

## Pengaruh Inovasi, Pengetahuan dan Kreativitas Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM Kota Padang

Youngky Antonio<sup>1</sup>; Felicia Citra Wibawa<sup>2</sup>; Suharno Pawirosumarto<sup>3</sup>

### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, namun masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Inovasi, pengetahuan, dan kreativitas menjadi faktor yang diyakini dapat berkontribusi terhadap ketahanan dan pertumbuhan UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi, pengetahuan, dan kreativitas terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 35 pelaku UMKM di Kota Padang, dengan metode sampel jenuh. Analisis data dilakukan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Inovasi dalam pengembangan produk, strategi pemasaran, dan proses produksi membantu UMKM dalam bersaing dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Kreativitas juga berperan penting dalam menciptakan nilai tambah dan menarik minat konsumen. Pada variable pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha, yang menunjukkan bahwa pemahaman bisnis tanpa penerapan yang efektif tidak cukup untuk memastikan kelangsungan usaha.*

**Kata Kunci:** Inovasi, pengetahuan, kreativitas, keberlangsungan usaha, UMKM

**Kode JEL:**

### 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, termasuk dalam industri makanan seperti produksi tahu. Sebagai produk pangan yang kaya akan protein nabati dan memiliki harga yang relatif terjangkau, tahu menjadi salah satu makanan pokok yang dikonsumsi oleh masyarakat luas. Permintaan yang stabil dan pangsa pasar yang besar menjadikan industri tahu sebagai salah satu sektor yang potensial bagi para pelaku UMKM. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, persaingan dalam industri ini semakin meningkat akibat bertambahnya jumlah produsen, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta tantangan dalam aspek produksi dan pemasaran.

Menurut (Widiastuti, 2019) Jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya dan berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja, dengan kenaikan dari

<sup>1</sup> Youngky Antonio; [youngkyantonio@gmail.com](mailto:youngkyantonio@gmail.com)

<sup>2</sup> Felicia Citra Wibawa; [angeledfelise@gmail.com](mailto:angeledfelise@gmail.com)

<sup>3</sup> Suharno Pawirosumarto

96,99% menjadi 97,22% dalam periode yang sama. Pertumbuhan yang signifikan ini menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan diperluas. Sejak tahun 2019 hingga 2025, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan inovasi, pengetahuan, dan kreativitas, yang berpengaruh besar terhadap keberlangsungan bisnis mereka. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia yang belum memiliki keahlian dan pemahaman yang cukup dalam aspek manajemen bisnis dan keuangan. Kondisi ini menyebabkan pengelolaan usaha menjadi kurang optimal dan semakin sulit untuk bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar. UMKM sering kali menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usahanya.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya tingkat inovasi dalam proses produksi dan pemasaran. Banyak pelaku usaha masih menggunakan metode produksi konvensional yang kurang efisien, yang mengakibatkan tingginya biaya produksi dan rendahnya kualitas produk. Padahal, inovasi dalam teknologi produksi dapat meningkatkan efisiensi, mengurangi limbah produksi, serta menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan tahan lama. Selain itu, keterbatasan dalam strategi pemasaran menjadi salah satu faktor yang menyebabkan produk tahu sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kebanyakan UMKM masih bergantung pada sistem penjualan tradisional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan langsung di pasar lokal, tanpa memanfaatkan platform digital yang dapat memperluas jangkauan pelanggan. Dalam menghadapi dinamika industri yang terus berkembang, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan pasar serta menerapkan strategi bisnis yang inovatif.

Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan varian produk baru, tetapi juga mencakup penerapan teknologi modern dalam produksi, peningkatan kualitas bahan baku, serta strategi pemasaran yang lebih efektif. Selain itu, pengetahuan yang memadai mengenai manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital menjadi aspek yang sangat penting agar pelaku UMKM dapat bersaing dengan pelaku industri lainnya. Kreativitas dalam menciptakan nilai tambah, baik dalam pengemasan, branding, maupun strategi promosi, juga berperan dalam meningkatkan daya tarik produk di pasaran.

Minimnya inovasi dalam produk maupun proses bisnis juga menjadi tantangan besar bagi UMKM. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan metode produksi konvensional dan belum memanfaatkan teknologi modern secara optimal, yang berdampak pada rendahnya efisiensi serta produktivitas usaha. Selain itu, keterbatasan dalam pengetahuan dan kreativitas mengakibatkan UMKM kesulitan menyesuaikan diri dengan dinamika pasar dan tren konsumen yang terus berkembang.

Di era digitalisasi, kreativitas dan inovasi menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan UMKM. Namun, masih banyak pelaku usaha yang menghadapi hambatan dalam menciptakan ide-ide baru dan inovatif karena keterbatasan wawasan serta kurangnya akses terhadap sumber daya yang mendukung. Akibatnya, mereka kesulitan dalam menghasilkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah dan daya saing yang tinggi di pasar.

Menurut (Dahmiri, Bhayangkari, & Khalik, 2021) Inovasi merupakan sebuah gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit pengguna lainnya.

Inovasi dapat diterapkan melalui berbagai cara, seperti menciptakan desain baru, meningkatkan nilai guna produk dan jasa, melakukan inovasi dalam kemasan, menyesuaikan strategi harga, serta mengembangkan manajemen pemasaran yang lebih efektif.

Menurut (Sulistiyono, Putranto, & Hartiyah, 2022) Inovasi mencakup produk, jasa, ide, serta gagasan baru yang dihasilkan oleh seseorang. Inovasi juga merujuk pada produk dan layanan yang dipersepsikan oleh konsumen sebagai sesuatu yang baru. Selain itu, inovasi dapat didefinisikan sebagai terobosan yang berhubungan dengan pengembangan produk-produk baru. Inovasi dalam produk perusahaan memiliki peran penting dalam keberhasilan bisnis, karena dapat mendukung kinerja usaha yang lebih sehat dan berkelanjutan. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh (Wijaya & Handoyo, 2023) inovasi tidak berpenagruh terhadap keberlangsungan usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Badar, Herniah, & Hajrah, 2023) inovasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

Kedua, rendahnya tingkat pengetahuan dalam manajemen bisnis juga menjadi faktor penghambat, karena banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman yang memadai tentang pengelolaan keuangan, sehingga sulit untuk mengatur modal dan arus kas secara efektif. Kurangnya akses terhadap informasi dan pelatihan mengenai strategi pemasaran, terutama pemasaran digital, menyebabkan produk tahu sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sementara pemahaman yang terbatas tentang peraturan dan standar kesehatan pangan sering kali menjadi kendala dalam memenuhi regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah.

faktor pengetahuan bisnis juga menjadi aspek penting dalam keberlanjutan usaha UMKM. Banyak pelaku usaha masih belum memiliki pemahaman yang cukup mengenai manajemen keuangan, strategi pemasaran, serta perencanaan bisnis yang efektif. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan edukasi bisnis sering kali menyebabkan kesulitan dalam mengelola modal, menentukan harga jual yang kompetitif, serta memahami tren pasar yang terus berubah. Akibatnya, banyak UMKM mengalami kesulitan dalam bersaing dengan industri yang lebih besar dan memiliki strategi bisnis yang lebih matang. Di sisi lain, kreativitas juga memiliki peran penting dalam menjaga daya tarik produk tahu di pasar. Preferensi konsumen yang terus berubah menuntut pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menciptakan produk yang unik dan memiliki nilai tambah.

Menurut (Nurlatifah, Juhadi, Rusmana, Mutiah, & Aditya, 2023) Pengetahuan menjadi salah satu aspek penting dalam menjalankan bisnis. Pengelolaan modal, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, membutuhkan pemahaman yang cukup. Seorang wirausahawan perlu memiliki wawasan yang memadai agar dapat memulai dan mengelola usahanya dengan baik. Dalam dunia bisnis, wirausahawan dituntut untuk berpikir secara strategis, mulai dari tahap perencanaan, manajemen, hingga pengelolaan keuangan. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam memahami konsep kewirausahaan. Sebagian besar dari mereka belum mampu menyusun laporan keuangan secara tepat dan masih mencatat pemasukan serta pengeluaran secara manual. Hal ini dapat menghambat efektivitas serta perkembangan usaha mereka.

Menurut (Alhamidi & Deswita, 2023) Seorang wirausahawan harus memiliki pengetahuan yang dapat berkembang menjadi wawasan bisnis yang lebih luas guna

menciptakan usaha yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Pengetahuan bisnis ini mencerminkan pemahaman tentang cara orang menjalankan suatu kegiatan dengan metode tertentu, sehingga dapat mendukung pertumbuhan dan popularitas perusahaan di kalangan masyarakat.

Menurut (Wawo, Ramadhan, & Hasmawati, 2023) pengetahuan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (SATRIANNY & NICOLAS, 2020) menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

Selain itu, rendahnya tingkat literasi keuangan serta keterampilan dalam mengelola bisnis menjadi hambatan serius bagi UMKM dalam mengakses fasilitas keuangan formal. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami secara mendalam cara mengelola keuangan dengan baik, sehingga kesulitan dalam memenuhi persyaratan perbankan dan lembaga keuangan lainnya untuk memperoleh pendanaan yang diperlukan bagi pengembangan usaha mereka.

Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dalam menyediakan program pelatihan serta pendampingan bagi pelaku UMKM. Peningkatan akses terhadap informasi, teknologi, serta sumber daya lainnya akan membantu UMKM dalam mengembangkan inovasi, memperluas wawasan bisnis, dan meningkatkan kreativitas mereka. Dengan demikian, keberlanjutan usaha UMKM dapat lebih terjaga dan memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan ekonomi nasional.

Ketiga, kurangnya kreativitas dalam pengembangan produk juga menjadi permasalahan yang signifikan. Produk tahu yang dihasilkan oleh UMKM cenderung monoton dan kurang memiliki nilai tambah, sehingga sulit bersaing dengan produk dari industri yang lebih besar. Kurangnya inovasi dalam desain kemasan dan branding membuat produk UMKM sulit untuk menarik perhatian konsumen, terutama di pasar modern. Minimnya eksplorasi terhadap bahan tambahan atau variasi produk juga mengurangi daya tarik dan nilai jual di pasaran. Keempat, bagaimana dampak inovasi, pengetahuan, dan kreativitas terhadap keberlangsungan usaha UMKM masih menjadi pertanyaan yang perlu dijawab.

Menurut (Nagel & Suhartatik, 2021) Kreativitas merupakan strategi yang diterapkan oleh wirausahawan untuk menciptakan produk, jasa, atau sistem yang inovatif. Semakin tinggi tingkat kreativitas, semakin besar pula kemungkinan untuk menghasilkan produk dengan nilai tambah yang tinggi. Produk yang berkualitas dan didukung oleh strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Peningkatan laba tersebut mencerminkan keberhasilan dalam menjalankan usaha.

Kreativitas dalam pengembangan produk merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh wirausahawan guna meningkatkan kinerja pemasaran. Kemampuan kreatif dapat menjadi faktor pendorong utama dalam mencapai kesuksesan bisnis di tengah persaingan. Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan produk baru. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengoptimalkan kreativitas dalam proses inovasi produk agar dapat meningkatkan efektivitas pemasaran. Jika kreativitas dikelola dengan baik, maka perusahaan akan lebih mudah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Harini, Silaningsih, & Putri, 2022). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Masruroh, 2020) bahwa kreativitas berpenagruh terhadap keberlangsungan usaha.

Dengan mengidentifikasi permasalahan-permasalahan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai pentingnya inovasi, pengetahuan, dan kreativitas dalam mempertahankan keberlanjutan usaha UMKM. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM agar dapat mengembangkan usaha mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan bisnis mereka. Kurangnya pemanfaatan teknologi modern, minimnya akses terhadap informasi dan pelatihan bisnis, serta rendahnya tingkat kreativitas dalam inovasi produk menjadi beberapa faktor yang dapat menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana inovasi, pengetahuan, dan kreativitas dapat memengaruhi keberlangsungan usaha UMKM, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam penerapan ketiga faktor tersebut.

## **2. Metodologi**

### **2.1. Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner pada sampel penelitian. Objek penelitian ini adalah UMKM tahu di kota padang. Dengan sampel penelitian para Pelaku UMKM di Kota Padang. Menurut (Subhaktiyasa, 2024) Populasi diartikan sebagai suatu area generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian guna memperoleh kesimpulan. Menurut (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023) Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data utama dalam penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sekelompok elemen yang dipilih dari populasi untuk merepresentasikan keseluruhan populasi.

Populasi sebanyak 35 orang dan semua dijadikan sampel karena termasuk sampel jenuh yang populasi kurang dari 100.

Pengumpulan data menyajikan bagaimana data penelitian dikumpulkan. Lokasi dan waktu penelitian harus diungkap secara jelas beserta populasi, sampel dan metode samplingnya (Mulyanto & Wulandari, 2010).

### **2.2. Metode Analisis**

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah pmetode kuantitatif, dimana metode kuantitatif merupakan pendekatan hubungan kausal yang metode penelitian bertujuan untuk menyelidiki keterkaitan antara dua atau lebih variabel. Menurut (A.Siroj, Afgani, Fatimah, Septaria, & Salsabila, 2024) Penelitian kuantitatif mencakup proses pengumpulan dan analisis data dalam bentuk angka dengan menggunakan variabel kontrol, sehingga memungkinkan peneliti untuk meneliti fenomena serta keterkaitan antar variabel secara sistematis. Pada penelitian ini alat yang digunakan untuk mengolah data adalah perangkat lunak SmartPLS.

PLS merupakan metode yang kuat karena tidak memerlukan banyak asumsi dasar. Selain itu, PLS mengadopsi teknik bootstrap atau penggandaan acak dalam analisisnya. Metode ini tidak mensyaratkan jumlah sampel minimum tertentu, sehingga dapat diterapkan dalam penelitian dengan sampel yang terbatas (Tatumang & Ahmatang, 2023). Pengolahan smartpls terbagi menjadi dua yaitu inner model dan outer model. Menurut (Saputra, 2018) outer model adalah bertujuan untuk memastikan bahwa model

pengukuran yang digunakan valid dan reliabel. Evaluasi model pengukuran dilakukan melalui aspek, yaitu Convergent Validity, yang ditentukan berdasarkan nilai loading factor yang sebaiknya lebih dari 0,7; Discriminant Validity, yang diukur melalui nilai cross loading yang diharapkan lebih dari 0,7; serta Internal Consistency, yang dinilai dari Composite Reliability, yang harus lebih dari 0,7. Selain itu, reliabilitas juga dapat dilihat melalui koefisien Cronbach's Alpha.

Menurut (Mardiana & Faqih, 2019) inner model dilakukan untuk memprediksi hubungan antara variabel laten berdasarkan teori substantif. Proses ini menggunakan R-square untuk mengukur konstruk endogen serta t-statistik dalam menguji koefisien jalur. Beberapa indikator yang diperhatikan dalam evaluasi ini meliputi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Koefisien Jalur (Path Coefficient), T-Statistic, Predictive Relevance ( $Q^2$ ), dan F-square.

### 3. Hasil

Pada penelitian ini terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam hasil output pengolahan data kuesioner yang telah didapatkan yaitu sebagai berikut :

#### 3.1. Evaluasi Outer Model

##### 1. Uji Convergent Validity

Uji ini melihat hasil output dari tabel nilai Outer loading. Dimana dari data tabel dibawah ini dapat dilihat bahwa nilai factor loadingnya sudah memenuhi syarat dan penelitian ini dapat dinyatakan valid terhadap masing-masing indikatornya karena nilai nya sudah lebih dari 0,7.

**Tabel 1**  
**Nilai outer loading**

	IN	PN	KV	KU
IN1	0.852			
IN2	0.861			
IN3	0.898			
IN4	0.736			
PN1		0.583		
PN2		0.838		
PN3		0.936		
PN4		0.878		
KV1			0.702	
KV2			0.929	
KV3			0.880	
KV4			0.763	
KU1				0.796
KU2				0.878
KU3				0.848
KU4				0.619

Sumber:SmartPLS,2025

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari data tabel dibawah ini dapat dilihat bahwa nilai validitas penelitian ini sudah berdistribusi valid karena sudah memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu lebih dari. Dari data hasil output tabel dibawah ini sudah menunjukkan bahwa data hasil output penelitian sudah berdistribusi reliabel karena sudah memenuhi syarat dalam penentuan hasil output yang ditetapkan. Dengan nilai *Alpha Cronbach* seluruh variabel laten  $> 0,7$ , nilai *Composite Reliability*  $> 0,7$  dan AVE  $> 0,5$ .

**Tabel 2**

### Nilai Validitas dan Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted
IN	0.859	0.904	0.704
PN	0.861	0.889	0.672
KV	0.839	0.893	0.678
KU	0.793	0.868	0.627

Sumber:SmartPLS,2025

### 3.2. Inner Model

Dari tabel dibawah ini dapat dilihat bahwa nilai R-Square bernilai 0,419 yang dapat dipersentasekan menjadi 41,9% dengan itu dilihat bahwa variabel pada penelitian ini mempengaruhi sebesar 41,9% dengan 58,1% dipengaruhi oleh variabel dari luar.

**Tabel 3**

### Nilai R-Square

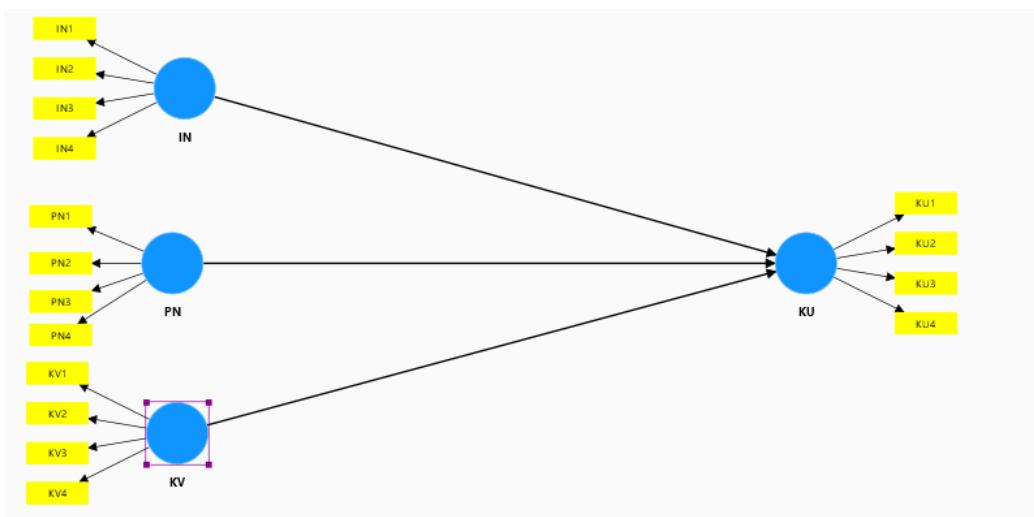
	R-Square
KU	0.419

Sumber:SmartPLS,2025

### 3.3 Pengujian Hipotesis

Untuk melihat apakah masing-masing variabel mempengaruhi atau tidak dapat dilihat melalui syarat bahwa t-statistik  $> 1,96$  dengan tingkat signifikansi p-value 0,05 (5%) dan koefisien beta bernilai positif. Berdasarkan pengujian didalam SEM-PLS.

**Gambar 1**



**Tabel 4**  
**Uji Hipotesis**

	Original Sample	Standar Deviation(STDEV)	T-Statistic	P-Values	Keterangan
IN->KU	0.415	0.182	2.279	0.023	Diterima
PN->KU	0,402	0.220	1.827	0.068	Ditolak
KV->KU	0.472	0.145	8.250	0.001	Diterima

Sumber:SmartPLS,2025

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai output hipotesa pada penelitian ini untuk hipotesa pertama nilai tsatistik sudah lebih dari 1,96 dan p-value kurang dari 0,05. Atau dapat dikatakan bahwa nilai hipotesa pada variabel inovasi terhadap keberlangsungan usaha untuk tstatistik  $2.279 > 1,96$  dan nilai p-value  $0.023 < 0.005$ . maka hipotesa diterima. Hipotesa yang kedua dengan varabel pengetahuan terhadap keberlangsungan usaha t- statistik  $1.827 < 1,96$  dan nilai p-vallue  $0.068 > 0.005$  dari hasil nilai output ini dapat dikatakan bahwa hipotesa kedua ditolak karena tidak sesuai dengan syarat yang telah ditentukan. Hipotesa ketiga yaitu kreativitas terhadap keberlangsungan usaha, dengan nilai t-statistik  $8.250 > 1,96$  dan nilai p-valuenya  $0.001 < 0.005$  maka hipotesa ketiga diterima karena sudah memenuhi syarat yang telah ditentukan.

## 4. Pembahasan

### 4.1.Pengaruh Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh t-statistik sebesar 2,279, yaitu sudah memenuhi syarat yang ditentukan sebesar 1,96. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,023, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian,

hipotesis yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dapat diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa inovasi memiliki peran penting dalam mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan usaha. Inovasi memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menghadirkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perusahaan yang menerapkan inovasi cenderung lebih unggul dalam persaingan dan memiliki daya saing yang lebih kuat, sehingga mampu bertahan dalam jangka panjang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Fitriaty, 2023) inovasi berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Dengan menerapkan inovasi secara berkelanjutan, baik dalam hal produk, proses produksi, strategi pemasaran, maupun model bisnis, perusahaan dapat menghadapi tantangan pasar dengan lebih baik serta memastikan keberlanjutan usaha mereka.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan dalam suatu usaha, maka semakin besar peluang usaha tersebut untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

#### **4.2.Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keberlangsungan usaha**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh t-statistik sebesar 1,827, Dimana kurang dari syarat yang ditentukan yaitu 1,96. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,068, Dimana lebih besar dari syarat yang ditentukan yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dikatakan bahwa hipotesis ditolak.

Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan, dalam konteks penelitian ini, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Artinya, tingkat pengetahuan seorang wirausahawan atau pelaku usaha tidak secara langsung menentukan apakah bisnis tersebut dapat bertahan atau berkembang. Ada kemungkinan bahwa faktor lain, seperti pengalaman, keterampilan praktis, inovasi, atau dukungan eksternal, memiliki peran yang lebih dominan dalam menjaga keberlangsungan usaha. Selain itu, hasil ini juga dapat mengindikasikan bahwa meskipun seseorang memiliki pengetahuan yang cukup tentang bisnis, tanpa adanya penerapan yang efektif dalam operasional sehari-hari, dampaknya terhadap keberlanjutan usaha menjadi kurang signifikan. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada tingkat pengetahuan semata, tetapi juga pada faktor-faktor lain seperti strategi bisnis, manajemen keuangan, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Menurut (Wawo, Ramadhan, & Hasmawati, 2023) pengetahuan berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan bahwa meskipun pengetahuan merupakan aspek penting dalam dunia usaha, namun dalam kondisi

tertentu, pengetahuan saja tidak cukup untuk menjamin keberlangsungan bisnis. Diperlukan kombinasi berbagai faktor lain yang lebih berpengaruh, seperti pengalaman praktis, inovasi, dan strategi bisnis yang tepat, agar suatu usaha dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

#### **4.3.Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberlangsungan Usaha**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh t-statistik sebesar 8,250, yaitu sudah memenuhi syarat yang ditentukan sebesar 1,96. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,001, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha dapat diterima.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kreativitas merupakan faktor kunci dalam mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Trisnadewi & Dewi, 2023) kreativitas memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha. Pelaku usaha yang memiliki tingkat kreativitas tinggi lebih mampu menciptakan inovasi dalam berbagai aspek bisnis, seperti pengembangan produk, strategi pemasaran, serta proses operasional yang lebih efisien. Dengan adanya kreativitas, usaha dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, merespons kebutuhan pelanggan secara lebih baik, dan menciptakan nilai tambah yang membedakan dari pesaing. Kreativitas juga berperan dalam meningkatkan daya saing bisnis. Dalam lingkungan usaha yang kompetitif, UMKM harus mampu menghadirkan ide-ide kreatif akan lebih mudah menarik perhatian pelanggan dan membangun loyalitas konsumen. Kreativitas dalam strategi pemasaran, misalnya, dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperkuat citra di pasar. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha untuk menghadapi tantangan dengan cara yang inovatif. Dalam situasi yang penuh ketidakpastian, kemampuan berpikir kreatif dapat membantu menemukan solusi yang lebih efektif dan efisien, sehingga bisnis tetap berjalan meskipun menghadapi berbagai hambatan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mempertegas bahwa kreativitas memiliki dampak positif terhadap keberlangsungan usaha. Pelaku usaha yang terus mengembangkan kreativitas dalam berbagai aspek bisnis memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penting bagi setiap wirausahawan untuk terus mengasah kreativitas agar bisnis yang dijalankan dapat lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

### **5. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM di Kota Padang, sedangkan pengetahuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil analisis membuktikan bahwa inovasi dalam produk, proses produksi, dan strategi pemasaran memungkinkan UMKM untuk lebih beradaptasi dengan dinamika pasar dan

meningkatkan daya saingnya. UMKM yang menerapkan inovasi secara berkelanjutan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Selain itu, kreativitas juga terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan keberlangsungan usaha. Kreativitas dalam menciptakan produk yang unik, strategi pemasaran yang menarik, serta inovasi dalam branding dan promosi membantu UMKM menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar.

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pengetahuan bisnis penting, tanpa penerapan yang efektif dalam operasional usaha, dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis menjadi kurang terasa.

Oleh karena itu, pelaku UMKM diharapkan terus mengembangkan inovasi dan kreativitas dalam menjalankan usaha mereka. Dukungan dalam bentuk pelatihan keterampilan dan strategi bisnis yang lebih inovatif juga diperlukan agar UMKM dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

## Daftar Pustaka

- A.Siroj, R., Afgani, W., Fatimah, Septaria, D., & Salsabila, G. Z. (2024). Metode Penelitian Kuantitatif Pendekatan Ilmiah Untuk Analisis Data . *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 11279-11289.
- Alhamidi, L. A., & Deswita. (2023). Dampak Pengetahuan Dan Inovasi Bisnis Terhadap Keberlangsungan Usaha Percetakan Di Kecamatan Sukaraja. *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 17813-17819.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 15-31.
- Badar, M., Herniah, & Hajrah. (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Martabakdi Kota Makassar. *Osfripents*, 1-15.
- Dahmiri, Bhayangkari, S. K., & Khalik, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 434-438.
- Fitriaty. (2023). Pengaruh Model Inovasi Bisnis Terhadap Keberlanjutan Bisnis Pada Umkm Di Kawasan Pariwisata Kota Jambi. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 99-109.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm . *Jurnal Inspripsi Bisnis & Manajemen*, 67-82.
- Mardiana, N., & Faqih, A. (2019). Model Sem-Pls Terbaik Untuk Evaluasi Pembelajaran Matematika Diskrit Dengan Lms. *Ilmu Matematika Dan Terapan*, 13.
- Masruroh, A. I. (2020). Pengaruh Modal Sosial, Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberlangsungan Usaha (Studi Empiris Pada Pengusaha Wanita Berbasis Umkm Di Kabupaten Magelang ). *Unimma*, 1-12.
- Nagel, P. J., & Suhartatik, A. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Makanan Minuman Di Surabaya. *Seminar Nasional & Call For Paper*, 1024-1043.
- Nurlatifah, Juhadi, Rusmana, F. D., Mutiah, R., & Aditya, S. (2023). Dampak Pengetahuan Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah Dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen* , 395-404.
- Saputra, A. R. (2018). Pengaruh Kompensasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan Dimediasi Motivasi Kerja: Studi Kasus Di Hotel Merah Group Magetan, Jawa Timur, Indonesia. *Universitas Islam Indonesia*, 1-9.
- Satrianny, I. P., & Nicolas. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Karakteristik Individu Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 174-182.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi Dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 2721-2731.
- Sulistyo, A., Putranto, A., & Hartiyah, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumberdaya Manusia, Inovasi Produk, Dan Akses Pemasaran Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 97-113.
- Tatumang, E. M., & Ahmatang. (2023). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Blended Learning Menggunakan Model Eess. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 66-77.
- Trisnadewi, N. K., & Dewi, N. A. (2023). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Literasi Keuangan, Modal Usaha, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap

- Keberlanjutan Umkm Di Kecamatan Negara. *Jimat (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 158-169.
- Wawo, A. B., Ramadhan, A. M., & Hasmawati. (2023). Pengaruh pengetahuan akuntansi dan tingkat pendidikan formal terhadap keberlangsungan usaha pada sektor usaha mikro dan kecil. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 166-176.
- Widiastuti, E. (2019). Peningkatan Pengetahuan, Ketrampilan Dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Sebagai Strategi Keberlangsungan Usaha Pada Umkm Batik Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (Jeba)*, 1-8.
- Wijaya, W. R., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* , 797 - 804.