

Pengaruh Inovasi, Dan Kreativitas Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Mencapai Keberhasilan Usaha Pada UMKM Di Kabupaten Buleleng

Ni Luh Sri Kasih*¹, Ni Made Sri Ayuni², I Made Ambara Wijaya³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma

Correspondence: nimadesriayuni90@gmail.com

Received: 15 Agustus, 2023 | Accepted: 15 Desember 2023 | Published: 30 Desember, 2023

Keywords:

Business Success
Competitive;
Advantage; Creativity;
Innovation

Abstract

This study aims to find out how the influence of Innovation and Creativity through Competitive Advantage in achieving Business Success in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Buleleng Regency. This study uses a quantitative approach, with the data collection technique used is a questionnaire distributed by Google form media and directly with a measuring instrument in the form of a Likert scale, where the respondents were selected as owners of small and medium micro enterprises with a total of 99 business owners as respondents. The data analysis technique used in this study is a structural equation model (SEM) based on Partial Least Square (PLS) using the SmartPLS application. The results showed that Innovation, Creativity and Competitive Advantage had a positive and significant effect on Business Success, Innovation and Creativity had a positive and significant effect on Competitive Advantage, and Innovation and Creativity had a positive and significant effect on Business Success through Competitive Advantage.

Kata Kunci:

Inovasi, Kreativitas,
Keunggulan Bersaing,
Keberhasilan Usaha

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Inovasi dan Kreativitas melalui Keunggulan Bersaing dalam mencapai Keberhasilan Usaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Buleleng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebarkan dengan media google form dan secara langsung dengan alat ukur berupa skala likert, dimana yang dipilih sebagai responden adalah pemilik usaha mikro kecil dan menengah dengan jumlah responden sebanyak 99 pemilik usaha. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan struktural (Structural Equation Modeling-SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi, Kreativitas, dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing, serta Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha melalui Keunggulan Bersaing.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman pada saat ini berkembang begitu cepat pengetahuan dan teknologi menjadikan pertumbuhan ekonomi di Indonesia semakin meningkat pada dunia kewirausahaan. Kewirausahaan merupakan faktor penting dalam pertumbuhan ekonomi (Fajri, 2021). Kewirausahaan berpengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan modal sosial bagi masyarakat melalui suatu lapangan pekerjaan, mengatur pasokan bahan, meningkatkan modal, proses produksi baru, memperkenalkan teknik dan menemukan sumber daya alam baru. Dalam proses menjalankan bisnis dan usaha, inovasi pada produk memberikan peningkatan pada jiwa kewirausahaan. Inovasi produk memiliki pengaruh yang baik melalui kinerja pemasaran didukung dengan sebuah kesuksesan produk baru (Haryono & Marniyati, 2018). Dengan mengetahui kinerja pemasaran inovasi produk baru mampu meningkatkan kinerja perusahaan dan dapat bersaing dalam pasar yang lebih luas. Dalam kemampuan menentukan inovasi produk baru akan berpengaruh terhadap kreativitas seseorang pemilik usaha agar bisa menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen serta melihat peluang peningkatan usaha. Kreativitas produk adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menggabungkan sebuah ide-ide baru dan mengembangkan ide terdahulu, di dukung dengan keinginan dari pihak pelanggan yang dapat menciptakan produk baru (Kurniasari & Utama, 2018). Pengaruh inovasi dan kreativitas mempunyai peran yang penting terhadap keberhasilan usaha-usaha atau perusahaan namun belum bisa dikatakan berhasil jika tidak mempunyai suatu keunggulan bersaing terhadap produk yang dijalankan. Keunggulan bersaing menjadi kemampuan setiap usaha atau bisnis dalam mendapatkan keuntungan lebih besar dan lebih banyak dari pesaingnya. Keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar (Frans et al., 2021). Salah satu hasil perkembangan ekonomi di masyarakat yaitu dari turunnya tingkat kemiskinan di Indonesia dengan membuka lapangan pekerjaan baru menjadikan UMKM sebagai penyeimbang ekonomi masyarakat dalam permasalahan krisis ekonomi pada saat virus Covid-19 muncul hingga saat ini. Menjalankan UMKM menjadikan salah satu peluang pendapatan bagi masyarakat yang terkena dampak Covid-19. Meskipun peran UMKM sangat penting dalam perekonomian Indonesia, namun tidaklah mudah menjalankan suatu bisnis UMKM yang mampu bertahan dalam kondisi apapun untuk mencapai keberhasilan usaha yang tergolong produktif di masyarakat.

Di Kabupaten Buleleng, Bali terdiri dari 9 Kecamatan, banyaknya bisnis UMKM yang berdiri memberikan peluang pekerjaan lebih besar pada masyarakat serta munculnya pelaku usaha baru untuk meraih kesuksesan dalam bidang wirausaha. Dinas Perdagangan dan Koperasi UKM Kab Buleleng mencatat, pada tahun 2019 jumlah UMKM sebanyak 8.804 jenis usaha dan meningkat pada tahun 2022 sebanyak 17.707 jenis usaha. Peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng begitu cepat dalam 4 tahun terakhir hal ini menjadi faktor penyebab apakah seluruh UMKM di Kabupaten Buleleng memang seluruhnya berhasil dalam menjalankan usaha. Setelah melakukan survei terhadap data bahwa ditemukan beberapa data yang sama dalam satu perusahaan, serta peneliti juga melakukan wawancara kepada pelaku UMKM bahwa banyak pelaku UMKM yang telah tutup saat pandemi covid-19, namun data yang didapat usaha yang sudah tidak beroperasi masih terdaftar dalam data UMKM produktif di Kabupaten Buleleng, hal tersebut membuat penelitian ini lebih berfokus pada penyebab

terjadinya UMKM tidak dapat bertahan dan bertahan dalam krisis perekonomian yang memiliki pengaruh kedepanya pada pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng.

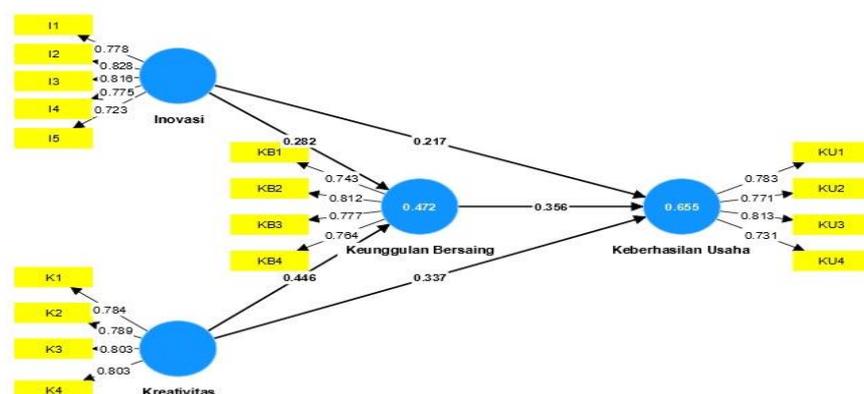
METODE

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas, variabel terikat dan variabel pendukung. Hubungan antar ketiga variabel penelitian ini adalah variabel terikat yaitu keberhasilan usaha (Y), kemudian variabel bebas yaitu inovasi (X_1), kreativitas (X_2), dan variabel penghubung keunggulan bersaing (Z). Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM pada 9 Kecamatan di Kabupaten Buleleng. Penelitian ini mengambil jumlah populasi dari tahun 2019-2022 adalah sebanyak 17.707 jenis pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan rumus *solvin* sebagai penentu jumlah sampel dengan tingkat signifikansi sebesar 10%. Jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *solvin* dengan tingkat 10% adalah sebanyak 99 pelaku UMKM pada 9 Kecamatan di Kabupaten Buleleng. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini yaitu menyerahkan angket secara langsung kepada pemilik usahadan data sekunder melalui link *google form* kepada responden yaitu pelaku UMKM pada 9 Kecamatan di Kabupaten Buleleng. Dalam penelitian ini pengukuran jawaban dari responden menggunakan skala likert 1 sampai dengan 5. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan alat analisis berupa software PLS (*Partial Least Square*) versi 4.0 yang digunakan sebagai pengolahan data penelitian. Ujianalisis data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menguji *Outer Model*, uji *Inner Model*, uji mediasi, dan uji hipotesis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Model Pengukuran (*Outer Model*)

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis model pengujian yang dilakukan yaitu Uji Validasi Konvergen (*Convergent Validity*), Uji Validasi Diskriminan (*Discriminant Validity*) dan Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*). Bentuk pengukuran *Outer model* dapat dilihat dibawah ini pada gambar 1.



Gambar 1. *Outer Model*

Uji Validasi Konvergen (*Convergent Validity*)

Dalam tahap uji validasi konvergen ini memiliki dua jenis penilaian yang akan dievaluasi, yaitu nilai *loading factor* dan nilai AVE. Menurut Ghazali (2009) dalam Satyawati (2019), nilai *loading factor* dengan ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dan nilai AVE berada diatas 0,50 dengan konstruk yang ingin diukur. Dalam penelitian ini hasil *Output SmartPLS* dari *Loading Factor* dapat dijelaskan bahwa nilai loading faktor (*Outer Loading*) masing-masing variabel pada pengujian dengan menggunakan SmartPLS memiliki nilai > 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa indikator yang digunakan pada kuesioner penelitian valid untuk digunakan.

Sedangkan pada nilai AVE dari masing-masing konstruk adalah Inovasi = 0,616, Keberhasilan Usaha = 0,601, Kreativitas = 0,632, Keunggulan Bersaing = 0,600. Keempat konstruk sudah memiliki nilai $AVE \geq 0,05$, artinya konstruk tersebut terkatagori valid.

Hasil Validasi Diskriminan

Nilai hasil uji dari masing-masing konstruk dari nilai *cross loading* memastikan apakah adanya korelasi dari indikator item pengukuran lebih besar daripada konstruk lainnya. Setiap indikator dapat dikatakan valid apabila nilai dari korelasi *cross loading* yang digunakan pada indikator penelitian lebih besar nilainya dari variabel laten yang lain. Nilai korelasi dari *cross loading* indikator penelitian yang digunakan mempunyai nilai yang lebih besar dan variabel laten dari *cross loading* lainnya menunjukkan nilai lebih kecil daripada indikator variabel latennya. Hasil nilai *cross loading* masing-masing variabel item mempunyai nilai diatas 0,7, hal ini berarti seluruh indikator valid dalam mengukur konstruk masing-masing.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dikatakan reliable apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai 0,70 (Muhtarom et al., 2022)

Tabel 1. Uji reliabilitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Inovasi	0,844	0,847	0,889	0,616
Keberhasilan Usaha	0,779	0,784	0,857	0,601
Kreativitas	0,806	0,809	0,873	0,632
Keunggulan Bersaing	0,777	0,778	0,857	0,600

Dari tabel 1, *cronbach's alpha* dari variabel Inovasi, Keberhasilan Usaha, Kreativitas dan Keunggulan Bersaing menunjukkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai 0,70 artinya nilai konstruk tersebut reliabel. Jadi variabel Inovasi, Keberhasilan Usaha, Kreativitas dan Keunggulan Bersaing tersebut diterima.

Hasil Uji Koefisien *Path*

Uji koefisien *path* apabila p value nilainya lebih rendah dari nilai 0,05 maka hipotesis dianggap berpengaruh dan jika t statistik lebih besar dari nilai 1,96, maka hubungan kedua antarvariabel tersebut dianggap berpengaruh signifikan.

Tabel 2. Uji *Path* Coefficients

	<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sampel Mean (M)</i>	<i>Standar Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Inovasi -> Keberhasilan Usaha	0,217	0,217	0,096	2,257	0,024
Kreativitas -> Keberhasilan Usaha	0,337	0,335	0,112	3,000	0,003
Keunggulan Bersaing -> Keberhasilan Usaha	0,356	0,356	0,079	4,508	0,000
Inovasi -> Keunggulan Bersaing	0,282	0,281	0,001	2,811	0,005
Kreativitas -> Keunggulan Bersaing	0,446	0,447	0,109	4,092	0,000

Berdasarkan data dari tabel 2 hasil uji *Path Coefficients* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Koefisien parameter dari Inovasi terhadap keberhasilan usaha mempunyai nilai sebesar 0,217, dengan nilai P Values 0,024 < 0,050 mempunyai pengaruh yang positif, dan memiliki nilai T statistik sebesar 2,257 > 1,96 t-tabel. Artinya Inovasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
2. Koefisien parameter dari Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha mempunyai nilai sebesar 0,337, dengan nilai P Values 0,003 < 0,050, mempunyai pengaruh yang positif, dan memiliki nilai T statistik sebesar 3,000 > 1,96 t-tabel. Artinya Kreativitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
3. Koefisien parameter dari Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha mempunyai nilai sebesar 0,356, dengan nilai P Values 0,000 < 0,050, mempunyai pengaruh yang positif, dan memiliki nilai T statistik sebesar 4,508 > 1,96 t-tabel. Artinya Keunggulan Bersaing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.
4. Koefisien parameter Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing mempunyai nilai sebesar 0,282, dengan nilai P Values 0,005 < 0,050, mempunyai pengaruh yang positif, dan memiliki nilai T statistik sebesar 2,811 > 1,96 t-tabel. Artinya Inovasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.
5. Koefisien parameter Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing mempunyai nilai sebesar 0,446, dengan nilai P Values 0,000 < 0,050, mempunyai pengaruh yang positif, dan nilai

T statistik sebesar $4,092 > 1,96$ t-tabel. Artinya Kreativitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan Bersaing.

Pengaruh Inovasi (X1) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang didapat, diketahui variabel Inovasi (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha (Y) dengan *original sample* sebesar 0,217 yang menunjukkan arah hubungan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha adalah positif. Dengan nilai P Value $0,024 < 0,050$ nilai alpha (α), dan hasil T statistik menunjukkan nilai sebesar $2,257 > 1,96$ t-tabel. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis Pertama (H1) pada variabel Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, dapat diterima. Hal ini mengindikasikan jika Inovasi ditingkatkan pada usahamaka untuk mencapai suatu Keberhasilan Usaha juga meningkat, begitu juga jika Inovasi tidak ditingkatkan maka untuk mencapai Keberhasilan Usaha tidak meningkat. Hasil analisis menunjukkan dengan tingkat Inovasi yang dimiliki pemilik usaha membentuk Keberhasilan Usaha yang baik, karena dengan memiliki ide membuat atau menambahkan hal baru dalam usaha, serta memberikan solusi untuk memecahkan suatu masalah dalam meningkatkan keuntungan usaha. Dalam hal ini mengakibatkan pemilik usaha cenderung untuk meningkatkan inovasi yang lebih baik, baru, dan lebih menarik. Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh MD Alkachvi (2019), Nala Tri Kusuma (2018), dan Wiranawata (2019) yang menyatakan bahwa variabel Inovasi mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap suatu Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Kreativitas (X2) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang didapat, diketahui variabel Kreativitas (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha (Y) dengan *original sample* sebesar 0,337 yang menunjukkan arah hubungan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha adalah positif. Dengan nilai P Value $0,003 < 0,050$ nilai alpha (α), dan hasil T statistik menunjukkan nilai sebesar $3,000 > 1,96$ t-tabel. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis kedua (H2) pada variabel Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, dapat diterima. Hal ini mengindikasikan jika semakin tinggi tingkat Kreativitas maka Keberhasilan Usaha juga semakin meningkat, begitu juga sebaliknya. Hasil analisis menunjukkan tingkat Kreativitas yang dilakukan pemilik usaha di Kabupaten Buleleng tergolong sangat baik. Dalam hal ini seseorang yang menjalankan usahanya harus mempunyai kreativitasnya masing-masing yang dapat semakin mudah dalam meningkatkan pendapatan dan kearifan lokal yang lebih cenderung untuk mencapai suatu Keberhasilan Usaha. Hasil dari penelitian juga sama ditemukan oleh Soriyani & Harahap (2022) Dewi & Herlina (2020) dan Shuartik & Nagel (2022) yang menyatakan bahwa variabel Kreativitas mempunyai pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap suatu Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Keunggulan Bersaing (Z) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan hasil yang didapat dari uji hipotesis, diketahui variabel Keunggulan Bersaing (Z) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Keberhasilan

Usaha (Y) dengan *original sample* sebesar 0,356 yang menunjukkan arah hubungan Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Usaha adalah positif. Dengan nilai P Vaules $0,000 < (0,050)$ nilai alpha (α), dan hasil T statistik menunjukkan nilai sebesar $4,508 > 1,96$ t-tabel. Sehingga hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis ketiga (H3) pada variabel Keunggulan Bersaing mempunyai pengaruh terhadap variabel Keberhasilan Usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, dapat diterima. Hal ini mengindikasikan apabila Keunggulan Bersaing yang dimiliki badan usaha dinilai semakin baik, maka Keberhasilan Usaha juga ikut semakin baik, begitu juga sebaliknya. Sehingga penelitian ini menunjukkan tingkat Keunggulan Bersaing UMKM pada 9 Kecamatan Kabupaten Buleleng termasuk dalam kategori baik terhadap keberhasilan usaha, terlihat dari banyaknya persaingan antar pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan atau keuntungan dalam menjalankan usaha. Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh peneliti lain oleh Mulyana & Safina (2022) Agustiana (2020) dan Frans et al., (2021) menyatakan bahwa variabel Keunggulan Bersaing memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha.

Pengaruh Inovasi (X1) Terhadap Keunggulan Bersaing (Z)

Berdasarkan hasil yang didapat dari uji hipotesis, diketahui variabel Inovasi (X1) memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Z) dengan nilai *original sample* sebesar 0,282 menunjukkan arah hubungan antar variabel Inovasi memiliki pengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing adalah positif. Hasil yang diperoleh dari nilai P Vaules $0,005 < 0,050$ nilai alpha (α), dan nilai T statistik menunjukkan hasil sebesar $2,811 > 1,96$ t-tabel. Sehingga hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis keempat (H4) pada variabel Inovasi memiliki pengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing pada UMKM di Kabupaten Buleleng, dapat diterima. Hal ini mengindikasikan semakin baiknya Inovasi yang dimiliki oleh usaha, maka semakin baik pula keunggulan bersaing yang akan dilakukan oleh pemilik usaha. Sehingga hasil analisis menunjukkan dengan tingkat Inovasi yang dimiliki oleh pemilik usaha UMKM di Kabupaten Buleleng dengan pengembangan ide produk baru muncul pemilik usaha dapat menarik konsumen untuk pendapatan dalam jangka panjang, serta menumbuhkan persaingan antar pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan secara sportif antar usaha. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh Lestari (2019) Hasnatika & Nurnida (2019) dan Muhajirin (2019) menyatakan variabel Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing.

Pengaruh Kreativitas (X2) Terhadap Keunggulan Bersaing (Z)

Berdasarkan hasil yang didapat dari uji hipotesis, diketahui variabel Kreativitas (X2) memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing (Z) dengan nilai *original sample* sebesar 0,446 yang menunjukkan arah Kreativitas berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing adalah positif. Hasil yang diperoleh dari nilai P Vaules sebesar $0,000 < (0,050)$ nilai alpha (α), dan nilai T statistik menunjukkan hasil sebesar $4,092 > 1,96$ t-tabel. Sehingga dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hipotesis kelima (H5) pada

variabel Kreativitas memiliki pengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing pada UMKM di Kabupaten Buleleng, dapat diterima. Dalam hal ini mengindikasikan jika Kreativitas usaha meningkat maka Keunggulan Bersaing usaha juga akan meningkat. Hasil analisis menunjukkan kreativitas mendorong pemilik usaha untuk terus berkreativitas untuk mendapatkan solusi dalam menghadapi masalah dalam menjalankan usaha, serta menumbuhkan minat pembeli untuk memenuhi kebutuhan di suatu usaha. Hasil yang sama juga telah ditemukan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh peneliti Surya (2021) Dismawan (2014) dan Naufal Afrizal (2016) menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel Keunggulan Bersaing.

Pengaruh Inovasi (X1) melalui Keunggulan Bersaing (Z) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan hasil yang didapat dari uji hipotesis *Indirect effect*, dapat diketahui variabel Inovasi (X1) melalui variabel Keunggulan Bersaing (Z) memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha (Y) dengan nilai *Original sample* sebesar 0,100 menunjukkan arah hubungan antar variabel Inovasi berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing dan memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha adalah positif. Dengan nilai signifikan P Vaules sebesar $0,014 < 0,05$ nilai alpha (α), dan nilai T statistik $2,453 > 1,96$ t-tabel. Berdasarkan hasil uji yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan Hipotesis keenam (H6) pada variabel Inovasi berpengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing dan selanjutnya berpengaruh juga terhadap variabel Keberhasilan Usaha pada UMKM di 9 Kecamatan Kabupaten Buleleng dapat diterima. Artinya Inovasi yang sudah dilakukan oleh pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha dibantu dengan melalui Keunggulan Bersaing. Penelitian sama juga telah ditemukan peneliti lain yang dilakukan oleh peneliti Dalimunthe (2017) Nurachman (2021) menyatakan dalam penelitian Inovasi memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap Keberhasilan Usaha melalui Keunggulan Bersaing.

Pengaruh Kreativitas (X2) melalui Keunggulan Bersaing (Z) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan hasil yang didapat dari uji hipotesis *Indirect effect*, dapat diketahui bahwa variabel Kreativitas (X2) melalui variabel Keunggulan Bersaing (Z) memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel Keberhasilan Usaha (Y) dengan nilai *original sample* sebesar 0,158 dapat menunjukkan arah hubungan antara Kreativitas berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing dan juga berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha adalah positif. Dengan hasil nilai signifikan nilai P Vaules sebesar $0,005 < 0,05$ nilai alpha (α), dan nilai T statistik $2,818 > 1,96$ t-tabel. Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa Hipotesis ketujuh (H7) variabel Kreativitas berpengaruh terhadap variabel Keunggulan Bersaing selanjutnya berpengaruh juga terhadap variabel Keberhasilan Usaha pada UMKM di 9 Kecamatan Kabupaten Buleleng dapat diterima. Artinya dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kreativitas yang dimiliki oleh pelaku UMKM di 9 Kecamatan Kabupaten Buleleng memiliki pengaruh terhadap Keberhasilan Usaha dapat dibantu dengan melalui Keunggulan Bersaing antar pelaku usaha. Penelitian yang sama juga ditemukan pada penelitian lain yang

dilakukan oleh peneliti Nurul Arifah (2015) Andika (2021) menyatakan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha melalui Keunggulan Bersaing.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Buleleng, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM di Kabupaten Buleleng, inovasi melalui keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng, kreativitas melalui keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di Kabupaten Buleleng.

DAFTAR RUJUKAN

- Afriyani, Y., & Muhajirin, M. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 79–90. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1175>
- Agustiana, H. (2020). Implementasi Digital Marketing Dan Keunggulan Bersaing Untuk Mendukung Keberhasilan Umkm Di Kota Bandung. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 6(2), 89–99.
- Budiman, N. A., Indaryani, M., & Mulyani, S. (2020). Dampak Covid-19 dan Pemanfaatan Insentif Pajak terhadap Keberlangsungan Usaha pada UMKM Tenun Troso Jepara. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(3), 276–285. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i3.3035>
- Fajri, A. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Pembangunan. *Iqtishodiyah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 104–112. <http://diqudiamond.blogspot.co.id/2014/06/peran-kewirausahaan-dalam-pembangunan.html>
- Frans, Dahmiri, Indrawijaya, & Sigit. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Makan Dendeng Batokok Di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(03), 172–182. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i03.12199>
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Idawati Agung Ayu. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business*

Journal (WMBJ), 2(1), 1–9. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>

- Kurniasari, R. ., & Utama, A. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS PADA KERAJINAN ENCENG GONDOK “AKAR”). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 467–477. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/jmbi/article/view/13256>
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- Surya, L. mega. (2021). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM di Kota Yogyakarta). *Frontiers in Neuroscience*, 14(1), 1–13.
- Widiatmo, G. (2019). Peran Orientasi Kewirausahaan Dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Mekarsari Kandri Semarang. *Journal of Business and Applied Management*, 12(2), 117–130. <http://repository.unika.ac.id/19553/>
- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 16–40.
- Yuliantoko. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Empiris UMKM di Kecamatan Kaliangkrik dan Bandongan)*. 1–57.
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–50.