

Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Studi Kasus Shiflow Kota Medan

Peter Juliyaman Zentrato¹✉, Nurul Wardani Lubis²,
Narda Kalyana Rajagukguk³, Agustina Nainggolan⁴, Dinda Annisa Rani⁵
Universitas Negeri Medan
peterjuliyaman99@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the role of innovation and creativity in increasing the competitiveness of the Shiflow business in the city of Medan. The data collection technique used was a survey. This technique refers to the use of questionnaires or questionnaires to collect information from respondents who represent the population or sample you are researching. Data analysis uses correlation analysis, namely determining whether there is a statistical relationship between two or more variables. In this research there are simple linear regression analysis which contains classical assumption tests and hypothesis testing in the form of the coefficient of determination (r) and partial test (t test). The research results show that innovation has a significant effect on increasing competitiveness. This is shown based on the results of the t test, namely the Innovation variable with a significance value of $0.001 < 0.05$ so it can be concluded that hypothesis 1 (H_1) is accepted. Creativity does not have a significant effect on increasing competitiveness. This is shown based on the results of the t test, namely the creativity variable with a significance value of $0.029 > 0.05$ so it can be concluded that hypothesis 2 (H_2) is rejected.

Keyword: innovation, creativity, competitiveness.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing pada UMKM Shiflow di kota Medan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan berupa survei. Teknik ini mengacu pada penggunaan kuesioner atau angket untuk mengumpulkan informasi dari responden yang mewakili populasi atau sampel yang Anda teliti. Analisis data menggunakan analisis korelasi yakni menentukan apakah ada hubungan statistik antara dua atau lebih variabel. Dalam penelitian ini terdapat analisis regresi linier sederhana yang memuat uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis yang berupa koefisien determinasi (r) serta uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing. Hal ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji t yakni variabel Inovasi dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis 1 (H_1) diterima. Kreativitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan daya saing. Hal ini ditunjukkan berdasarkan kan hasil uji t yakni variabel kreativitas dengan nilai signifikansi $0,029 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis 2 (H_2) ditolak.

Kata Kunci: inovasi, kreativitas, daya saing

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di Kota Medan. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM saat ini adalah persaingan yang semakin ketat di pasar yang dinamis dan berubah dengan cepat. Untuk tetap relevan dan berkembang, UMKM perlu mengadopsi kreativitas dan inovasi dalam strategi bisnis mereka.

Shiflow sebagai salah satu UMKM di Kota Medan menjadi studi kasus yang menarik. Shiflow memiliki potensi besar untuk menghadirkan produk atau layanan yang inovatif dan kreatif, tetapi tantangan utamanya adalah bagaimana mereka dapat mengintegrasikan kreativitas dan inovasi tersebut untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif.

Peran kreativitas dan inovasi sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM seperti Shiflow. Dengan mengadopsi ide-ide baru, desain produk yang menarik, proses produksi yang efisien, dan strategi pemasaran yang cerdas, Shiflow dapat membedakan dirinya dari pesaingnya, menarik perhatian konsumen, dan mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Namun, masih ada kebutuhan untuk lebih memahami bagaimana kreativitas dan inovasi dapat diimplementasikan secara efektif oleh UMKM seperti Shiflow di Kota Medan. Pertanyaan yang muncul adalah sejauh mana UMKM telah menggali potensi kreativitas dan inovasi mereka, apa saja faktor-faktor yang memengaruhi kemampuan mereka dalam hal ini, dan bagaimana kreativitas dan inovasi tersebut dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar yang dinamis.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, dengan fokus pada kasus studi Shiflow di Kota Medan. Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi UMKM lainnya dan membantu mereka dalam menghadapi tantangan serta mengambil peluang di era bisnis yang terus berubah ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, beberapa masalah yang diidentifikasi dalam studi ini meliputi keterbatasan dalam penggunaan kreativitas dan inovasi, serta kesulitan UMKM seperti Shiflow dalam mengimplementasikan strategi kreatif dan inovatif secara efektif. Selain itu, ada kurangnya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM, terutama dalam hal kreativitas dan inovasi, yang dapat menjadi kendala bagi Shiflow di pasar yang kompetitif. Tantangan lain yang dihadapi adalah kesulitan dalam membedakan diri dari pesaing, kesiapan dalam mengadopsi teknologi dan strategi digital, serta keterbatasan sumber daya yang dapat membatasi kemampuan UMKM untuk mengembangkan ide kreatif dan inovatif.

Untuk menjaga fokus penelitian dan relevansi hasil yang diperoleh, studi ini akan difokuskan pada UMKM Shiflow di Kota Medan, dengan penekanan pada strategi kreatif dan inovatif yang diterapkan dalam produk mereka. Penelitian ini juga akan lebih berfokus pada pandangan dan pengalaman pelanggan Shiflow terkait kreativitas, inovasi, dan daya saing UMKM. Menggunakan kerangka konseptual yang mengintegrasikan teori-teori terkait kreativitas, inovasi, dan strategi daya saing

UMKM, penelitian ini tidak akan melakukan analisis komparatif langsung dengan UMKM lainnya di Kota Medan, melainkan fokus pada analisis internal dan eksternal Shiflow.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, mengidentifikasi dan menilai strategi kreatif dan inovatif yang telah diadopsi oleh Shiflow, serta mengukur persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap kreativitas, inovasi, dan daya saing UMKM di pasar lokal Kota Medan. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menarik implikasi dari strategi kreatif dan inovatif yang diterapkan oleh Shiflow terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka, serta memberikan rekomendasi praktis kepada UMKM lainnya di Kota Medan tentang cara meningkatkan kreativitas, inovasi, dan daya saing mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM, membantu UMKM lainnya dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif, serta berkontribusi pada pengembangan pengetahuan di bidang kreativitas, inovasi, dan manajemen UMKM.

TINJAUAN LITERATUR

Kajian Teoritis

Kreativitas

Definisi kreativitas menurut Semiawan (2009: 44) adalah “Modifikasi sesuatu yang sudah ada menjadi konsep baru. Dengan kata lain, terdapat dua konsep lama yang dikombinasikan menjadi suatu konsep baru”. Menurut Suryanto (2009:2) adalah Kemampuan untuk mengembangkan ide- ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda. Kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada.

Dalam hal ini kreativitas sesungguhnya tidak perlu menciptakan hal-hal yang baru, tetapi merupakan gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya. (Munandar, 2011:29) Menurut Moreno (2012:233) “Kreativitas merupakan sesuatu yang baru bagi diri sendiri dan tidak harus merupakan sesuatu yang baru bagi orang lain atau dunia pada umumnya. Sedangkan kreativitas menurut Alma (2008:69) adalah “Kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur variabel data dengan variabel yang sudah ada sebelumnya”.

Inovasi

Menurut Larsen dan Lewis yang di kutip dalam Hadiyati (2011:11) menyatakan bahwa “Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi”. Hal yang sama dikemukakan oleh Hills dalam Hadiyati (2011:11) menyatakan bahwa “Inovasi sebagai ide, praktik atau objek yang di anggap baru oleh seorang individu atau pengguna lainnya”.

Inovasi merupakan timbulnya suatu hal yang baru, misalnya berupa sebuah ide baru, sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, sebuah gaya baru penulis, atau

cara melukis sebuah invensi (*invention*), atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi. (Suryanto, 2009:32) Menurut Suryani (2008:304) inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun objek yang dipersiapkan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru.

Sedangkan menurut Hadiyati (2011:11) menyatakan Inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang : inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat), inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dan sebagainya).

Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal (Tjiptono, 2015:21). Manfaat daya saing dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif dan adanya situasi pasar yang dinamis, maka setiap perusahaan tidak mungkin lagi untuk menghindari persaingan, tetapi yang harus dilakukan adalah menghadapi tingkat persaingan tersebut dengan cara yang sebaik-baiknya. Sebaik-baiknya disini diartikan sebagai upaya yang dilakukan secara optimal dan berkesinambungan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik dan lebih baik lagi di masa yang akan datang (Pratama, 2020).

Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan Helen Malinda yang berjudul Analisis Strategi Pengembangan Bisnis UKM Guna Meningkatkan Pendapatan Karyawan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Bakso Ikan Cahaya Bahari Desa Linggar Jati Kecamatan Merbau Mataram Kabupaten Lampung Selatan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan Cahaya Bahari adalah dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk yang halal, harga yang terjangkau, dan promosi yang transparan. Terdapat persamaan antara penelitian keduanya yakni terfokus pada UKM dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya di penelitian Helen Malinda mengkaji strategi pengembangan dan terfokus dalam meningkatkan pendapatan karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Multazam Nasruddin yang berjudul Analisis Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan (Studi di CV. Citra Sari Kota Makassar). Hasil penelitian menunjukkan bahwa UKM CV. Citra Sari berperan penting bagi peningkatan ekonomi karyawan karena mereka sudah mampu membiayai sekolah adik-adiknya, anak-anaknya dan terbebas dari pengangguran serta mengurangi beban orang tua meskipun pendapatan yang diperoleh belum terlalu banyak seperti karyawan di perusahaan pada umumnya.

Terdapat persamaan antara penelitian ini yakni pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian lapangan dan pengumpulan data yang menggunakan observasi, *interview* dan dokumentasi. Kemudian perbedaannya lebih menekankan pada peran usaha kecil menengah terhadap peningkatan ekonomi keluarga.

Penelitian yang dilakukan oleh Heny Febria Sari yang berjudul Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Usaha Kecil Dodol Lele, Di Desa Adiwarno Batanghari Lampung Timur). Dari hasil penelitian pemberdayaan usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga kepada masyarakat adalah pada kerangka (*enabling*) menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang, dan kerangka (*empowering*) memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat, serta melindungi sebagai upaya mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang. Dari kerangka-kerangka pemberdayaan dan prinsip ekonomi Islam, bentuk pemberdayaan ialah membantu pendapatan perekonomian keluarga bagi setiap anggota yang didampingi oleh ibu Eka Purwanti.

Terdapat persamaan antara penelitian ini yakni pada metode penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian lapangan dan pengumpulan data yang menggunakan observasi, *interview* dan dokumentasi. Kemudian perbedaannya lebih menekankan pada bahasan pemberdayaan usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga

Kerangka Berpikir

Berikut adalah kerangka berpikir yang dapat digunakan dalam penelitian ini:

- Kreativitas dan Inovasi: Konsep utama dalam kerangka berpikir ini adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas mencakup kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan original, sementara inovasi mengacu pada implementasi ide-ide tersebut menjadi produk, layanan, atau proses yang baru atau lebih efektif.
- Daya Saing UMKM: Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana kreativitas dan inovasi berkontribusi terhadap daya saing UMKM seperti Shiflow di Kota Medan. Daya saing UMKM dapat diukur melalui faktor-faktor seperti pangsa pasar, pertumbuhan penjualan, keunggulan kompetitif, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar.

Hipotesis

Hipotesis Utama:

- a. H₀ (Hipotesis Nol): Tidak ada hubungan signifikan antara kreativitas dan inovasi dengan daya saing UMKM Shiflow di Kota Medan.
- b. H₁ (Hipotesis Alternatif): Terdapat hubungan signifikan antara kreativitas dan inovasi dengan daya saing UMKM Shiflow di Kota Medan.

Hipotesis Spesifik:

- a. H₀: Tidak ada pengaruh signifikan dari kreativitas terhadap daya saing UMKM

Shiflow di Kota Medan.

- b. H1: Terdapat pengaruh signifikan dari kreativitas terhadap daya saing UMKM Shiflow di Kota Medan.
- c. H0: Tidak ada pengaruh signifikan dari inovasi terhadap daya saing UMKM Shiflow di Kota Medan.
- d. H1: Terdapat pengaruh signifikan dari inovasi terhadap daya saing UMKM Shiflow di Kota Medan.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat dan waktu penelitian untuk studi "Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM: Kasus Studi Shiflow Kota Medan" bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan desain penelitian yang Anda tentukan. Berikut adalah beberapa pertimbangan umum terkait tempat dan waktu penelitian:

- *Online Survey* atau Wawancara: Menggunakan platform *online* untuk mengumpulkan data dari responden yang tersebar di berbagai lokasi.
- Waktu pengumpulan data dilakukan pada 20 April 2023 - 10 Mei 2024

Populasi dan Sampel

Populasi utama yang menjadi fokus dalam studi ini adalah UMKM yang beroperasi di Kota Medan, terutama pada sektor atau jenis usaha yang relevan dengan kasus studi Shiflow. Bagian integral dari populasi tersebut adalah individu yang menggunakan layanan Shiflow.

Dalam proses pemilihan sampel, penelitian ini memilih untuk menjadikan pelanggan Shiflow sebagai sampel yang mewakili populasi yang lebih luas dari UMKM di Kota Medan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan disebut dengan "Survei" atau "Penelitian Survei". Teknik ini mengacu pada penggunaan kuesioner atau angket untuk mengumpulkan informasi dari responden yang mewakili populasi atau sampel yang Anda teliti.

Teknik Analisis Data

Analisis Korelasi, Teknik ini digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan statistik antara dua atau lebih variabel. Anda dapat menggunakan analisis korelasi untuk melihat apakah terdapat korelasi antara tingkat kreativitas, tingkat inovasi, dan daya saing UMKM Shiflow.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau

tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan *Kolmogorow-Smirnow*,⁷² berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.23899763
Most Extreme Differences	Absolute		.126
	Positive		.126
	Negative		-.070
Test Statistic			.126
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^a	Sig.		.230
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.219
		Upper Bound	.241
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Berdasarkan di atas dapat ditunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh nilai Asymp. Sig. senilai 0,200 atau lebih besar dari 0,05 maka data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal

Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas artinya antar variabel independen terdapat dalam regresi memiliki hubungan lancar yang sempurna atau mendaki sempurna (koefisien korelasi tinggi). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebasnya. Cara untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance, apabila nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.052	4.594		.447	.659		
	Peran Kreativitas	-.391	.170	-.352	-2.297	.029	.422	2.371
	Inovasi	.989	.140	1.086	7.078	<.001	.422	2.371

a. Dependent Variable: Meningkatkan Daya Saing

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan kedua variabel nilai VIF Inovasi dan Peran Kreativitas sebesar 2.371 atau kurang dari 10. Maka, tidak ada masalah

multikolinieritas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan varians dari residual satu observasi ke residual observasi lainnya dalam model regresi. Gunakan statistik uji Glejser untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini. Jika nilai Sig. > 0,05 maka artinya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada penelitian tersebut. Berikut adalah uji heteroskedastisitas pada penelitian ini:

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.966	2.858		1.738	.093		
	Peran Kreativitas	.056	.106	.149	.526	.603	.422	2.371
	Inovasi	-.095	.087	-.309	-1.088	.286	.422	2.371

a. Dependent Variable: "Abs_RES"

Berdasarkan tabel uji heteroskedastisitas di atas, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi pada variabel peran kreativitas terhadap absolute residual sebesar 0,603 > 0,05 sedangkan untuk variabel inovasi sebesar 0,286 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Uji Auto Korelasi

Menurut Gujarati (2007) "Uji autokorelasi merupakan adanya korelasi diantara anggota observasi yang diurut menurut waktu". Alat yang digunakan untuk menguji autokorelasi pada penelitian ini adalah statistik Durbin Watson. Dasar pengambilan keputusan adalah membandingkan nilai Durbin Watson dengan nilai tabel Durbin Watson.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkan nilai DW dengan DU dan dL pada tabel. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Uji Auto Korelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.850 ^a	.722	.702	3.353	2.064

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Peran Kreativitas

b. Dependent Variable: Meningkatkan Daya Saing

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui Nilai Durbin-Watson (2,064) lebih besar dari dU (1,5666) dan lebih kecil dari 4 - dU (2,4334). Karena nilai Durbin-Watson (2,064) berada di antara dU (1,5666) dan (4 - dU) (2,4334), kita dapat menyimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi (baik positif maupun negatif) dalam

penelitian ini.

Uji Run Test

Uji Run test merupakan bagian dari pengujian non parametrik, yang digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Apabila nilai sig melebihi 0,05 maka data tidak mengalami autokorelasi. Adapun hasil uji Run Test penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Uji Run Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.25498
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	16
Total Cases	31
Number of Runs	16
Z	.000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1.000

a. Median

Berdasarkan gambar diatas, diketahui nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 1,000 > dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah pada autokorelasi. Dengan demikian, masalah autokorelasi yang tidak dapat terselesaikan dengan Durbin Watson dapat teratasi melalui uji run test sehingga analisis regresi linear dapat dilanjutkan.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah metode regresi berganda. Analisis regresi berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Dimana:

Y: Keputusan Pembelian

a : konstanta

b1 : koefisien regresi

X1 : inovasi

b2 : koefisien regresi

X2 : peran kreativitas

e : error

Hasil analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.052	4.594		.447	.659
	Peran Kreativitas	-.391	.170	-.352	-2.297	.029
	Inovasi	.989	.140	1.086	7.078	<.001

a. Dependent Variable: Meningkatkan Daya Saing

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien dari persamaan regresi didapatkan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Daya Saing} = 2,052 - 0,391 K + 0,9899 I$$

1. Konstanta sebesar 2,052 hal ini menunjukkan bahwa jika variabel bebas Kreativitas, dan Inovasi Memiliki nilai sama dengan nol maka variabel terikat Daya Saing bernilai 2,052
2. Koefisien regresi peran kreativitas sebesar -0,391 hal ini menunjukkan jika variabel Kreativitas mengalami Penurunan, maka Daya saing akan mengalami penurunan sebesar -0,391 dengan asumsi lainnya dianggap konstan.
3. Koefisien regresi Inovasi sebesar 0,989 hal ini menunjukkan jika variabel Inovasi mengalami kenaikan, maka akan terjadi penurunan sebesar 0,989 pada variabel Daya Saing dengan asumsi di variabel lainnya dianggap konstan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk memeriksa apakah terdapat pengaruh semua variabel bebas pada variabel terikat. Kriteria yang digunakan adalah Jika P (Probabilitas) > 0,05 atau F-hitung < F-tabel, maka hipotesis nol (Ho) diterima dan jika P (Probabilitas) < 0,05 atau F-hitung > F-tabel, maka hipotesis nol (Ho) ditolak. Berikut adalah tabel uji F pada penelitian ini:

Tabel 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	816.944	2	408.472	36.339	<.001 ^b
	Residual	314.733	28	11.240		
	Total	1131.677	30			

a. Dependent Variable: Meningkatkan Daya Saing
b. Predictors: (Constant), Inovasi, Peran Kreativitas

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil nilai f_{hitung} sebesar 36.339 dan nilai sig sebesar 0,001. $f_{tabel} = k-1=3$ (k jumlah seluruh variabel dalam penelitian yaitu k = 2. Kemudian nilai df penyebut dengan cara $(n-k) \Leftrightarrow (49-3) = 46$, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 3,20. Karena nilai f_{hitung} sebesar $36.339 > f_{tabel}$ sebesar 3,20. Sehingga dapat

disimpulkan inovasi dan peran kreativitas secara simultan/bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan daya saing.

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis maka, apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, H_0 diterima. Dan jika $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_a diterima, begitu pun jika $sig > \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima H_a ditolak, dan jika $sig < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak H_a diterima. Berikut adalah tabel hasil uji t pada penelitian ini:

Tabel 8. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.052	4.594		.447	.659
	Peran Kreativitas	-.391	.170	-.352	-2.297	.029
	Inovasi	.989	.140	1.086	7.078	<.001

a. Dependent Variable: Meningkatkan Daya Saing

1) Pengaruh Inovasi Terhadap Meningkatkan Daya Saing

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel inovasi terhadap meningkatkan daya saing adalah $0,001 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis 1 (H_1) diterima

2) Pengaruh Peran Kreativitas Terhadap Meningkatkan Daya Saing

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai nilai signifikansi variabel inovasi terhadap meningkatkan daya saing adalah $0,029 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan hipotesis 2 (H_2) ditolak.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase berapa pengaruh variabel independen (kualitas produk, harga) secara serentak terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini:

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.722	.702	3.353
a. Predictors: (Constant), <u>Inovasi</u> , <u>Peran Kreativitas</u>				
b. Dependent Variable: <u>Meningkatkan Daya Saing</u>				

Berdasarkan di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0,722. Hal ini menunjukkan bahwa persentase kontribusi pengaruh variabel independen (Inovasi, Peran Kreativitas) terhadap variabel dependen (Meningkatkan daya saing) sebesar 72%. Atau dengan kata lain variabel Inovasi dan Peran Kreativitas mampu menjelaskan variabel meningkatkan daya saing sebesar 72%. Sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan analisis yang dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Inovasi dan peran kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan daya saing.
2. Variabel Inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan daya saing
3. Variabel peran kreativitas secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap peningkatan daya saing
4. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas, tidak ada heteroskedastisitas, dan tidak terdapat autokorelasi. Ini menandakan kecocokan model regresi dengan data yang digunakan.

Berdasarkan data penelitian yang disajikan, beberapa saran yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Inovasi, Organisasi yang ingin meningkatkan daya saing mereka sebaiknya fokus pada pengembangan inovasi.
2. Pengembangan Kreativitas, Meskipun peran kreativitas tidak terbukti signifikan dalam model ini, itu tidak berarti kreativitas tidak penting. Saran dapat diberikan untuk terus mengembangkan budaya kreativitas di organisasi, karena kreativitas masih dapat berperan penting dalam menghasilkan ide-ide baru dan solusi-solusi yang inovatif.
3. Meskipun variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki dampak yang signifikan, penting untuk memantau faktor-faktor lain yang juga dapat mempengaruhi daya saing, seperti faktor-faktor eksternal (misalnya, kondisi pasar, peraturan pemerintah) dan faktor internal lainnya (misalnya,

manajemen sumber daya manusia, efisiensi operasional).

4. Penelitian berikutnya dapat mencoba menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif atau mengintegrasikan lebih banyak variabel yang relevan untuk memahami lebih baik faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing.
5. Untuk penelitian lanjutan penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana inovasi dan kreativitas dapat di implementasikan secara efektif dalam organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arman Maulana Rizq, P. R. (2022). "Pentingnya Inovasi Dan Kreativitas Dalam Peningkatan Hasil Penjualan Pada Usaha Toko Bunga Anyelir Di Kecamatan Denpasar Barat Tahun 2022". Universitas PGRI Mahadewa Indonesia, 1-83.
- Attania Dwi Arniessa, L. N. (2023). "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas Di BSD Kota Tangerang Selatan". Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kaa Mieera (JIPKAM) , 08-18.
- Darwanto. (2013). "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi dan Kreativitas)". Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE), 142 – 149.
- Ishak, K. S. (2022). "Pengaruh Kreasi Dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM di Pasar Rembang – Pasuruan)". ECOBUSS Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan BIsnis, 29-34.
- Kusumasar, W. &. (2023). "Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UMKM Sandalku Handmade". Community Service, 282-298.
- N, B. (2019). "Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif DI Lapangan Pancasila Kota Palopo". Institu Agama Islam Negeri Palopo, 1-108.
- Pratiwi, I. N. (2023). "Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Pengembangan Usaha berbasis Digital (Studi pada Sentra UMKM Simping Purwakarta)". Universitas Pendidikan Indonesia , 1-22.
- Rosmadi, M. L. (2021). "Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19". Jurnal IKRA-ITH Ekonomika , 87-94.
- Setiawardani, M. (2022). "Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor UMKM Bidang Kuliner Pasca Disrupsi Akibat Pandemi Covid 19 di Kota Bandung". Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, 25-38.
- Trisnawati, N. A. (2024). "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Kabupaten Sampang". INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 5152-5160.
- Umu Khourh, C. S. (2021). "Inovasi dan Daya Saing UMKM di Era New Normal: dari Triple Helix Model ke Quadruple Helix Model". Jurnal Manajemen dan

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 3 Nomor 3 (2024) 1150 – 1163 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i3.281

Kewirausahaan , 152-162.

Via Washlussanati Hijri, H. E. (2022). "Analisis Pentingnya Inovasi Dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerajinan Gerabah Dusun Klipoh, Borobudur". *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research.*, 459-463.

Zainurrafiqi, I. B. (2023). "Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas di Desa Gugul Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPMI)*, 359-367.