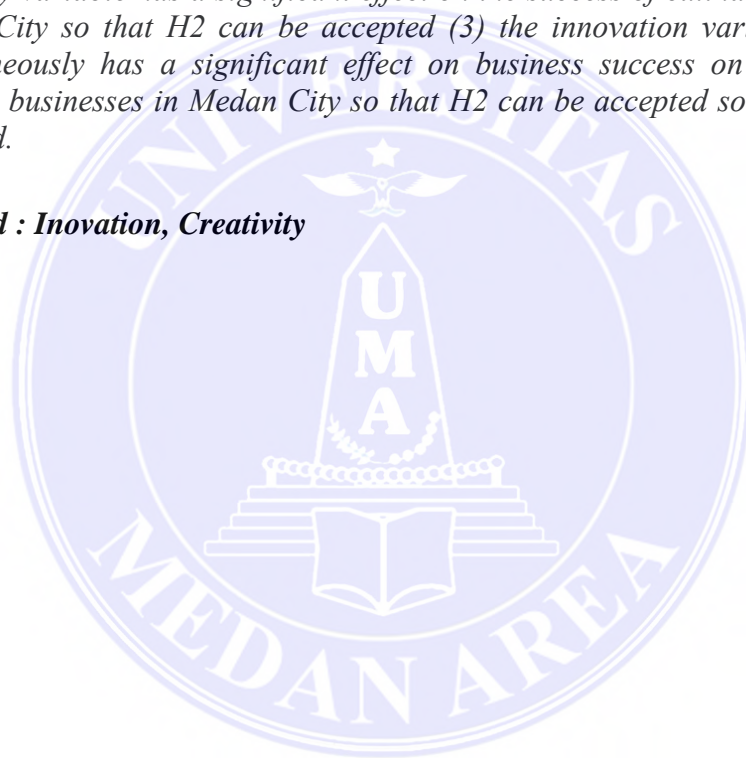
RIWAYAT HIDUP

Nama	Alfredo Situmorang
NPM	188320375
Tempat, Tanggal Lahir	Sihorbankanlama, 19 – 02 - 2000
Nama Orang Tua :	
Ayah	Golden Situmorang
Ibu	Terlina Sitinjak
Riwayat Pendidikan:	
SD	SDN 106873
SMP	SMP N 2 SIISPIS
SMA	SMA KCK TEBING TINGGI
Riwayat Studi di UMA	2018 - 2024
No. HP/WA	0822 – 7481 - 8747
Email	Situmorangalfredo1@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of innovation and creativity on the success of culinary businesses in the city of Medan. This research uses quantitative and associative methods, the sampling technique used is non-probability sampling and the research sample uses snowball sampling which is measured using a multiple linear regression-based method using the SPSS 23 program. This research was conducted in Medan City with a research sample of 75 respondents using the Slovin method. Based on the research results, it shows that (1) the innovation variable has a significant effect on creativity on the success of culinary businesses in Medan City so that H1 can be accepted, (2) the creativity variable has a significant effect on the success of culinary businesses in Medan City so that H2 can be accepted (3) the innovation variable, creativity simultaneously has a significant effect on business success on the success of culinary businesses in Medan City so that H2 can be accepted so that H3 can be accepted.

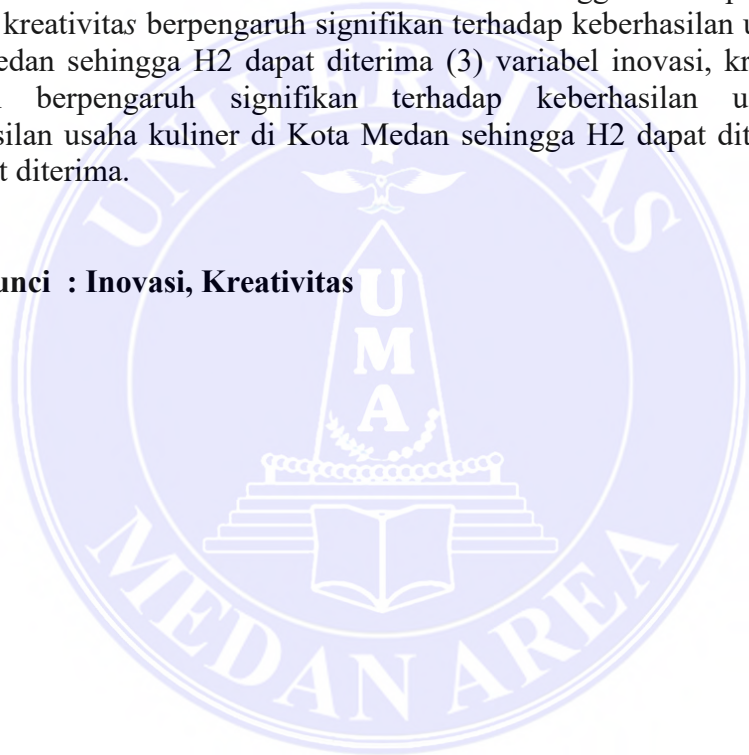
Keyword : Inovation, Creativity



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha Kuliner di Kota Medan . Peneltian ini menggunakan metode kuantitatif dan bersifat asosiatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non probability sampling* dan sampel penelitian ini menggunakan *snowball sampling* yang diukur dengan metode berbasis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 23. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan dengan sampel penelitian sebanyak 75 responden dengan menggunakan metode slovin. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) variabel inovasi berpengaruh signifikan terhadap kreativitas terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kota Medan sehingga H1 dapat diterima, (2) variabel kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kota Medan sehingga H2 dapat diterima (3) variabel inovasi, kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kota Medan sehingga H2 dapat diterima sehingga H3 dapat diterima.

Kata Kunci : Inovasi, Kreativitas



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Berkat dan Karunianya telah melindungi saya dalam penelitian proposal skripsi ini. Proposal skripsi ini telah menjadi persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studi di Universitas Medan Area, Sehubungan dengan itu, disusunnya proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kota Medan (Studi Kasus Kecamatan Medan Sunggal)”

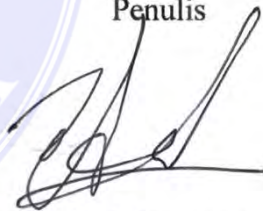
Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selain menyusun skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA, MMgt, Ph.D, CIMA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, S.E, M.Si Selaku Kepala Prodi bidang Manajemen Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah, SE, MM Selaku dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya dalam masa pengerjaan Proposal Skripsi saya

5. Ibu Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, SE, M.Si Selaku Dosen Pembanding Saya
6. Bapak Alfifto, SE, M.Si Selaku Dosen Sekretaris Saya
7. Kedua orang tua yang saya sayangi Bapak Golden Situmorang dan Ibunda saya tercinta Terlina Sitinjak, dan adik saya Marito Situmorangi yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Dalam penyusunan ini banyak hambatan serta rintangan yang dihadapi namun pada akhirnya saya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran guna kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan, Perusahaan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Penulis



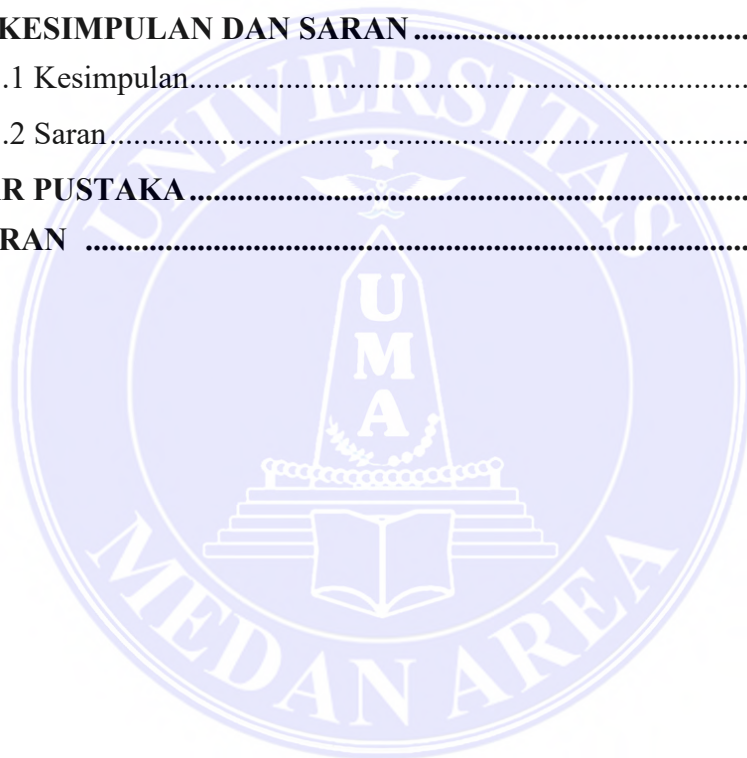
Alfredo Situmorang

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Rumusan Masalah	4
1. 3 Pertanyaan Penelitian	5
1. 4 Tujuan Penelitian.....	5
1. 5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Keberhasilan Usaha	7
2.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha	7
2.2 Inovasi	8
2.2.1 Pengertian Inovasi	8
2.2.2 Manfaat Inovasi.....	9
2.2.3 Hambatan Dalam Inovasi.....	10
2.2.4 Pengaruh Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha.....	12
2.3 Kreativitas.....	12
2.3.1 Pengertian Kreativitas	12
2.3.2 Hambatan Dalam Mengembangkan Kreativitas.....	14
2.3.3 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha.....	15
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.5 Kerangka Berpikir dan Kerangka Konseptual.....	19
2.5.1 Kerangka Berpikir.....	19
2.5.2 Kerangka Konseptual	19
2.6 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21

3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	21
	3.2.1 Tempat Penelitian	21
	3.2.2 Waktu Penelitian	22
3.3	Populasi dan Sampel.....	22
	3.3.1 Populasi	22
	3.3.2 Sampel	22
3.4.	Defenisi Operasional Variabel	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data	25
	3.5.1 Pengamatan (Observasi).....	25
	3.5.2 Kuisisioner (Angket)	25
3.6	Teknik Analisis Data	26
	3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas	26
3.7	Uji Asumsi Klasik	27
	3.7.1 Uji Normalitas.....	27
	3.7.2 Uji Multikolinearitas	28
	3.7.3 Regresi Linier Berganda	29
3.8	Uji Hipotesis	30
	3.8.1 Uji Signifikan Simultan (F).....	30
	3.8.2 Uji Signifikan Parsial (Nilai T).....	30
	3.8.3 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>).....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Hasil Penelitian	32
	4.1.1 Profil UMKM Kuliner.....	32
	4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	34
	4.1.3 Analisa Statistik Deskriptip.....	36
4.2	Uji Validasi dan Reabilita	47
4.3	Uji Asumsi Klasik	51
	4.3.1 Uji Normalitas	51
	4.3.2 Uji Heterokedasitas	54
	4.3.3 Uji Multikolenaritas.....	54
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.5	Uji Hipotesis.....	57

4.5.1 Uji Parsial (t)	57
4.5.2 Uji Silmutan (Uji f)	58
4.6 Uji Koefisien Determinasi R^2	58
4.7 Hasil Pembahasan	59
4.7.1 Pengaruh Inovatif Terhadap keberhasilan Usaha Kuliner di Kota Medan	59
4.7.2 Pengaruh kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kota Medan	59
4.7.3 Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kota Medan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Data UMKM Kota Medan	3
Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu	16
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	22
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.3	Skala Pengukuran Likert	26
Tabel 4.1	Daftar Usaha Kuliner Jalan Setia Budi	32
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Pelaku Usaha Sering Melakukan Pengembangan Metode Pembuatan Kuliner Yang Berbeda-beda.....	36
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Pelaku Usaha Selalu Melakukan Cara Baru Untuk Memproduksi Lebih Cepat dari Pesain	37
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Pelaku Usaha Sering Meminta Pendapat Pelanggan Terkait Makanan Yang Dijual Untuk Mengevaluasi Jika Ada Yang Kurang Dari Makanan Tersebut.....	37
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Pelaku Usaha Juga Sering Menggunakan Bahan-bahan Lain Yang Tidak Pernah Digunakan Sebelumnya Untuk Menambah Cita Rasa	38
Tabel 4.8	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Selalu Melakukan Pembaruan Saat Pendapatan Menurun.....	38
Tabel 4.9	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Selalu Menerapkan kesopanan dan kenyamanan Yang Sangat Diinginkan Pelanggan	39
Tabel 4.10	Deskriptif Jawaban Pemesanan Melalui Sosial Media Sangat Memudahkan Pelanggan Dalam Pembelian.....	40
Tabel 4.11	Deskriptif Jawaban Pemilik Usaha Ikut Serta Dalam Melayani Pelanggan	40
Tabel 4.12	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Mampu Berimajinasi Dalam Mengolah Berbagai Masakan Agar Menjadi Lebih Menarik.....	41
Tabel 4.13	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Mampu Mengoloborasikan Bahan Makanan Lainnya Untuk Mendapatkan Hasil Masakan Yang Sempurna.....	41
Tabel 4.14	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Memiliki Sikap Bebas Dan Percaya Diri Dalam Mengolah Berbagai Masakannya.....	42
Tabel 4.15	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Dapat Melahirkan Gagasan Baru Mengenai Masakannya.....	42
Tabel 4.16	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Memiliki Sikap Enerjik Dan Bersih Dalam Mengolah Masakannya.....	43
Tabel 4.17	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Dapat Melahirkan Gagasan Baru Mengenai Masakannya.....	43

Tabel 4.18	Deskriptif Jawaban Makanan Yang Dijual Masih Diterima Oleh Konsumen/pembeli.....	44
Tabel 4.19	Deskriptif Jawaban Usaha kuliner Yang Dikembangkan Dapat Bersaing Dengan Kompetitor/pesaing	44
Tabel 4.20	Deskriptif Jawaban Para Pelaku Usaha Dapat Memenuhi Kebutuhan Pribadi Maupun Keluarga	45
Tabel 4.21	Deskriptif Jawaban Omset Tahunan Usaha Terus Meningkat.....	46
Tabel 4.22	Deskriptif Jawaban MakananKkuliner Menjadi Suatu Ciri Khas Dari Kota Itu Sendiri	46
Tabel 4.23	Deskriptif Jawaban Cita Rasa Kuliner Yang Berbeda-beda Menjadi Penarik Konsumen	46
Tabel 4.24	Deskriptif jawaban Konsumen Merasa Puas Atas Pelayanan Dalam Penjualaanya Sehingga Tertarik Untuk Datang Kembali	47
Tabel 4.25	Deskriptif Jawaban Pelaku Usaha Dapat Menjaga Hubungan Baik Kepada Konsumen	47
Tabel 4.26	Uji Validasi Inovasi X1	49
Tabel 4.27	Uji Validitas kreativitas X2.....	49
Tabel 4.28	Uji Validitas Keberhasilan Usaha Y	50
Tabel 4.29	Uji Reliabilitas(X1,X2,Y)	51
Tabel 4.30	Uji Kolmogrov Smirnov.....	52
Tabel 4.31	Uji Multikolineritas	55
Tabel 4.32	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.33	Uji t.....	57
Tabel 4.34	Uji f	58
Tabel 4.35	Uji koefisien Determinasi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 4.1 Histogram.....	53
Gambar 4.2 Normal P-P Plot.....	53
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i>	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Kuesioner	65
Lampiran 2	Uji Validitas dan Realibilitas	71
Lampiran 3	Uji Asumsi Klasik	75
Lampiran 4	Surat Izin Riset.....	78



BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Kegiatan usaha dagang kuliner saat ini merupakan kegiatan usaha yang berkembang dan memiliki potensi yang cukup tinggi. Dalam usaha kuliner ini sudah banyak pelaku usaha yang mendapat keuntungan. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha yang tidak mendapat keuntungan bahkan ada juga sampai bangkrut, karena kualitas pelayanan yang kurang maksimal dan strategi pemasaran yang digunakan juga kurang optimal. Artinya keberhasilan suatu usaha kuliner dalam pencapaian persaingan yang ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang optimal serta pendekatan terhadap konsumen berjalan dengan baik.

Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan antara pengusaha dengan konsumen. Hubungan yang baik terhadap konsumen seperti ini akan memungkinkan pengusaha untuk memahami dengan seksama harapan konsumen terhadap kebutuhan mereka, dengan demikian pengusaha tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana pengusaha tersebut meyakinkan bahwa dengan pelayanan yang baik dapat menarik sisi positif dari pelanggan. Kemudian sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan seperti yang kita ketahui adanya kerugian dan kegagalan memuaskan pelanggan tersebut. Hal ini perlu dikendalikan dengan strategi yang tepat, diantaranya dengan meningkatkan kualitas pelayanan.

Menurut (Laemonta & Padmalia, 2021) terkait dengan Inovasi dan kualitas layanan yang akan menjadi perhatian para konsumen untuk membeli dikarenakan

saat ini begitu banyak muncul produk sejenis yang menawarkan produknya serupa sehingga inovasi dibutuhkan untuk menjaga konsumen tetap tertarik terhadap usaha kuliner yang kita miliki. Setelah mengetahui berbagai faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli, pelaku usaha menanyakan kepada konsumen apa yang menjadi kelemahan dari kuliner kita sehingga mereka memilih kuliner yang lain mengingat faktor utamanya dalam usaha kuliner ini bahwa pentingnya inovasi dikarenakan saat ini banyaknya kompetitor yang menawarkan produk sejenis dengan kualitas yang sama dan juga rasa yang ditawarkan kurang berinovasi.

Perkembangan bisnis kuliner dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang ada, baik itu restoran biasa maupun restoran mewah. Menu dan fasilitas yang digunakan pun sudah berkembang, mulai dari lokasi yang hanya sekedar untuk menikmati makanan dengan menu sederhana hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu yang mahal dan bertarap internasional. Namun, pada sektor usaha kuliner dalam lingkup UMKM tidak seluruhnya dapat bersaing dengan usaha kuliner berbasis *e-commerce* maupun usaha kuliner besar seperti restoran mewah.

Kondisi sosial ekonomi adalah tempat mata pencarian masyarakat individu maupun kelompok atau masyarakat yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi UMKM di sektor usaha kuliner untuk mencapai standar kesejahteraan hidupnya. Kemampuan sendiri berarti kondisi dimana individu maupun kelompok tidak mengalami kesenjangan sosial. Kesenjangan sosial adalah suatu keadaan yang tidak seimbang dari kehidupan sosial masyarakat, baik individu maupun kelompok, dimana terjadi ketidakseimbangan distribusi hal-hal yang dianggap

penting dalam suatu masyarakat, kesenjangan sosial sangat mencolok dari berbagai akses misalnya didalam aspek keadilanpun bisa terjadi (Muliadi, 2021).

1. 1 Tabel Data UMKM Kota Medan

NO	Kategori UMKM Kuliner	Jumlah/Tahun		
		2021	2022	2023
1	Ayam Penyet	80	60	30
2	Martabak	30	20	10
3	Dimsum	24	17	8
4	Warung Seefood	18	15	7
5	Burger	14	10	5
6	Lontong Medan	23	16	8
7	Mie Gomak	21	18	9
8	Mie Balap	47	30	14
9	Sate Padang	34	25	12
10	Soto Medan	9	7	3
11	Mie Pecel	24	15	7
Total		324	233	113

Sumber : Data diolah (Dinas Koperasi Kota Medan)

Masyarakat saat ini lebih menjaga jarak dengan menghabiskan makanan yang mereka olah sendiri di rumahnya daripada harus membeli di luar. Pelaku usaha kuliner di kecamatan Medan Sunggal, Jalan Setia Budi mengalami tingkat pendapatan yang stabil dimana berkisar Rp.500.000,- sampai Rp.800.000,-/hari. Namun disaat adanya pandemi Covid-19 pendapatan pelaku usaha kuliner di kecamatan Medan Sunggal mengalami penurunan yang cukup signifikan hingga Rp.200.000,- sampai Rp.400.000,-/hari. Pelaku usaha kuliner tersebut mengalami kendala pendapatan karena pemerintah memberlakukan aturan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Untuk mengatasi hal tersebut para pelaku usaha kuliner di kota Medan termasuk kecamatan Medan Sunggal Jl . Setia Budi mencari solusi agar perekonomian mereka tetap berjalan.

Akan tetapi usaha kuliner diduga adanya kelemahan dalam menjalankan usahanya, seperti masyarakat yang kurang berinovasi kemudian tidak adanya kreativitas untuk menjalankan usahanya dan lokasi usahanya yang begitu terbatas atau kecil yang dapat mengakibatkan terjadinya antrian yang membuat konsumen kurang berminat untuk singgah, kemudian lokasi yang memang strategis ditengah kota tetapi lokasi parkir yang begitu sempit dan kelemahannya juga terdapat pada waktu tutup yang terbatas yang diakibatkan oleh pandemi saat ini dan membuat orang yang berkunjung cukup kecewa ketika dia ingin membeli tetapi sudah tutup.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Kota Medan”**.

1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perkembangan bisnis kuliner dengan semakin banyaknya restoran-restoran yang ada, baik itu restoran biasa maupun restoran mewah. Menu dan fasilitas yang digunakan pun sudah berkembang, mulai dari lokasi yang hanya sekedar untuk menikmati makanan dengan menu sederhana hingga restoran mewah yang menyajikan berbagai macam menu yang mahal dan bertaraf internasional. Namun, pada sektor usaha kuliner dalam lingkup UMKM tidak seluruhnya dapat bersaing dengan usaha kuliner berbasis *e-commerce* maupun usaha kuliner besar seperti restoran mewah. Maka dibutukannya inovasi dan kreativitas agar dapat mendapatkan laba di Kecamatan Medan Sunggal.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat di simpulkan dari pertanyaan berikut :

1. Bagaimana pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha Kuliner di kota Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan hasil rumusan masalah diatas, maka penelitian bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha Kuliner di kota Medan.
2. Untuk mengetahui Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap Keberhasilan usaha kuliner di kota Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang didapat dari penelitian ini dapat peneliti jabarkan beberapa bagian penting yaitu diantaranya :

1. Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan dapat membawa wawasan yang luas dan pengetahuan sebagai acuan dalam kegiatan berwirausaha.

2. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan dapat memajukan UMKM dan pelaku usaha kuliner khas Kota Medan agar menjadi pedoman dalam menjalankan suatu usaha yang dilakukan sekaligus dapat mengangkat makanan khas Kota Medan menjadi terkenal di Indonesia.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan agar masyarakat dan Mahasiswa/I khususnya di kota Medan agar bisa memulai usaha dengan membuka usaha dibidang kuliner dengan menonjolkan khas Sumatera Utara khususnya Kota Medan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut hasil penelitian(Lestari, 2013;14-15) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah dari bisnis untuk mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul daripada sebelumnya. keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya.

Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha., tetapi alasan laba yang menjadi faktor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis(Fauziah et al., 2021). Jika terjadi penurunan laba atau ketidakstabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoprasikan kegiatan usahanya dan menjaga ketahanan usahanya (Indah Dwi Amilatul, 2021).

2.2 Inovasi

2.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi secara umum dipahami dalam konteks perubahan perilaku. Inovasi biasanya erat kaitannya dengan lingkungan yang berkarakteristik dinamis dan berkembang (Ratna et al., 2021). Pengertian Inovasi sendiri sangat beragam, dan dari banyak perspektif. Salah satu penulis buku inovasi terkemuka, menjelaskan bahwa Inovasi adalah sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap baru oleh individu satu unit lainnya. Pengertian dari sumber lain menyebutkan bahwa inovasi adalah kegiatan yang meliputi seluruh proses menciptakan dan menawarkan jasa atau barang baik yang sifatnya baru, lebih baik atau lebih murah dibandingkan dengan yang tersedia sebelumnya. Sedangkan dalam Damapour dijelaskan bahwa sebuah Inovasi dapat berupa produk atau jasa yang baru, teknologi proses produksi yang baru, sistem struktur dan administrasi barang atau rencana baru bagi anggota organisasi (Suwarno & Lan, 2018).

Menurut (Riyanti, 2019) sebuah inovasi tidak akan bisa berkembang dalam kondisi status quo. Namun walaupun tidak ada satu kesepemahaman definisi mengenai inovasi, tetapi secara umum dapat disimpulkan bahwa Inovasi mempunyai atribut antara lain :

1. *Relative Advantage* atau Keuntungan Relatif

Sebuah Inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan orang lain.

2. *Compatibility* atau Kesesuaian

Inovasi juga sebaiknya mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang tidak sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru.

3. *Complexity* atau Kerumitan

Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. *Observability* atau Kemudahan diamati

Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana ia bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik

Dengan atribut tersebut, maka Inovasi merupakan cara untuk menggantikan cara lama dalam mengerjakan atau memproduksi sesuatu. Namun demikian, inovasi mempunyai dimensi geofisik yang menempatkannya baru pada satu tempat, namun boleh jadi merupakan sesuatu yang lama dan biasa terjadi dikedua sektor.

2.2.2 Manfaat Inovasi

Paling tidak ada beberapa pihak yang memperoleh manfaat inovasi yaitu sebagai berikut :

1. **Konsumen**, Inovasi memiliki arti semakin meningkatnya kualitas hidup, mendapatkan nilai produk yang juga lebih baik, pelayanan yang lebih

efisien, dan standar hidup yang lebih tinggi. Dalam kenyataannya, seringkali hal ini bisa tidak terjadi. Saat ini era informasi dan teknologi, tetapi masih saja banyak negara yang tetap miskin.

2. **Bisnis**, Inovasi berarti kemajuan dalam pertumbuhan yang akan memicu peningkatan profit. Hal ini terbukti untuk perusahaan Gillette yang sampai saat ini mampu mendapatkan profit terus menerus berkat inovasinya yang berkelanjutan dan disertai dengan budaya inovasi dalam perusahaan.
3. **Karyawan**, Inovasi bisa memiliki arti sebagai pekerjaan yang baru dan menarik, keahlian yang semakin baik tentu saja gaji yang makin tinggi pula. Tidak adanya inovasi akan mengakibatkan mereka kehilangan pekerjaan. Tetapi dalam kenyataannya, hal ini belum tentu demikian. Dalam kasus inovasi teknologi, justru karyawan mendapatkan kerugian tinggi karena tenaganya digantikan oleh mesin. Kasus penemuan mesin dalam industri tekstil merupakan contoh yang tepat.
4. **Perekonomian**, Inovasi adalah kunci bagi produktivitas yang lebih tinggi yang bisa mengarah kepada peningkatan kesejahteraan bagi semua warga. Hal ini bisa benar ketika tidak ada lagi kemiskinan struktural.
5. **Lingkungan**, Inovasi dalam banyak hal telah memungkinkan manusia untuk hidup dalam lingkungan yang lebih sehat.

2.2.3 Hambatan Dalam Inovasi

Dalam kenyataannya, walaupun inovasi diyakini memiliki banyak manfaat bagi banyak pihak, khususnya perusahaan, masih banyak perusahaan yang tidak atau

belum menjadikan inovasi sebagai strategi utamanya (A.A. Miftah, 2020). Hal ini disebabkan adanya beberapa hambatan bagi inovasi, yaitu :

Menurut (Sujono, 2008) ada beberapa faktor yang bisa menghambat berkembang atau munculnya inovasi dalam sebuah perusahaan, yang dikutip yaitu:

1) Faktor Ekonomi

Tingginya resiko ekonomi muncul ketika perusahaan hanya memfokuskan kepada sejauh mana inovasi yang ada mampu memberikan tingkat pengembalian sebagaimana yang diharapkan, namun keberhasilan sebuah inovasi tidak selalu harus diukur secara ekonomis yang bisa dikuantitatifkan. Kasus penemuan internet merupakan contoh yang pas untuk hal ini. Penemu internet jika hanya memfokuskan diri kepada ukuran ekonomi, bisa merasa frustrasi tetapi jika dilihat dari sisi non ekonomis kita bisa melihat betapa besar pengaruh penemuannya itu bagi bisnis, masyarakat bahkan negara.

2) Faktor Internal

Kurangnya dana untuk inovasi. Hal ini umumnya berlaku untuk perusahaan kecil. Inovasi tidak mungkin terjadi secara spontan dan dalam sekejap. Ia membutuhkan waktu yang juga berarti membutuhkan dana yang seringkali tidak sedikit, karena ketika ide cemerlang ditemukan, belum tentu ide tersebut bisa langsung dikomersialisasikan, apalagi ketika uji cobanya memakan waktu lama.

3) Faktor lainnya

Kurangnya respon konsumen. Hambatan ini berkaitan dengan adopsi inovasi, yaitu pengkomsumsian inovasi oleh pasar. Adopsi inovasi oleh pasar berlangsung dalam sebuah serial waktu, artinya tidak semua anggota dalam sebuah pasar akan mengkonsumsi inovasi itu sekaligus. Pasar akan kurang merespon inovasi perusahaan terutama ketika perusahaan menetapkan market-skimming price untuk inovasinya. Tetapi walaupun perusahaan menetapkan market-penetration pricing, pasar bisa saja tetap kurang responsif.

2.2.4 Pengaruh Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil Penelitian (Wiranawata, 2019) yang menyatakan bahwa Inovasi merupakan proses kreatif yang hanya dilakukan oleh orang yang memiliki daya saing kreatif dan inovatif yaitu orang yang memiliki jiwa sikap, dan perilaku kewirausahaan dengan ciri-ciri : penuh percaya diri, memiliki inisiatif, memiliki motif berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan, berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan. Inovasi ada pada setiap orang yang memiliki perilaku kreatif pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan seperti birokrat, mahasiswa, dosen, dan masyarakat lainnya yang dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan dalam melaksanakan sebuah usaha.

2.3 Kreativitas

2.3.1 Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh

dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru. Selain itu, Kreativitas adalah hal-hal yang membuat kita takjub dengan hal-hal baru, karena kreativitas bisa mewujudkan ide-ide cemerlang kita (Indah Dwi Amilatul, 2021).

Kreativitas mampu menemukan kebaruan dan mampu mengatasi masalah dengan gemilang. Dalam kreativitas inilah pribadi seseorang selalu berpikiran positif untuk menemukan hal yang baru dengan menciptakan sistem dan produk. Semua ini nantinya akan menemukan konsep atau cita kreatif pada seseorang (Alexander Thian, 2021). Kreativitas dalam pendidikan seni ditandai oleh kemampuan menguasai material, konsep serta teknik berkarya sehingga menemukan karya yang lain dibandingkan dari yang lain. Kreatif sendiri merupakan dasar seseorang untuk mengolah diri selalu pada posisi dinamis. Oleh karena itu sentuhan-sentuhan untuk menumbuhkan ide dan gagasan baru selalu dijadikan langkah awal dengan jalan memotivasi dan menstimulasi (Sunarto, 2018;108)

Dalam hal ini terdapat tiga teori pengembangan kreasi yaitu; 1) teori psikoanalisa dari Sigmund Freud 2) Teori Humanistik dari Abraham Maslow dan Carl Rogers; dan 3) Teori Csikszentmihalyi yang banyak menekankan pada potensi alami (*talent*). Psikoanalisis menjelaskan bahwa kreativitas adalah cara yang menunjukkan kemampuan seseorang dalam mengatasi suatu masalah. Perilaku ini harus dibangun sejak dini agar sistem akan ditemukan sendiri. Menurut (Riyanti, 2019) Kreativitas sebagai sebuah kemampuan penting untuk dimiliki oleh seseorang. Banyak ilmuwan mengangkat temologi kreativitas dan di urai untuk dikembangkan menjadi sebuah kata kunci kesuksesan jaman modern ini.

Akhirnya dapat diungkapkan pengertian kreativitas , menurut(Riyanti, 2019), “Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada. Sedangkan(Fauziah et al., 2021), mengatakan secara operasional, Pengertian kreativitas dapat dirumuskan sebagai kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengalaborasi (mengembangkan, memperkaca, memperinci) suatu gagasan.

2.3.2 Hambatan Dalam Mengembangkan Kreativitas

Ada 5 kendala dalam pengembangan kreativitas termasuk dalam bidang ekonomi menurut (Sade et al., 2019) yakni akses bahan baku, pemanfaatan teknologi itu sendiri, persoalan permodalan bagi pelaku usaha, perlindungan terhadap hak cipta industri kreatif atau biasa disebut hak cipta dan dukungan ketersediaan ruang publik yang masih kurang. Peran serta pemerintah dalam hal ikut memacu pertumbuhan perekonomian ini sangat diharapkan. Sinergitas antara pemerintah, pelaku usaha dan akademisi dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi budaya di Indonesia yang pada gilirannya menumbuhkan dan menciptakan ketahanan ekonomi nasional.

Indonesia masih menggunakan nomenklatur ekonomi kreatif. Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif seperti yang tercantum dalam Renstranya kendala-kendala yang dihadapi tersebut antara lain :

1. Pengembangan kreativitas belum optimal terutama disebabkan kurangnya daya tarik industri, adanya posisi dominan usaha kreatif, model bisnis industri kreatif yang belum matang serta resiko usaha yang harus dihadapi.

2. Pengembangan konten, kreasi dan teknologi kreatif belum optimal, terutama disebabkan infrastruktur internet belum memadai, infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar, mahalny mesin produksi, mahalny piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif, kurangnya riset konten dan kurangnya pengarsipan konten.
3. Kurangnya perluasan dan petrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif didalam dan luar negeri, tingginya biaya promosi, belum diterapkan sistem pembayaran online,dan rendahnya monitoring terhadap royalti, lisensi,hak cipta.
4. Lemahnya institusi kreatif terutama disebabkan adanya payung hukum yang mengatur tata kelola masing-masing subsector industri kreatif, iklim usaha belum cukup kondusif. Apresiasi yang rendah dan perpajakan yang tinggi dan transaksi elektronik belum di regulasi dengan baik.
5. Minimnya akses pembeayaan pelaku sektor ekonomi kreatif, terutama disebabkan belum sesuainya skema pembeayaan dengan karakteristik industri kreatif yang umumnya belum high risk high return, cash flow yang fluktuatif serta asset yang bersifat intangible.Pengembangan sumber daya ekonomi kreatis belum optimal baik SDA maupun SDM antara lain masalah kelangkaan bahan baku, kesenjangan antara pendidikan dan industry serta standarisasi yang belum baik.

2.3.3 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil Penelitian (Alifuddin dan Razak, 2015:129) 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 kompleks dan ekonomi global, kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, tapi juga penting bagi kesinambungan perusahaan. Artinya, dalam menyaingi 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.

Menurut (Suriana et al., 2021) Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang dihadapi. Kreativitas dan inovasi yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel dari penelitian serupa yang dilakukan oleh beberapa peneliti dari universitas yang berbeda.

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu

No	Nama/tahun penelitian	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Suri Imanda, 2019	Pengaruh kreativitas dan kepemimpinan terhadap keberhasilan usaha di kecamatan Selesai Kabupaten Langkat	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di kecamatan Selesai Kabupaten Langkat inovasi dan kreativitas kepemimpinan sangat berpengaruh positif terhadap keberhasilan usahanya, tetapi secara statistik tidak signifikan untuk menjalankan usaha di kecamatan tersebut.
2	Fitria Lestari, 2021	Pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri rajutan Binong Jati Bandung	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha kuliner di kelurahan Langgini Bangkinang telah menerapkan prinsip islam dalam melakukan harga, lokasi dan kualitas produk.

				Pada harga yang di tetapkan terjangkau dan pembeli membeli dengan suka sama suka, pada lokasi juga berada pada lokasi yang strategis dan aman, kualitas produk yang ditawarkan juga dari produk yang higienis dan selalu fresh. Lokasi dan kualitas produk kuliner di kelurahan Langgini Bangkinang sesuai dengan keinginan konsumen.
3	Sharleen Riana/2021	Pengaruh Inovasi, Kreativitas dan jaringan usaha terhadap keberhasilan usaha Bakery dan Deseert di Jakarta	Metode kuantitatif	Terdapat pengaruh yang diterima pada pelaku usaha Bakery dan Deseert di Jakarta tentang pentingnya menjaga kualitas produk agar dapat menarik pembeli. Hal itu terjadi ketika terjadinya penurunan konsumen di produk usaha bakery dan Deseert di Jakarta yang diakibatkan oleh rasa dan bingkisan produk yang kurang menarik pelanggan di kota Jakarta
4	HilmiWiranawata2021	Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di kecamatan Baturaja Timur kabupaten Ogan Komering Ulu	Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini, secara parsial inovasi dan kreativitas mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di kota Baturaja. Secara simultan inovasi dan kreativitas ada pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di kota Baturaja. Maka dalam mensiasati tantangan global diperlukan sumber daya manusia kreatif dan inovatif sekaligus berjiwa kewirausahaan. Nilai tambah itu diperoleh melalui kreativitas dan inovasi.
5	Ilham Ansari Nainggolan, 2018	Strategi pengembangan kuliner khas kota Medan dalam pencapaian laba maksimal	Metode Kualitatif	Terdapat pengaruh lingkungan internal yang mempengaruhi strategi pertumbuhan usaha kuliner khas kota Medan terdiri dari faktor kekuatan dan kelemahan. Faktor kekuatan ialah : 1. Sudah dikenal masyarakat kota medan, 2. Rasa yang nikmat menjadi pilihan makan siang, 4. Harga yang cukup

				terjangkau. Faktor kelemahan ialah; - strategi pemasaran yang sangat rendah, - lahan parkir yang sempit, - jam tutup yang tidak menentu, tergantung bahan baku yang tersedia.
6	Lies Indriyatni/2013	Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil	Metode Kuantitatif	kelemahan usaha kecil adalah kekurangan dana untuk memenuhi beban mereka dalam beberapa bulan ke depan. Ditambah lagi dengan belum adanya pemisahan keuangan usaha dan keuangan rumah tangganya.
7	Hari Mulyadi/2018	Keterampilan wirausaha untuk keberhasilan usaha	Metode kuantitatif	. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana dapat diambil kesimpulan yaitu, hasil penelitian menyatakan bahwa keterampilan wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
8	Heri Jumaedi/2018	Hubungan karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha	Metode kuantitatif	Hasil analisa menunjukkan bahwa Karakteristik Wirausaha (Percaya Diri, Pengambil Resiko dan Kepemimpinan) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha.
9	Eny Sulistyowati/2016	Faktor- faktor penentu keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM)	Metode Kuantitatif	Pengaruh secara langsung karakteristik manajer terhadap kinerja pelaku usaha kecil menengah di kota Yogyakarta kuat. Hal ini dibuktikan dengan nilai R2 sebesar 0,224 atau 22,4%. Pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha pelaku bisnis kecil dan menengah di wilayah kota Yogyakarta kurang kuat
10	Jayanty Octavia/2018	Pengaruh sikap kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada produsen sepatu di kota Bandung	Metode kuantitatif	Sikap Kewirausahaan, Kompetensi dan Keberhasilan Usaha pada Produsen Depatu Cibaduyut Bandung memiliki kecenderungan baik.

2.5 Kerangka Berpikir dan Kerangka Konseptual

2.5.1 Kerangka Berpikir

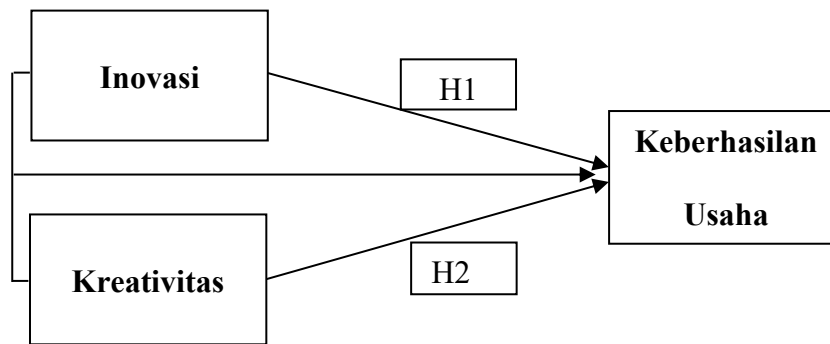
Kerangka berpikir merupakan hal yang penting dalam penelitian, khususnya penelitian yang menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2016) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis perkaitan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan antar variabel dependen dan independen.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah. “Jika pengaruh inovasi dan kreativitas berpengaruh, maka keberhasilan usaha dagang kuliner akan muncul dan” Jika inovasi, kreativitas dan pemilihan lokasi kurang baik maka keberhasilan usaha tidak akan lancar.

2.5.2 Kerangka Konseptual

Dari kerangka konseptual dapat diketahui variabel bebas yaitu inovasi, kreativitas dan pemilihan lokasi nantinya akan mempengaruhi variabel terkait yaitu keberhasilan usaha dagang kuliner serta variabel terkait akan digabungkan sehingga nantinya akan diketahui apakah variabel bebas akan mempengaruhi variabel terkait secara simultan atau bersama-sama.

Maka untuk mewujudkan inovasi, kreativitas dan pemilihan lokasi terhadap keberhasilan usaha dagang kuliner, maka disusun lah kerangka konseptual sebagai berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian menjadi hal yang penting dalam suatu penelitian, terutama penelitian bersifat kuantitatif. Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti dari data yang terkumpul, berikut hipotesis dari penelitian ini (Sugiyono, 2016).

1. Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Medan.
2. Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Medan.
3. Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha Kuliner di kota Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif dengan mengambil data primer dan menggunakan metode kuisioner. Berdasarkan tingkat tingkateksplanasinya penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif atau kausal (hubungan sebab akibat) adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat (Laemonta & Padmalia, 2021).

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif menggunakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpesasi objek sesuai dengan apa adanya (Sukardi,2003:89). Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis akan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kec. Medan Sunggal, Jl Setia Budi Kota Medan

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan adalah dari bulan.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2022-2023			
		Sep	Feb	Mar	Jul
1	Pengajuan Judul Skripsi				
2	Pembuatan Proposal Skripsi				
3	Bimbingan Proposal Skripsi				
4	Seminar Proposal				

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah UMKM dagang kuliner yang berada di Kecamatan Medan Sunggal, Jalan Setia Budi, Kota Medan yang berjumlah 300 responden pelaku usaha kuliner.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. *Purposive Sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pada standart kriteria-kriteria tertentu.

Teknik mengambil sampel penelitian ini adalah non probability, yaitu sampel jenuh. Sampel jenuh merupakan teknik pengambilan sampel dari semua anggota populasi. Penggunaan sampel penelitian ini dapat ditentukan dengan menggunakan rumusan Slovin sebagai berikut.

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Taraf kesalahan (standar eror 10%)

maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = 300 / (1 + (300 \times 0,01))$$

$$n = 300 / (1 + 3,01)$$

$$n = 300 / 4,01$$

$$n = 74,8 \text{ dibulatkan menjadi } 75$$

berdasarkan hasil perhitungan dengan rumusan slovin maka jumlah sampel yang akan diambil dari 300 orang populasi adalah sebesar 75 orang responden.

3.4. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Menurut	Indikator	Alat Ukur	Sekala Data
Inovasi (X1)	Inovasi merupakan kegiatan yang meliputi seluruh proses menciptakan dan menawarkan jasa atau barang yang sifatnya baru, lebih baik atau murah dibandingkan dengan yang tersedia sebelumnya (Tanto Gatot Sumarsono, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkreasikan produk baru 2. Pengembangan produk 3. Pemaduan faktor produksi serta metode baru 	Kuisisioner	Likert
Kreativitas (X2)	Merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah (Dr. Willy Cahyadi, S.KOM, SE, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterampilan lancar 2. Keterampilan mengevaluasi 3. Keterampilan merinci 4. Keterampilan orisinal 	Kuisisioner	Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya dan menjadi bagian utama dari sebuah perusahaan dimana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Laba 2. Produktivitas dan efisiensi 3. Daya saing 4. Kompetensi dan etika usaha 5. Terbangunnya citra baik 	Kuisisioner	Likert

	segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan Sajuti(Fauziah et al., 2021).			
--	--	--	--	--

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Pengamatan (Observasi)

Pengamatan yaitu aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

3.5.2 Kuisisioner (Angket)

Dalam melakukan pengumpulan data penelitian ini, teknik yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuisisioner. Kuisisioner merupakan sebuah titik untuk mendapatkan data dengan meminta jawaban pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti secara tertulis (Sugiyono,2014). Berikutnya, kuisisioner akan disebarakan kepada responden yaitu pelaku usaha dagang kuliner Kecamatan Medan Sunggal, Jalan Setia Budi, Kota Medan.

Skala likert merupakan skala yang digunakan pada penelitian ini variabel-variabel pada penelitian ini diukur berdasarkan kuisisioner dengan *skala likert* 1-5.

Adapun skala yang digunakan sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Pengukuran Likert

Pertanyaan	Bobot
• Sangat Setuju	5
• Setuju	4
• Ragu-ragu	3
• Tidak Setuju	2
• Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrument penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabilitas menunjukkan menunjukkan akurasi dan konsisten dari pengukurannya.

1. Uji Validitas

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 disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukur. Setelah kuesioner tersebut tersusun dan teruji validitasnya, dalam praktik 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.

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's Alpha. Metode ini diukur berdasarkan skala alpha Cronbach 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 alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel.
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel.
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel.

Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Pada saat melakukan Analisa regresi berganda, maka perlu dipenuhi beberapa asumsi untuk menguji model yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji One

Sample Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Pada pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas. Efek dari multikolinearitas ini adalah menyebabkan tingginya variabel pada sampel. Hal tersebut berarti standar error besar, akibatnya ketika koefisien di uji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini mewujudkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/tolerance$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan untuk nilai *tolerance* 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan kepengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linear berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah

angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.7.3 Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda merupakan suatu persamaan yang menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel bebas/*predictor* (X_1, X_2, \dots, X_n) dan satu variabel tak bebas/*response* (Y). Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas (Y) jika nilai variabel-variabel bebas/*predictor* (X_1, X_2, \dots, X_n) diketahui. Disamping itu juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebas.

Persamaan regresi linier berganda secara matematik dieskpresikan oleh :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Yang mana :

Y = variabel tak bebas (nilai yang akan diprediksi)

a = konstanta

b_1, b_2, \dots, b_n = koefisien

X_1, X_2, \dots, X_n = variabel bebas

Bila terdapat 2 variabel bebas, yaitu X_1 dan X_2 , maka bentuk persamaan regresinya adalah ;

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

a = Konstanta

b_1 = koefisien regresi X1

b_2 = koefisien regresi X2

e = Error

X_1 = Inovasi

X_2 = Kreativitas

3.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel dan fakta yang dikumpulkan kemudian melakukan analisis dalam proses pengujian data.

3.8.1 Uji Signifikan Simultan (f)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $P \text{ value (sig)} > \alpha 0,05$ maka tingkat pengaruh variabel- variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $P \text{ value (sig)} < 0,05$ maka tingkat pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.2 Uji Signifikan Parsial (Nilai t)

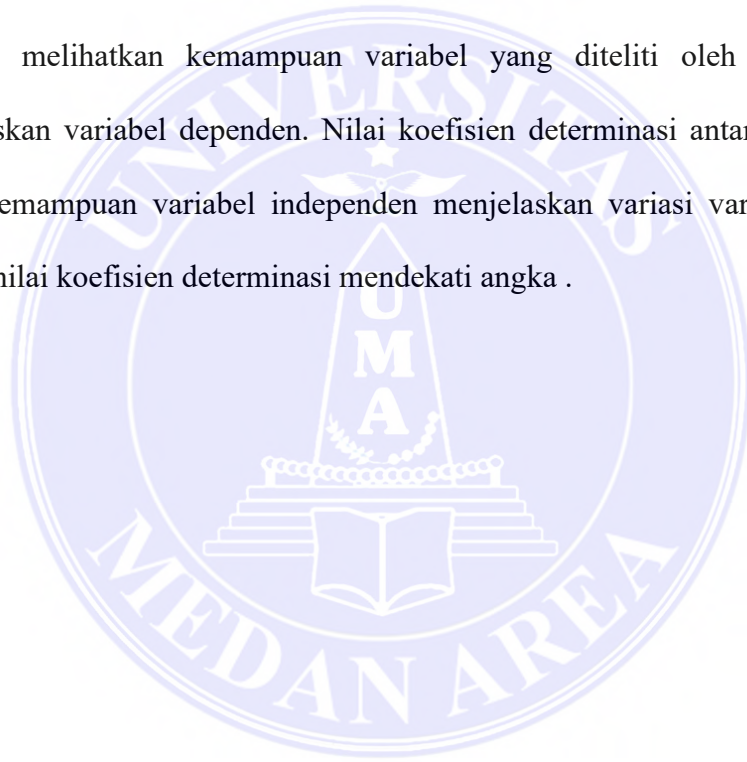
Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, apakah masing-masing variabel penelitian berpengaruh terhadap tingkat materialitas. Pengujian hipotesis ini dilihat dari perbandingan nilai $P \text{ value}$,

dengan tingkat α 0,05 terhadap masing-masing hipotesis yang diajukan ditetapkan dengan ketentuan seperti berikut :

- Jika $P \text{ value (sig)} > \alpha$ 0,05 maka hipotesis tidak didukung
- Jika $P \text{ value (sig)} < \alpha$ 0,05 maka hipotesis terdukung.

3.8.3 Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen (Nazaruddin & Basuki, 2015). Nilai R melihat kemampuan variabel yang diteliti oleh peneliti untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0-1, semakin tinggi kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka .



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha kuliner di kota Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *inovatif* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,463) dan nilai t hitung (4.558) lebih besar dari t tabel (1,993) dengan tingkat signifikansi (0,000). Hal ini membuktikan bahwa inovasi bermanfaat dalam strategi keberhasilan usaha yang dirancang berdasarkan ide-ide dan peluang baru.
2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner di kota Medan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0,385) dan nilai t hitung (3.116) lebih besar dari t tabel (1,993) dengan tingkat signifikansi (0,003). Hal ini membuktikan semakin baik kreatifitas maka semakin baik pula peluang keberhasilan usaha kuliner di kota Medan
3. Inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha di kota Medan. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai koefisien determinasi atau Adjusted R *square* adalah sebesar 0,569 yang sama dengan 56.9%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variable inovasi(X1) dan kreativitas(X2) secara simultan berpengaruh

terhadap variabel keberhasilan usaha (Y) sebesar 56,9%. Sedangkan sisanya 43,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Hal ini membuktikan bahwa inovasi dan kreativitas membangun meningkatkan produktivitas, meningkatkan kualitas dan dapat menciptakan sesuatu yang baru dan unik, adanya kreatifitas dapat menciptakan terobosan baru dan menarik minat konsumen, hal tersebut dapat meningkatkan keberhasilan usaha.

5.2 Saran

1. Bagi Pelaku usaha kuliner UMKM kota Medan Penulis menyarankan untuk memperhatikan dan menjaga hubungan baik kepada pelanggan. Agar tercipta loyalitas konsumen, mencari referensi di social media sehingga dapat gagasan baru mengenai masakan dan lebih mengaplikasikannya sehingga tercipta inovasi dan menu menu baru.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya Disarankan untuk dapat mempelajari secara keseluruhan apa yang akan diteliti, terkait fenomena yang sebenarnya dilapangan dan dibandingkan dengan teori yang ada. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar memperluas penelitiannya sehingga mendapatkan yang lebih lengkap dan jelas dikarenakan masih banyak lagi variabel yang belum didapatkan oleh penulis yang berhubungan dengan pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha

DAFTAR PUSTAKA

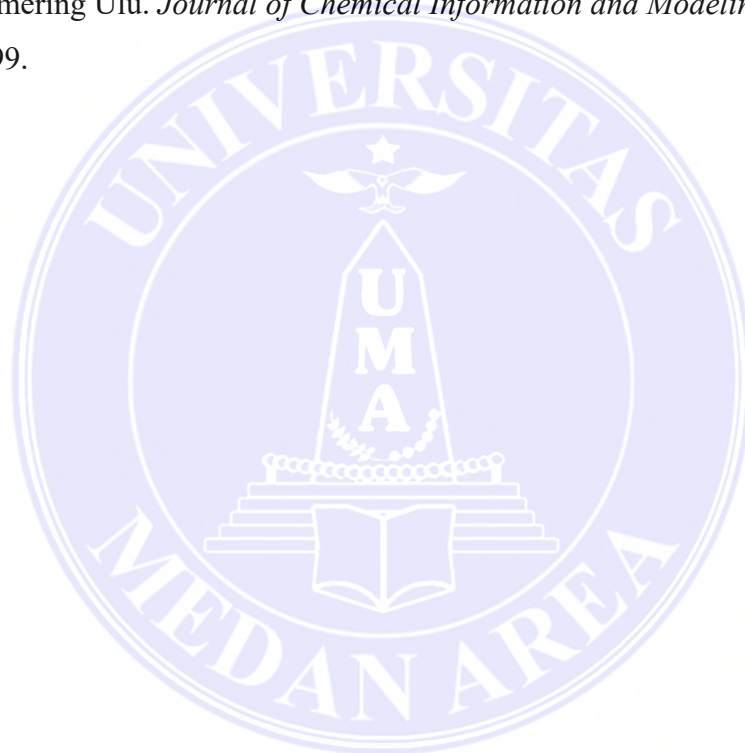
- Ady Inrawan, M. . (2022). *Manajemen Kewirausahaan Kontemporer* (M. . Acai Sudirman, S.S (ed.)).
- A.A. Miftah, M. A. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi Dalam Perspektif Kearifan Lokal* (Y. Umayu (ed.); 1st ed.).
- Alexander Thian, M. S. (2021). *Dasar-dasar Perencanaan Bisnis* (T. A. Prabawati (ed.); 1st ed.).
- Willy Cahyadi, M. S. (2021). *Pemanfaatan Media Terhadap Keberhasilan Usaha* (M. Nursaimatussaddiya, SP (ed.); ke-1). PT Inovasi Pratama Internasional.
- Fauziah, Wike Pertiwi, & Sapinah. (2021). *Pengantar Bisnis (perspektif digitalisasi bisnis)* (M. .HARTINI, SE. (ed.); 1st ed.). Media Sains Indonesia.
- Indah Dwi Amilatul, A. H. H. A. (2021). *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19* (Moh.Nasrudin (ed.); 1st ed.).
- Laemonta, J. H., & Padmalia, M. (2021). *Pengaruh Inovasi dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen Terang Bulan – Martabak 93*. 73–80.
- Lestari, F. (2013). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung. *Artikel Ilmiah*, 14–15.
- Muliadi, D. (2021). *kondisi sosial ekonomi pelaku usaha kuliner di lingkungan rumah sakit pada masa pandemi covid-19*. 19, 7–37.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (ke-19). Alfabeta.
- Ratna, Khoirul, N., & Ridho, M. (2021). *Citra ekonomi*. 5(1), 90–100.
- Riyanti, B. P. D. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja* (N. P. A. Kasdin Sihotang (ed.); ke-1). Universitas Katolik Indonesi Atma Jaya.
- Sade, D., Putu, I. G., Suastina, B., & Ali, J. (2019). 3) 1,2,3. 14(4), 2337–2350.
- Sujono. (2008). *sujono*. 192.
- Sunarto. (2018). *PENGEMBANGAN KREATIVITAS-INOVATIF DALAM PENDIDIKAN SENI*. 8(2), 108.
- Suriana, D. I. P., Bajari, M., & Bopeng, L. S. (2021). Pengaruh Karakteristik

Wirausaha Dan Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dikampung Macuan Distrik Masni Kabupaten Manokwari. *JFRES: Journal of Fiscal and Regional Economy Studies*, 4(2), 15–26. <https://doi.org/10.36883/jfres.v4i2.60>

Suwarno, Y., & Lan, S. (2018). *Inovasi di sektor publik*. October.

Tanto Gatot Sumarsono. (2020). *Intensi Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha (ke-1)*. Media Nusa Creative.

Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.





Lampiran 1. DATA Kuesioner

Inovasi

X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	X1 7	X1 8	X1
3	3	3	3	5	5	4	5	31
3	4	4	4	5	4	5	4	33
3	2	4	3	3	4	4	4	27
3	4	4	3	5	5	5	3	32
4	3	5	4	4	4	4	5	33
3	4	3	3	5	5	4	3	30
3	3	2	2	4	4	4	2	24
5	4	4	5	4	4	4	5	35
3	3	2	2	3	4	4	2	23
5	4	3	3	4	5	5	4	33
4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	5	4	5	5	5	5	37
4	2	2	2	4	3	3	2	22
3	4	3	2	4	4	4	2	26
2	3	5	3	3	4	3	4	27
4	4	5	4	5	5	5	4	36
3	4	4	2	3	4	4	2	26
3	3	4	3	4	4	4	2	27
3	4	3	3	5	4	5	4	31
3	3	3	2	4	5	5	4	29
5	3	4	3	5	4	5	5	34
5	4	5	4	5	5	4	4	36
2	2	2	2	4	4	4	4	24
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	4	3	3	5	4	4	4	32
4	4	4	3	5	4	5	5	34
5	3	3	3	4	5	4	5	32
2	3	2	2	4	4	4	2	23
3	4	3	3	4	3	4	4	28
4	4	4	4	5	4	4	5	34
5	4	4	5	4	5	4	5	36
2	3	3	2	3	4	5	5	27
5	4	3	3	4	4	5	4	32
2	3	3	2	5	4	4	5	28
3	4	4	3	4	5	4	5	32
4	4	4	5	5	4	5	4	35
3	3	4	3	4	5	4	5	31

5	4	4	3	4	5	4	4	33
3	4	4	3	4	5	4	5	32
4	4	4	3	4	5	5	4	33
3	3	3	3	5	4	4	4	29
3	4	4	4	5	4	4	4	32
3	3	4	3	4	5	4	5	31
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	3	4	3	4	5	5	4	32
3	3	2	2	5	5	5	5	30
3	3	2	2	4	5	4	4	27
3	3	2	2	4	4	4	5	27
3	3	3	3	4	5	5	4	30
3	2	2	3	4	5	5	2	26
2	2	2	3	4	4	3	2	22
4	2	2	2	4	4	4	4	26
2	3	3	4	4	4	4	4	28
3	4	4	5	5	5	5	4	35
3	4	4	4	5	4	5	4	33
4	5	4	4	4	5	5	4	35
4	5	4	4	4	4	4	5	34
3	3	4	3	3	3	5	4	28
3	3	3	4	4	4	4	5	30
3	3	4	2	4	3	4	2	25
3	3	3	3	4	5	5	4	30
4	4	4	4	5	4	5	5	35
4	4	4	4	5	4	5	4	34
4	3	2	3	4	4	4	4	28
3	4	3	5	5	5	5	5	35
3	3	3	4	4	4	5	4	30
2	4	2	4	4	3	3	2	24
3	3	2	3	4	3	3	2	23
3	3	3	5	5	5	5	5	34
3	4	3	5	5	5	4	4	33
2	4	2	3	5	5	4	2	27
4	2	2	3	4	4	4	2	25
3	4	4	5	4	4	4	4	32
2	3	4	4	4	4	4	4	29
2	3	3	4	4	4	4	2	26

Kreativitas

X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5	X2 6	X2
5	3	4	3	4	3	22
4	3	5	5	3	4	24
3	3	5	4	5	5	25
4	3	4	3	4	3	21
5	4	5	4	5	4	27
4	3	5	4	4	3	23
2	3	4	5	3	3	20
4	5	5	5	5	4	28
2	3	5	4	3	3	20
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	5	5	4	26
4	4	5	4	3	5	25
3	4	4	3	4	3	21
4	3	4	4	3	4	22
2	2	4	4	3	3	18
4	4	5	4	4	4	25
2	3	4	2	4	3	18
3	3	4	3	4	3	20
4	3	4	4	5	4	24
3	3	4	5	5	3	23
5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	5	5	4	27
2	2	4	2	4	3	17
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	3	4	5	25
4	4	5	4	5	4	26
5	5	4	4	5	4	27
3	2	4	3	4	3	19
4	3	5	5	4	4	25
4	4	4	3	4	5	24
4	5	5	5	4	5	28
3	2	4	2	4	4	19
4	5	4	5	5	4	27
3	2	4	3	3	3	18
4	3	5	5	3	4	24
5	4	4	4	5	5	27
3	2	3	2	4	4	18
4	5	5	4	4	4	26

4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	5	5	4	26
2	4	4	2	4	4	20
4	3	4	4	3	3	21
3	3	4	4	4	3	21
5	3	5	5	5	3	26
4	4	5	4	4	4	25
3	3	5	4	4	3	22
3	3	4	4	4	4	22
3	3	4	4	4	4	22
5	3	4	4	5	4	25
4	3	4	4	4	4	23
4	2	4	2	4	3	19
3	3	5	5	5	5	26
2	2	4	4	4	4	20
3	3	4	3	4	4	21
3	3	5	5	5	5	26
5	4	5	4	4	5	27
5	4	4	5	5	5	28
3	3	4	4	5	5	24
3	3	4	4	3	3	20
5	3	4	4	3	4	23
3	3	4	5	5	5	25
5	4	5	5	4	5	28
4	4	5	5	5	5	28
2	4	2	4	4	2	18
4	3	5	5	5	5	27
3	3	4	3	5	4	22
2	2	4	2	4	4	18
3	3	4	5	5	4	24
3	3	5	5	4	3	23
2	3	4	5	5	5	24
4	2	4	3	4	2	19
4	3	3	3	4	4	21
4	3	5	4	5	4	25
2	2	4	3	3	4	18
3	2	4	3	2	4	18

Keberhasilan Usaha

Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y
5	3	3	5	4	4	3	5	32
4	3	3	4	4	5	4	4	31
5	3	3	5	4	4	3	5	32
4	3	3	4	4	5	4	4	31
4	4	4	4	4	3	3	4	30
4	3	3	4	4	5	2	4	29
4	3	2	3	3	4	3	3	25
4	5	3	3	4	4	3	4	30
4	3	2	4	4	4	3	4	28
5	5	3	5	5	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	4	3	4	2	2	3	27
4	3	2	4	4	3	2	3	25
3	2	3	5	4	5	4	5	31
4	4	4	4	3	4	3	4	30
3	3	3	3	3	5	5	3	28
3	3	4	3	4	4	3	3	27
5	3	3	4	4	2	2	4	27
4	3	3	3	5	5	5	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	4	4	2	2	4	30
4	2	2	3	4	3	4	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	3	5	4	5	4	5	36
5	4	3	4	4	5	5	4	34
5	5	3	4	4	3	2	4	30
4	2	3	4	4	3	3	4	27
5	3	3	4	5	4	4	4	32
4	4	4	5	5	5	5	5	37
4	5	4	4	4	2	2	3	28
4	2	3	4	4	4	5	4	30
5	5	3	4	4	2	2	4	29
4	2	4	5	5	3	2	4	29
5	3	3	4	4	4	3	4	30
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	3	3	4	4	3	3	4	28
4	4	3	4	5	4	5	4	33

4	3	3	4	4	4	3	4	29
5	4	3	4	5	4	4	4	33
4	3	3	4	4	2	3	4	27
4	3	4	5	4	3	3	5	31
4	3	3	3	4	3	3	3	26
5	4	5	3	5	4	4	3	33
5	4	3	4	4	4	4	4	32
5	3	2	4	5	3	4	5	31
5	3	2	4	5	3	3	4	29
4	3	2	4	5	3	3	4	28
4	3	3	4	5	5	3	4	31
4	3	3	4	4	4	3	4	29
3	2	3	3	3	2	2	3	21
4	4	2	5	5	5	4	4	33
5	2	4	4	5	2	2	4	28
5	3	5	4	5	3	3	4	32
5	3	4	5	5	3	3	5	33
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	3	3	5	3	3	3	5	30
3	3	4	3	5	4	3	3	28
3	3	2	4	4	2	3	4	25
3	3	3	5	3	3	3	5	28
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	4	5	5	4	4	5	36
4	4	3	4	4	2	2	4	27
5	3	5	5	5	4	3	5	35
4	3	4	4	5	4	3	4	31
4	2	4	4	4	2	2	4	26
5	3	3	3	4	3	3	3	27
5	3	5	5	5	3	3	5	34
5	3	5	5	4	3	3	5	33
4	2	3	4	4	5	2	4	28
4	3	3	4	4	3	3	4	28
4	3	5	4	4	3	3	4	30
4	2	4	4	4	4	3	4	29
4	2	4	4	4	2	2	4	26

Lampiran 2. Uji validitas Dan Realibilitas

X1.1 inovasi

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.333**	.336**	.261*	.210	.204	.248*	.329**	.605**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.024	.070	.079	.032	.004	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.2	Pearson Correlation	.333**	1	.498**	.484**	.383**	.211	.267*	.251*	.670**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.001	.070	.021	.030	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.3	Pearson Correlation	.336**	.498**	1	.476**	.158	.201	.244*	.422**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.176	.084	.035	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.4	Pearson Correlation	.261*	.484**	.476**	1	.384**	.169	.184	.333**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.000		.001	.147	.114	.003	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.5	Pearson Correlation	.210	.383**	.158	.384**	1	.299**	.323**	.262*	.553**
	Sig. (2-tailed)	.070	.001	.176	.001		.009	.005	.023	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.6	Pearson Correlation	.204	.211	.201	.169	.299**	1	.393**	.346**	.515**
	Sig. (2-tailed)	.079	.070	.084	.147	.009		.000	.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.7	Pearson Correlation	.248*	.267*	.244*	.184	.323**	.393**	1	.359**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.032	.021	.035	.114	.005	.000		.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1.8	Pearson Correlation	.329**	.251*	.422**	.333**	.262*	.346**	.359**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.004	.030	.000	.003	.023	.002	.002		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X1	Pearson Correlation	.605**	.670**	.702**	.684**	.553**	.515**	.551**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2 kreativitas

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.501**	.330**	.299**	.258*	.326**	.699**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.009	.025	.004	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2.2	Pearson Correlation	.501**	1	.254*	.412**	.349**	.426**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.028	.000	.002	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2.3	Pearson Correlation	.330**	.254*	1	.434**	.109	.332**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.004	.028		.000	.353	.004	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2.4	Pearson Correlation	.299**	.412**	.434**	1	.331**	.318**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000		.004	.005	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2.5	Pearson Correlation	.258*	.349**	.109	.331**	1	.342**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.025	.002	.353	.004		.003	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2.6	Pearson Correlation	.326**	.426**	.332**	.318**	.342**	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.004	.005	.003		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75
X2	Pearson Correlation	.699**	.757**	.568**	.709**	.587**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Y_Keberhasilan Usaha

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.376**	.249*	.385**	.436**	.075	.124	.434**	.577**
	Sig. (2-tailed)		.001	.032	.001	.000	.525	.291	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y2	Pearson Correlation	.376**	1	.218	.192	.194	.189	.244*	.205	.554**
	Sig. (2-tailed)	.001		.060	.100	.095	.104	.035	.077	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y3	Pearson Correlation	.249*	.218	1	.284*	.295*	.031	.025	.278*	.482**
	Sig. (2-tailed)	.032	.060		.014	.010	.789	.831	.016	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y4	Pearson Correlation	.385**	.192	.284*	1	.322**	.250*	.179	.912**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.001	.100	.014		.005	.031	.124	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y5	Pearson Correlation	.436**	.194	.295*	.322**	1	.271*	.321**	.306**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.095	.010	.005		.019	.005	.008	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y6	Pearson Correlation	.075	.189	.031	.250*	.271*	1	.692**	.273*	.635**
	Sig. (2-tailed)	.525	.104	.789	.031	.019		.000	.018	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y7	Pearson Correlation	.124	.244*	.025	.179	.321**	.692**	1	.256*	.637**
	Sig. (2-tailed)	.291	.035	.831	.124	.005	.000		.027	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y8	Pearson Correlation	.434**	.205	.278*	.912**	.306**	.273*	.256*	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.077	.016	.000	.008	.018	.027		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y	Pearson Correlation	.577**	.554**	.482**	.674**	.607**	.635**	.637**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reabilitas inovasi

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.772	8

Reabilitas kreatifitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.751	6

Reabilitas keberhasilan usaha

Reliability Statistics

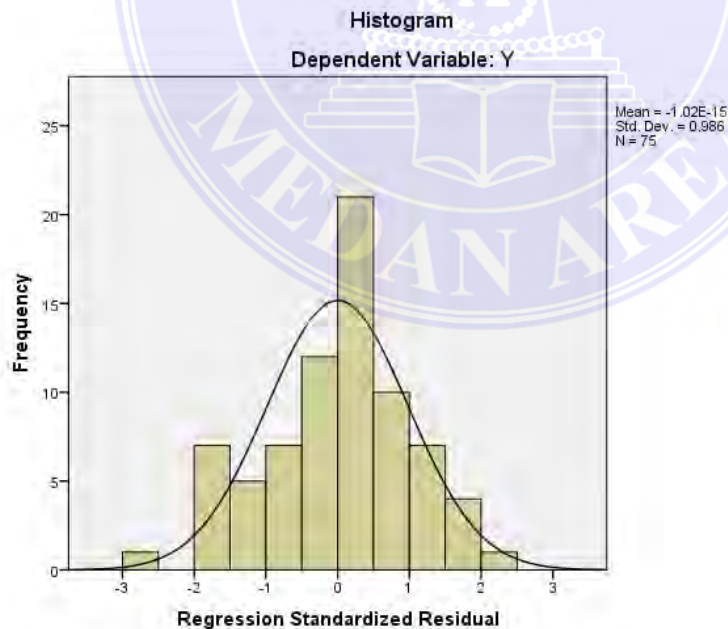
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.741	8

Lampiran 3. Uji Asumsi Klasik

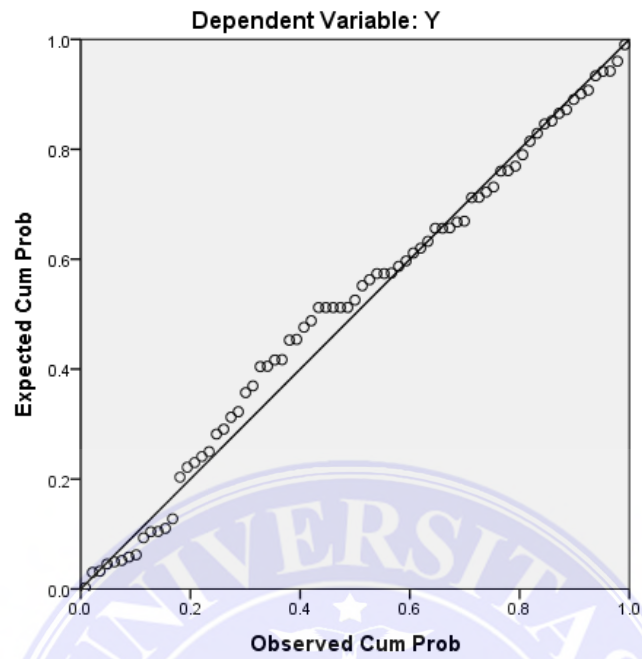
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46834931
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.053
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
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.

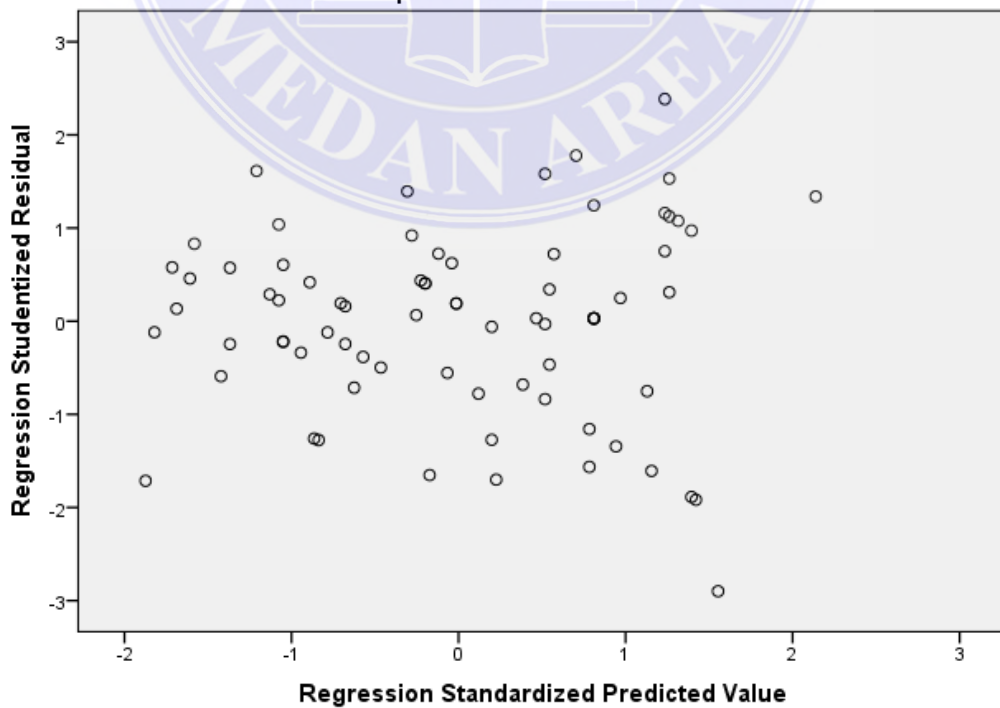


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Y



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.626	2.318		3.290	.002		
	X1	.463	.102	.489	4.558	.000	.507	1.974
	X2	.385	.124	.334	3.116	.003	.507	1.974

a. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	623.483	2	311.742	49.783	.000 ^b
	Residual	450.863	72	6.262		
	Total	1074.347	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.762 ^a	.580	.569	2.502	2.544

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 4. Surat Izin Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 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 : 2005 /FEB/ A/02.2/ B /VIII / 2022
Lamp :
Perihal : Izin Research

26 Agustus 2022

Kepada Yth,
Kecamatan Medan Sunggal

Dengan hormat,

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

Nama : ALFREDO SITUMORANG
N P M : 188320375
Judul : Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Kota Medan

Untuk mengeluarkan surat keterangan selesai riset pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin. 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.

Wakil Dekan Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni



Dr. Wan Suryani, SE, M.Si

Tembusan :

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

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/2/25

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
Access From (repository.uma.ac.id) 4/2/25