

**PENGARUH PENGUATAN KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM  
BERWIRAUSAHA TERHADAP KINERJA BISNIS UMK SENTRA  
KULINER G-WALK SURABAYA**

**Hafiz Sofyan Rosyid**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [sofyanhafiz@gmail.com](mailto:sofyanhafiz@gmail.com)

**Dra. Awin Mulyati, MM**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [awin@untag-sby.ac.id](mailto:awin@untag-sby.ac.id)

**Dra.Ni Made Ida Pratiwi. M.M**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [idapратиwi@untag-sby.ac.id](mailto:idapратиwi@untag-sby.ac.id)

**Abstract**

*This study aims to explore the effect of strengthening creativity and innovation on the business performance of MSEs in the G-Walk Surabaya Culinary Center. Micro and Small Enterprises (MSEs) have an important role in the Indonesian economy, including MSEs in G-Walk Surabaya which consists of 85 culinary businesses. Creativity and innovation are key factors in entrepreneurship that can improve business performance. This research uses a quantitative approach with a survey method, involving 90 culinary MSE owners as respondents. Data analysis was conducted through validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and multiple linear regression tests. The results showed that: Strengthening creativity has a significant effect on business performance, with the fluency of thinking indicator providing the highest influence, Innovation has a significant effect on business performance, with the development indicator providing the highest influence, Strengthening creativity and innovation simultaneously have a significant effect on business performance, with innovation as a more dominant factor. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 46.6% indicates that the variables of strengthening creativity and innovation together affect business performance by 46.6%, while the remaining 53.4% is influenced by other variables not studied. This study supports previous findings that creativity and innovation contribute positively to business performance. This result implies that increasing creativity and innovation among MSEs can significantly improve their business performance.*

**Keywords:** *Micro and Small Enterprises (MSEs), Creativity, Innovation, Strengthening Creativity*

**Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penguatan kreativitas dan inovasi terhadap kinerja bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk Surabaya. Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk UMK di G-Walk Surabaya yang terdiri dari 85 pelaku usaha kuliner. Kreativitas dan inovasi adalah faktor kunci dalam wirausaha yang dapat meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan 90 pemilik UMK kuliner sebagai responden. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, serta regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Penguatan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, dengan indikator kelancaran berfikir memberikan pengaruh tertinggi, Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, dengan indikator pengembangan memberikan pengaruh tertinggi, Penguatan kreativitas dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, dengan

inovasi sebagai faktor yang lebih dominan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 46,6% menunjukkan bahwa variabel penguatan kreativitas dan inovasi bersama-sama mempengaruhi kinerja bisnis sebesar 46,6%, sementara sisanya 53,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Penelitian ini mendukung temuan sebelumnya bahwa kreativitas dan inovasi berkontribusi positif terhadap kinerja bisnis. Hasil ini memberikan implikasi bahwa peningkatan kreativitas dan inovasi di kalangan pelaku UMK dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka secara signifikan.

**Kata Kunci : Usaha Mikro Kecil (UMK), Kreativitas, Inovasi, Penguatan Kreativitas**

## **Pendahuluan**

Perekonomian Indonesia begitu bergantung pada peranan penting yang dijalankan oleh Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Dilihat dari data Kemenkop UKM, terdapat 65,4 juta Usaha Mikro dan Kecil yang berjalan di Indonesia. UMKM ini mempekerjakan sekitar 114,7 juta orang, yang mencakup sekitar 56% dari total angkatan kerja di negara tersebut. Terlebih lagi, UMKM memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB negara, melebihi 60%. Dengan banyaknya UMK yang telah berkontribusi terhadap perekonomian daerah, termasuk juga UMK pada G-Walk Surabaya yang selalu ramai setiap harinya dengan 90 pelaku usaha yang didominasi usaha makanan dan minuman.

Dalam berwirausaha, menjaga pola pikir kreativitas dan inovasi secara konstan adalah hal yang penting. Hakikat kreativitas terletak pada kemampuan memperkenalkan konsep atau objek baru yang sebelumnya belum ada untuk penerapan praktis. Ketika diwujudkan dalam tindakan, ide-ide kreatif sering kali melibatkan kombinasi yang disengaja dari dua atau lebih ide yang sudah ada (John Adair, 1996). Kapasitas kreativitas memungkinkan individu untuk mengusulkan solusi dan ide inovatif dalam menanggapi tantangan dan peluang. Dengan memanfaatkan kemampuan kreatif mereka, individu termotivasi untuk berusaha mencapai tujuan tertentu. Inovasi merupakan kemampuan pemilik usaha dalam mengembangkan produk dan jasa dengan mengidentifikasi peluang dan teknologi yang ada. Menurut (Setiawan et al, 2017), inovasi memegang peranan penting, yaitu mengadopsi teknologi dan produk baru yang unik, sehingga akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimana Kinerja bisnis mencakup proses pelaksanaan kegiatan tersebut, yang merupakan tujuan utama dari sebuah bisnis. Kinerja ini memiliki hubungan erat dengan kompetensi atau kemampuan yang dimiliki (competency atau ability).

Kuliner menjadi salah satu aspek krusial yang memberikan pengalaman menyeluruh kepada wisatawan terkait dengan budaya lokal di sebuah destinasi. Untuk mengevaluasi keberhasilan kuliner dalam mendukung pariwisata, terdapat enam indikator kelayakan yang harus dipertimbangkan, termasuk produk dan daya tarik utama, penyajian produk pada acara tertentu, aspek keberlanjutan lingkungan, keberlanjutan bisnis, diikuti dengan peranan pemerintah dalam membangun destinasi wisata kuliner. Salah satunya adalah G-Walk yang merupakan salah satu destinasi kuliner di Surabaya yang populer, terdiri dari berbagai restoran dan kafe. Desain setiap tempat makan di G-Walk didominasi oleh suasana outdoor dan dilengkapi dengan layanan Wi-Fi gratis, yang menarik banyak pengunjung, terutama kalangan muda. Tempat makan di sini menyajikan kuliner modern yang sedang diminati oleh masyarakat. Meskipun demikian, G-Walk memiliki beberapa kelemahan, seperti keterbatasan tempat parkir yang tidak luas dan paralel serta letaknya yang agak jauh dari pusat kota.. Masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha sentra kuliner G-Walk Surabaya adalah Bisnis beroperasi dalam lingkungan yang terus berubah, termasuk perkembangan teknologi, perubahan kebijakan, dan dinamika pasar. Perubahan ini menciptakan kebutuhan untuk inovasi agar bisnis dapat tetap bersaing dan relevan. Oleh karena itu, , untuk memahami keterkaitan kreativitas dan inovasi produk dengan kinerja bisnis, maka perlu adanya penelitian dengan judul **“Pengaruh Penguatan Kreativitas dan Inovasi Dalam Berwirausaha Terhadap Kinerja Bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk Surabaya”**

## Metode

Metode pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel besar dengan tujuan untuk menemukan hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Penelitian ini memanfaatkan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui platform Google Form dari bulan Maret hingga Mei 2024. Populasi pada penelitian ini terdiri dari para pemilik Usaha Mikro Kecil (UMK) Kuliner di G-Walk Surabaya yang berjumlah 90 responden. Sampel diambil secara keseluruhan (100%) dari populasi yang ada.

Skala perhitungan yang digunakan adalah skala Likert, dengan responden memberikan jawaban berdasarkan tingkat setujuan mereka terhadap pernyataan yang diberikan. Skor yang diperoleh dari responden akan digunakan untuk mengkategorikan tingkat setujuan mereka.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Table 1 Uji Validitas

		Korelasi	R tabel	Kesimpulan
Penguatan Kreativitas (X)	SI_1	0,884	0,361	Valid
	SI_2	0,926		Valid
	SI_3	0,640		Valid
	SI_4	0,754		Valid
Inovasi (Y)	SI_1	0,770	0,361	Valid
	SI_2	0,892		Valid
	SI_3	0,720		Valid
	SI_4	0,810		Valid
Kinerja Bisnis (Z)	SI_1	0,710	0,361	Valid
	SI_2	0,669		Valid
	SI_3	0,881		Valid
	SI_4	0,560		Valid
	SI_5	0,669		Valid
	SI_6	0,727		Valid

Pengujian validitas diatas dapat disimpulkan bahwa masingmasing pernyataan dari variabel Penguatan Kreativitas (X1), Inovasi (X2) dan *kinerja bisnis* (Y) berdasarkan persepsi responden dinyatakan valid, yakni seluruh signifikansi bernilai nilai r hitung lebih tinggi dari r tabel dari tiga puluh responden sebagai tes validitas, yaitu lebih tinggi dari 0.361. sehingga seluruh instrumen yang ada bisa diikut sertakan pada proses selanjutnya.

### Uji Reabilitas

Table 2 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Angka Pemanding	Reliabel
Penguatan Kreativitas (X1)	0,760	0,600	Reliabel
Inovasi (X2)	0,741	0,600	Reliabel
Kinerja Bisns (Y)	0,731	0,600	Reliabel

Dari uji reliabilitas dapat diperoleh nilai Alpha Cronbach yang lebih besar dari 0.600 jadi bisa diartikan bahwa reliabilitas dikatakan reliabel sehingga menghasilkan suatu data yang konsisten jika diuji secara berkali-kali.

### Uji Normalitas

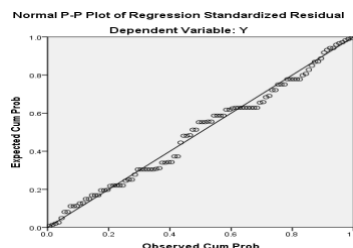
Table 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31966555
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.055
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

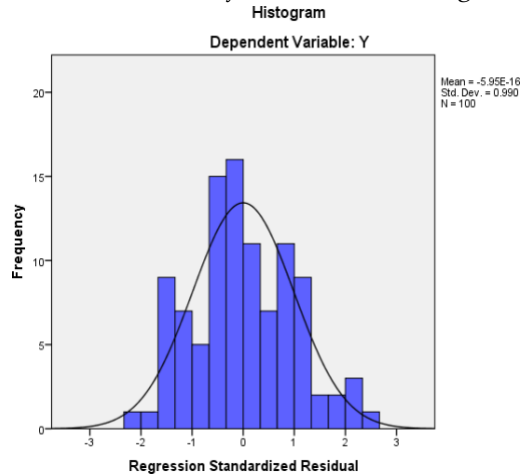
Nilai signifikansi diperoleh sebanyak 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menggambarkan bahwa data pada penelitian ini dapat dianggap berdistribusi secara normal. Lalu berikut juga merupakan hasil uji normalitas grafik normal P-Plot

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-Plot



Hasil uji normalitas model Simbol P-Plot mengikuti dan mendekati diagonal, menunjukkan bahwa regresi memenuhi hipotesis normal. Selain itu dilakukan uji normalitas menggunakan model Histogram.

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas Histogram



Model Histogram merepresentasikan pola sebaran yang mengikuti garis Histogram, dan juga garis tersebut membentuk seperti lonceng. Hal tersebut berarti data berdistribusi dengan normal.

### Uji Multikolinieritas

Table 4 Hasil Uji Multikolinieritas

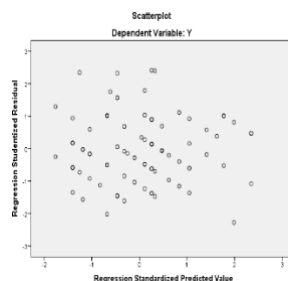
		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.272	2.215		2.832	.006		
	X1	.445	.102	.339	4.374	.000	.915	1.093
	X2	.711	.110	.502	6.469	.000	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

pada uji multikolinieritas didapatkan nilai tolerance 0,915 dan 0,915 sehingga tidak ada nilai yang dibawah 0,1. Nilai VIF Variance Inflation Factor didapatkan sebanyak 1.093, dan 1.093 yang mana nilai tersebut kurang dari 10 yang dapat diasumsikan bahwa multikolinieritas tidak ditemukan pada penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji heteroskedastisitas dimana grafik menyatakan pada titik-titik tidak mengikuti pola yang konsisten dan tersebar secara merata. Diartikan bahwa tidak ada masalah.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Table 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.272	2.215		2.832	.006		
	X1	.445	.102	.339	4.374	.000	.915	1.093
	X2	.711	.110	.502	6.469	.000	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

Dapat disimpulkan bahwa :

- Kinerja Bisnis (Y) 6,272 berarti, jika nilai variabel Penguatan Kreativitas(X1) Inovasi (X2) dianggap nol, maka Kinerja Bisnis akan meningkat 6,272.
- b1 Koefisien regresi untuk variabel Penguatan Kreativitas (X1) adalah 0,455, yang mengindikasikan tiap kenaikan satu satuan dalam variabel Penguatan Kreativitas akan menimbulkan peningkatan sebesar 0,455 dalam Kinerja Bisnis (Y), dengan asumsi bahwa variabel Inovasi tetap.
- Koefisien regresi untuk variabel Inovasi (X2) adalah 0,771. Ini berarti setiap kenaikan satu satuan dalam variabel Inovasi akan menghasilkan peningkatan sebesar 0,771 pada Kinerja Bisnis (Y), dengan asumsi bahwa variabel Penguatan Kreativitas tetap.

### Uji t(Parsial)

Table 5 Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.272	2.215		2.832	.006		
	X1	.445	.102	.339	4.374	.000	.915	1.093
	X2	.711	.110	.502	6.469	.000	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

Penelitian ini menggunakan Nilai signifikansi ( $\alpha$ ) adalah 5% (0,05), dimana nilai  $t$  tabel yang diketahui 1,984.

#### Hipotesis Pertama

HO: Penguatan Kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis Sentra UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

HA: Penguatan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis Sentra UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

Hasil: Dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 4,374 lebih besar daripada nilai  $t$  tabel sebesar 1,984. Akibatnya, hipotesis nol (Ho)

ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Ini menunjukkan bahwa Penguatan Kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis Sentra UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

### Hipotesis Kedua

HO: Inovasi tidak berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis Sentra UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

HA: Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis Sentra UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

Hasil: Nilai t hitung sebesar 6,469 lebih besar dari t tabel 1,984 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka, Ho ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan pada kinerja operasional Pusat UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

### Uji F (Simultan)

Table 6 Hasil Uji F (simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	150.590	2	75.295	42.362	.000 <sup>b</sup>
	Residual	172.410	97	1.777		
	Total	323.000	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

F hitung yang diperoleh adalah 42,362, sedangkan nilai F tabelnya adalah 3,09. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung 42,362 lebih besar dari nilai F tabel 3,09 dan nilai signifikansi 0,000. Jadi pada penelitian ini ada pengaruh Secara bersama-sama, variabel Penguatan Kreativitas dan Inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja. Bisnis Sentra UMK Kuliner G-Walk Surabaya.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Table 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 <sup>a</sup>	.466	.455	1.333

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dihasilkan R<sup>2</sup> (R Square) sebanyak 0,466 atau (46,6%). Hal ini menginterpretasikan persentase Pengaruh Penguatan Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis UMK Sentra Kuliner Gwalk Surabaya sebesar 46,6%. Pada artian lain variabel Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel Penguatan Kreativitas dan Inovasi yang mencapai 46,6%, sisanya sebesar 53,4% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti.

### Pembahasan

Penelitian yang dilakukan memiliki dua faktor yang memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk Surabaya, yaitu penguatan kreativitas dan inovasi. Pada

faktor penguatan kreativitas, terdapat empat indikator yang digunakan, di antaranya kelancaran berfikir, keluwesan berfikir, elaborasi, dan keaslian. Hasil penelitian menunjukkan kelancaran berfikir memiliki pengaruh tertinggi terhadap kinerja bisnis. Sementara itu, pada faktor inovasi, terdapat empat indikator yang diukur, yakni penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sintesis. Hasil penelitian menyatakan bahwa pengembangan memiliki pengaruh tertinggi pada kinerja bisnis. Selanjutnya, hasil analisis menjabarkan bahwa penguatan kreativitas dan inovasi secara kolektif berdampak besar pada kinerja bisnis. Namun, pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis lebih dominan daripada penguatan kreativitas. Selain itu, penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa keterampilan kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap inovasi produk dan kinerja bisnis.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh penguatan kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha terhadap kinerja bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk, dapat disimpulkan sebagai berikut : Penelitian menunjukkan bahwa penguatan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk. Peningkatan penguatan kreativitas akan meningkatkan kinerja bisnis pelaku UMK di Sentra G-Walk Surabaya. Responden sepakat bahwa penguatan kreativitas dapat menghasilkan ide-ide baru dengan cepat dan tanpa hambatan. Selain itu, inovasi juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk. Peningkatan inovasi akan meningkatkan kinerja bisnis pelaku usaha di Sentra G-Walk Surabaya. Responden sepakat bahwa mereka mampu menciptakan produk, jasa, atau proses yang benar-benar baru dalam usaha. Penguatan kreativitas dan inovasi secara bersama-sama juga berpengaruh banyak terhadap kinerja bisnis UMK Sentra Kuliner G-Walk Surabaya, dengan inovasi sebagai faktor yang dominan.

## **Ucapan Terima Kasih**

Saya ucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

## **Daftar Pustaka**

- Efendi Febriansyah (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Ukm Tenun Motif Renda Kota Bima. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan* Vol. 2 ,No. 2
- Elia Ardyan,(2019), Dampak Positif Seorang Wirausaha Yang Memiliki Kompetensi Kewirausahaan Pada Kesuksesan Inovasi Produk Dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Kewirausahaan dan Usaha Kecil Menengah*, 1 (1), 11-19
- Harsoyo Dwijo Wiyono,(2020). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Berwirausaha Vol 1, No. 2
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 14(1), 82-88. <https://doi.org/10.9744/jmk.14.1.83-90>



Juven Anderson (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja UKM, *jurnal manajerial dan kewirausahaan*.vol.05,No.01: hlm 185-194

John adair, 1996 : Pengertian Inovasi., Jurnal ilmiah,

Kualitas Produk Terhadap Kinerja Ukm. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 05, No. 01, : hlm 185-194

Nurul Sukriani (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Kuliner Di Kota Pekanbaru. *jurnal Bisnis Kompetif*, ISSN: 2829-5277 Vol. 1, No. 2,

Savira Syahfarina,(2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Karakter Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umk Sentra Kuliner Di Semolowaru Surabaya. Vol 2 No 1

Setiawan, H., Erdogan, B., & Ogunlana, S. O. (2017). Innovativeness: A Key Factor to Support Contractors' Business Success. *Procedia Engineering*, 171, 379–386.