

**PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN  
UMKM KULINER KOTA BANDUNG**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen**

**Oleh :**

**Erika Theodora**

**2017120005**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2022**

**THE INFLUENCE OF CREATIVITY ON THE SUCCESS OF  
CULINARY SME'S IN BANDUNG**



**UNDERGRADUATE THESIS**

**Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in  
Management**

**By :**

**Erika Theodora**

**2017120005**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2022**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI  
PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN UMKM  
KULINER KOTA BANDUNG**

Oleh:  
Erika Theodora  
2017120005

Bandung, Juli 2022

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, SE.,MM.,CMA.

Pembimbing,

Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Erika Theodora  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 10 Juli 1999  
NPM : 2017120005  
Program Studi : Sarjana Ekonomi Pembangunan  
Jenis naskah : Skripsi

## JUDUL

Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan UMKM Kuliner Kota Bandung  
Pembimbing : Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.

## MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat merupakan peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak manapun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan, dicabut gelarnya.  
Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagai mana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,  
Dinyatakan tanggal : 14 Juli 2022  
Pembuat pernyataan :



Erika Theodora

## **ABSTRAK**

Pada tahun 2021 semakin banyak UMKM kuliner di Kota Bandung. Di masa pandemi banyak orang kehilangan pekerjaan yang mencoba untuk membuka usaha baru. Tentunya dengan semakin meningkat jumlah usaha-usaha baru, maka persaingan akan semakin ketat. Hal ini menjadikan para pelaku usaha kuliner harus semakin kreatif agar dapat menghadapi tantangan pasar dan persaingan sehingga dapat mewujudkan keberhasilan usahanya.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner yang disebarakan kepada 102 responden yang merupakan sampel pelaku UMKM kuliner di Kota Bandung. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kreativitas memiliki pengaruh positif signifikan sebesar terhadap variabel keberhasilan UMKM kuliner di Kota Bandung yang dijelaskan berdasarkan koefisien determinasi bahwa kreativitas memiliki pengaruh terhadap keberhasilan sebesar 45,4%, sedangkan sisanya sebesar 54,6% diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Kewirausahaan, Kreativitas, Keberhasilan Usaha

## **ABSTRACT**

*In 2021 there will be more culinary SMEs in the city of Bandung. During the pandemic many people lost their jobs trying to open new businesses. Of course, with the increasing number of new businesses, the competition will be tougher. This makes culinary business actors have to be more creative in order to face market challenges and competition so that they can realize the success of their business.*

*This study analyzes the effect of creativity on the success of culinary SMEs in the city of Bandung. The method used in this study is a quantitative method. The data collection used was by distributing questionnaires which were distributed to 102 respondents who were a sample of culinary SMEs in the city of Bandung. The analytical technique used in this research is simple linear regression analysis. Based on the results of data analysis, it shows that the creativity variable has a significant positive effect on the success variable of culinary SMEs in the city of Bandung which is explained by the coefficient of determination that creativity has an influence on success of 45.4%, while the remaining 54.6% is explained by other factors that was not researched.*

*Keywords: Entrepreneurship, Creativity, Business Success*

## KATA PENGANTAR

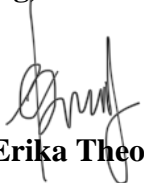
Puji Syukur terhadap Tuhan Yang Maha Esa untuk semua berkat, kasih, dan rahmat-Nya selama selama proses hingga selesainya penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan UMKM Kuliner Kota Bandung”**. Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyelesaian skripsi ini yaitu untuk dapat memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata I Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya berbagai pihak yang telah membantu penulis untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam mendukung, membimbing dan membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Maka dari itu, dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Hendri Suhendar dan Rissa Tridwiastuti selaku orangtua penulis serta adik penulis, Edward Theodorus yang telah mendukung, motivasi, memberikan perhatian, serta doa yang tidak ada hentinya kepada penulis.
2. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung dan dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan waktu untuk membimbing, sabar dalam menghadapi penulis, memberikan banyak ilmu, masukan dan saran yang baik maupun yang bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Studi dan dosen pada Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu selama proses perkuliahan hingga selesai.
4. Ibu Irsyanti Hasyim, S.E., M.S.M., M.Eng. selaku Dosen Wali yang telah banyak membantu dan membimbing penulis mulai dari awal masuk perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
5. Semua dosen yang pernah mengajar maupun tidak mengajar penulis di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan karena telah memberikan ilmu dan pengalaman yang dapat bermanfaat bagi penulis.
6. Semua staf dan karyawan di dalam ruang lingkup Universitas Katolik Parahyangan di Cimbleuit yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama proses perkuliahan.
7. Responden yang telah memberikan bantuan untuk mengisi kuesioner penelitian.

8. Rizky Prasetya Handani, S.E, M.M. yang telah menemani selama 7 tahun ini dan membantu memberi saran, ide, atau masukan terhadap kehidupan maupun skripsi.
9. Jessica Patricia Susanto, Stevanie Wijaya, Cindy Kartika, dan Laurensia Jessica Bunga yang sudah selalu ada dalam masa-masa senang maupun tidaknya penulis banyak menghibur dan memberi dukungan yang tidak berhenti dari awal perkuliahan, selama perkuliahan dan selama proses pembuatan skripsi sampai sekarang.
10. Teman-teman terdekat penulis dari TK sampai SMA yang suka berbagi keluh kesah kehidupan, menghibur, mengganggu, serta memberikan dukungan kepada penulis.
11. Teman-teman yang membantu dan memberika kontribusi dalam penulisan skripsi ini.
12. Teman-teman Manajemen angkatan 2017 yang saya kenal dan temui di Universitas Khatolik Parahyangan.
13. Seluruh teman, keluarga, dan semua pihak-pihak yang sudah memberi dukungan, bantuan dalam doa maupun dalam dukungan selama ini.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan dan juga kemampuan. Mohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan dalam penelitian ini. Penulis juga berharap pembaca dapat memeberikan masukan dan saran yang membangun untuk penulisan skripsi ini. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya.

**Bandung, 12 Juli 2022**



**Erika Theodora**



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Kerangka Pemikiran.....	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1. Kewirausahaan .....	10
2.1.1. Motif Kewirausahaan.....	10
2.1.2. Keterampilan Kewirausahaan .....	11
2.1.3. Dimensi Keterampilan Wirausaha .....	13
2.1.4. Orientasi Kewirausahaan .....	14
2.2. Usaha Mikro Kecil Menengah .....	14
2.2.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut European Commission.....	15
2.2.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut World Bank.....	15
2.2.3 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	16
2.2.4 Sektor Bisnis UMKM .....	17
2.2.5 Jenis Usaha di Sektor Kuliner Menengah.....	18
2.2.6 Faktor yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	19
2.3. Kreativitas .....	21
2.3.1 Klasifikasi Kreativitas.....	21
2.3.2 Proses Peningkatan Kreativitas.....	22
2.3.3 Indikator Kreativitas .....	22
2.4. Keberhasilan Usaha.....	23
2.4.1 Indikator Keberhasilan Usaha.....	24
2.5. Penelitian Terdahulu .....	26
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	32

3.1.	Metode dan Jenis Penelitian .....	32
3.2.	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.	Teknik Sampling .....	33
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	34
3.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.5.1.	Uji Validitas .....	37
3.5.2.	Uji Reliabilitas .....	38
3.6.	Teknik Analisis Data .....	38
3.6.1.	Teknik Analisa Data Secara Kualitatif .....	39
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.3.	Uji Normalitas.....	40
3.6.4.	Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.6.5.	Uji Regresi Linier Sederhana.....	41
3.7.	Objek Penelitian .....	42
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
4.1.	Profil Responden Penelitian .....	43
4.1.1	Jenis Kelamin.....	43
4.1.2.	Usia .....	44
4.1.3.	Lokasi Usaha.....	45
4.1.4.	Jabatan.....	46
4.1.5.	Lama Usaha .....	47
4.1.6.	Pendapatan .....	48
4.2.	Analisa Kreativitas UMKM Kuliner di Kota Bandung.....	49
4.2.1.	Kelancaran Berpikir .....	49
4.2.2.	Keluwesannya Berpikir .....	52
4.2.3.	Elaborasi Pikiran.....	56
4.2.4.	Keaslian Berpikir .....	60
4.2.5.	Tingkat Kreativitas UMKM di Kota Bandung .....	62
4.3.	Analisa Keberhasilan UMKM Kuliner di Kota Bandung .....	63
4.3.1.	Kemampuan Menyesuaikan Diri .....	64
4.3.2.	Produktivitas .....	66
4.3.3.	Kepuasan Kerja.....	70
4.3.4.	Kemampuan Mendapatkan Laba dan Pencarian Sumber Daya.....	73
4.3.5.	Tingkat Keberhasilan UMKM Kuliner di Kota Bandung.....	76

4.4.	Uji Validitas Dan Reabilitas.....	78
4.4.1.	Uji Validitas .....	78
4.4.2.	Uji Reabilitas .....	79
4.5.	Uji Asumsi Klasik .....	80
4.5.1.	Uji Normalitas.....	80
4.5.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	81
4.6.	Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan UMKM Kuliner di Kota Bandung .....	83
4.7.	Koefisien Determinasi Regresi Linier Sederhana .....	83
4.8.	Uji Hipotesis Regresi Linier Sederhana .....	84
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....		86
5.1.	Kesimpulan.....	86
5.2.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA .....		88
LAMPIRAN.....		91
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
	Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	94
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....		98

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kriteria UMKM Menurut European Commission.....	15
Tabel 2.2. Kriteria UMKM Menurut World Bank.....	16
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Kreativitas dan Keberhasilan Usaha.....	35
Tabel 3.2. Skor Skla Likert.....	37
Tabel 4.1. Jenis kelamin responden .....	43
Tabel 4.2.Usia responden.....	44
Tabel 4.3. Lokasi usaha responden .....	45
Tabel 4.4. Jabatan responden .....	46
Tabel 4.5. Lama usaha responden.....	47
Tabel 4.6. Pendapatan responden.....	48
Tabel 4.7. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Mudah untuk Mendapatkan Ide Baru untuk Perusahaan Saya” .....	50
Tabel 4.8. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Mampu Mengembangkan Ide-Ide Baru dalam Perusahaan Saya” .....	50
Tabel 4.9. Tabel Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	51
Tabel 4.10. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Kelancaran Berpikir.....	52
Tabel 4.11. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Mampu Beradaptasi dengan Berbagai Situasi” .....	53
Tabel 4.12. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya akan Mencari Solusi ketika Menemukan Kendala dalam Perusahaan Saya”.....	53
Tabel 4.13. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya adalah Orang yang Pantang Menyerah dalam Menghadapi Situasi Apapun dalam Perusahaan Saya” .....	54
Tabel 4.14. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Dapat Menyelesaikan Masalah dengan Banyak Pilihan Solusi”.....	55
Tabel 4.15. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	56
Tabel 4.16. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Keluwesan Berpikir .....	56
Tabel 4.17. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Senang Mencari Ide-Ide Baru dari Berbagai Referensi seperti Internet dan Media Sosial” .....	57
Tabel 4.18. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya dapat Menyesuaikan Perusahaan Saya dengan Trend yang Sedang Berjalan dari Waktu ke Waktu” .....	58
Tabel 4.19. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	59
Tabel 4.20. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Elaborasi Pikiran .....	59

Tabel 4.21. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Memiliki Imajinasi yang Tinggi dalam Menghasilkan Suatu yang Baru bagi Perusahaan Saya” .....	60
Tabel 4.22. Tanggapan Responden pada pernyataan “Saya Sudah Berhasil Memasarkan Produk yang Berbeda dari Pesaing Saya” .....	61
Tabel 4.23. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	62
Tabel 4.24. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Keaslian Berpikir .....	62
Tabel 4.25. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	63
Tabel 4.26. Hasil Perhitungan Modus dari Variabel Kreativitas dalam Usaha .....	63
Tabel 4.27. Tanggapan Responden pada pernyataan “Perusahaan ini Telah Dapat Menunjukkan Kemampuan Bertahan dalam Situasi-Situasi yang Berubah” .....	64
Tabel 4.28. Tanggapan Responden pada pernyataan “Perusahaan ini Berkembang” .....	65
Tabel 4.29. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	66
Tabel 4.30. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Kemampuan Menyesuaikan Diri .....	66
Tabel 4.31. Tanggapan Responden pada pernyataan “Target Penjualan Perusahaan ini Selalu Tercapai” .....	67
Tabel 4.32. Tanggapan Responden pada pernyataan “Produk Perusahaan ini dapat Diterima di Pasar meski Tanpa Harus Dipasarkan dengan Usaha yang Keras” .....	67
Tabel 4.33. Tanggapan Responden pada pernyataan “Perusahaan ini dapat Menghasilkan Produk Lebih dari Jumlah Permintaan Pasar” .....	68
Tabel 4.34. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	69
Tabel 4.35. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Produktivitas .....	69
Tabel 4.36. Tanggapan Responden pada pernyataan “Perusahaan ini Mampu Membayar Gaji Karyawan secara Penuh” .....	70
Tabel 4.37. Tanggapan Responden pada pernyataan “Karyawan Perusahaan ini Tidak Pernah Mengeluh Mengenai Pekerjaan” .....	71
Tabel 4.38. Tanggapan Responden pada pernyataan “Karyawan Perusahaan ini Tidak Pernah Ada yang Bolos Tanpa Adanya Alasan Jelas” .....	71
Tabel 4.39. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	72
Tabel 4.40. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Kepuasan Kerja .....	73
Tabel 4.41. Tanggapan Responden pada pernyataan “Perputaran Dana Perusahaan ini Lancar dan Berkembang” .....	74
Tabel 4.42. Tanggapan Responden pada pernyataan “Jumlah Karyawan di Perusahaan ini Bertambah” .....	74

Tabel 4.43. Tanggapan Responden pada pernyataan “Laba Perusahaan ini Meningkatkan Setiap Bulannya” .....	75
Tabel 4.44. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	76
Tabel 4.45. Hasil Perhitungan Skor Interval Dimensi Kemampuan Mendapatkan Laba dan Pencarian Sumber Daya .....	76
Tabel 4.46. Interpretasi Indeks Interval Skala Likert .....	77
Tabel 4.47. Hasil Perhitungan Modus Variabel Keberhasilan dalam Usaha.....	77
Tabel 4.48. Hasil uji validitas variabel Kreativitas (X) .....	78
Tabel 4.49. Hasil uji validitas variabel Keberhasilan UMKM (Y).....	79
Tabel 4.50. Hasil uji reabilitas .....	79
Tabel 4.51. Hasil uji normalitas.....	81
Tabel 4.52. Hasil uji Glejser .....	82
Tabel 4.53. Hasil koefisien regresi linier sederhana.....	83
Tabel 4.54. Hasil koefisien determinasi.....	84
Tabel 4.55. Hasil uji parsial (Uji t) .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kriteria UMKM dan Usaha Besar berdasarkan Aset dan Omzet .....	1
Gambar 1.2. Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Provinsi Periode 2017-2019.....	2
Gambar 1.3. Populasi Penduduk di Pulau Jawa Tahun 2019 .....	2
Gambar 1.4. PDRB per Kapita 6 Provinsi di Pulau Jawa (2000-2018).....	3
Gambar 1.5. Perkembangan UMKM kuliner Kota Bandung .....	4
Gambar 2.1. Hirarki Kebutuhan Maslow.....	11
Gambar 4.1. Grafik Jenis kelamin responden .....	43
Gambar 4.2. Usia responden.....	44
Gambar 4.3. Grafik Lokasi Usaha responden.....	46
Gambar 4.4. Grafik Jabatan Responden .....	47
Gambar 4.5. Grafik lama usaha responden.....	48
Gambar 4.6. Grafik pendapatan responden.....	49
Gambar 4.7. Grafik normal <i>probability plot</i> .....	80
Gambar 4.8. Grafik <i>scatter plot</i> .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Hasil Kuesioner .....	94



# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Menurut Rosmadi (2021) mengenai sumber daya yang melimpah milik bangsa Indonesia dalam skala besar merupakan pemberian Tuhan yang harus disyukuri serta dihayati oleh seluruh bangsa Indonesia demi mencapai kesejahteraan. Adapun pendapat Hadiyati (2011) serta Ananda & Susilowati (2017) dalam Rosmadi (2021) mengungkapkan bahwa mikroekonomi (UMKM, Ekonomi kreatif, Koperasi) mempunyai peran yang cukup besar dalam mendorong pertumbuhan dan perekonomian nasional. Oleh karena itu UMKM merupakan prioritas pemerintah untuk dikembangkan agar mempunyai kapabilitas dalam bersaing dengan usaha lain yang sejenis.

Menurut Haryanti dan Hidayah (2019) Undang-Undang di Indonesia yang mengatur mengenai UMKM yaitu UU No. 20/2008, pengertian mengenai UMKM dalam UU tersebut dijelaskan sebagai: “perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.” Gambar 1.1 menunjukkan kriteria aset dan omzet dalam menentukan ukuran usaha pada UU tersebut.

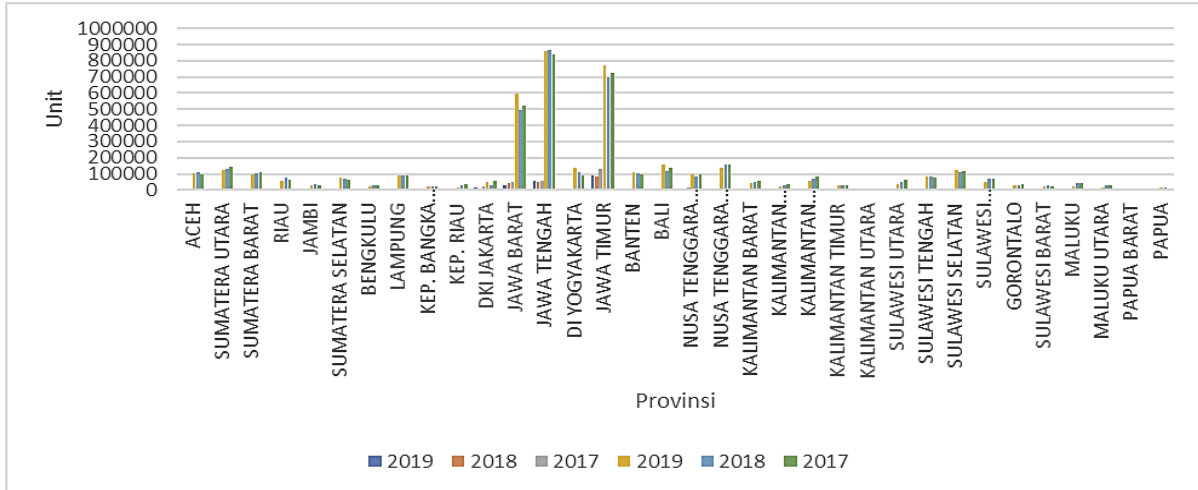
**Gambar 1.1. Kriteria UMKM dan Usaha Besar berdasarkan Aset dan Omzet**

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Omzet (dalam 1 tahun)
Usaha Mikro	Maksimal Rp 50 juta	Maksimal Rp 300 juta
Usaha Kecil	Lebih dari Rp 50 juta - Rp 500 juta	Lebih dari Rp 300 juta - Rp 2,5 miliar
Usaha Menengah	Lebih dari Rp 500 juta - Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 2,5 miliar - Rp 50 miliar
Usaha Besar	Lebih dari Rp 10 miliar	Lebih dari Rp 50 miliar

**Sumber : ukmindonesia.id, 2019**

Menurut Wijayanto (2022), UMKM Indonesia merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), ekspor nasional, dan investasi nasional. Industri mikro dan kecil sendiri terbukti tangguh dan mampu bertahan dalam situasi sulit, krisis ekonomi. Menurut Hitt, Ireland dan Hoskisson (2001) dalam Wijayanto (2022), keunggulan UKM dibandingkan perusahaan besar terletak pada fleksibilitas, kecerdikan dan keahlian yang dimiliki UKM.

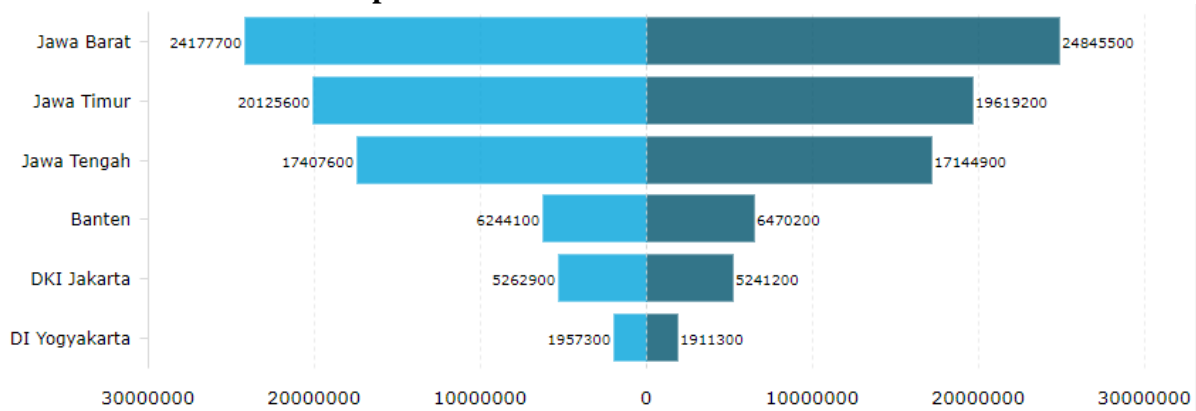
**Gambar 1.2. Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Provinsi Periode 2017-2019**



**Sumber: BPS (data diolah)**

Sesuai dengan gambar di atas yang diklasifikasikan ke dalam usaha mikro dan kecil, dapat diketahui bahwa gabungan populasi UMKM terbanyak yang tersebar di Indonesia, yaitu meliputi wilayah Jawa Tengah sebesar 912.421 unit, Jawa Timur sebesar 862.450 unit, dan disusul Jawa Barat sebesar 629.597 unit. Sedangkan, bila ditinjau dari sisi pertumbuhan, provinsi Jawa Tengah mengalami peningkatan paling sedikit dengan jumlah UMKM kategori usaha kecil sebesar 1.550 unit dan penurunan pada kategori usaha mikro sebesar 21.340 unit. Sementara provinsi Jawa Timur mengalami peningkatan paling besar dengan jumlah UMKM kategori usaha kecil sebesar 36.535 unit dan penurunan pada kategori usaha mikro sebesar 21.340 unit. Adapun pada provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan dengan jumlah UMKM kategori usaha kecil sebesar 18.112 unit dan penurunan terbesar pada kategori usaha mikro sebesar 73.534 unit.

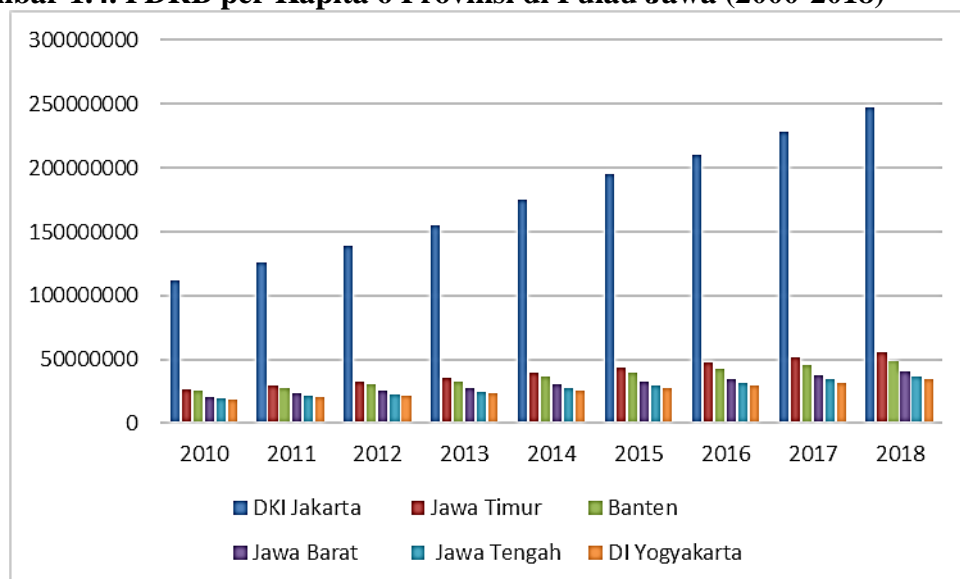
**Gambar 1.3. Populasi Penduduk di Pulau Jawa Tahun 2019**



**Sumber: BPS; Katadata.co.id**

Menurut perkiraan penduduk di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2045, penduduk Pulau Jawa akan mencapai 150,4 juta pada tahun 2019. Angka tersebut merupakan separuh dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 266,91 juta jiwa. Penduduk laki-laki lebih besar jumlahnya dari penduduk perempuan, masing-masing 75,23 juta dan 75,17 juta (*Katadata.co.id*, 2022). Provinsi terpadat di Pulau Jawa adalah Jawa Barat dengan jumlah penduduk mencapai 49 juta jiwa. Berikutnya Jawa Timur 39,74 juta, dan Jawa Tengah dengan 34,55 juta. Disusul Banten dengan jumlah penduduk 12,71 juta, DKI Jakarta 10,5 juta dan Yogyakarta dengan jumlah penduduk 3,87 juta jiwa (*Katadata.co.id*, 2022).

**Gambar 1.4. PDRB per Kapita 6 Provinsi di Pulau Jawa (2000-2018)**



**Sumber: BPS; Katadata.co.id**

Pada tahun 2018, Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang diterapkan atas dasar harga di Pulau Jawa mencapai Rp 8.764,67 triliun, yang menunjukkan pertumbuhan sebesar 9,3% dari tahun sebelumnya. Dari sekian banyak provinsi yang terdapat di Pulau Jawa, diketahui DKI Jakarta adalah provinsi yang memiliki PDRB tertinggi, yaitu mencapai Rp 2.599,17 triliun (*Katadata.co.id*, 2019). Sementara itu, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu provinsi di Pulau Jawa dengan PDRB terendah senilai Rp 129,88 triliun. Selain DKI Jakarta yang memiliki PDRB tertinggi, Pemprov DKI Jakarta juga menduduki puncak PDRB per kapita dengan Rp 248,31 juta per kapita pada tahun 2018. Sedangkan provinsi di Pulau Jawa dengan PDRB per kapita terendah adalah Daerah Istimewa Yogyakarta, yaitu sebesar Rp 34,15 juta per kapita (*Katadata.co.id*, 2019).

Terdapat lima provinsi di Pulau Jawa yang menghadapi kesenjangan jika dibandingkan dengan PDRB per kapita DKI Jakarta, yang dapat dilihat pada grafik di atas.

Besarnya pendapatan pemerintah provinsi DKI dan jumlah penduduk yang hanya sekitar 10 juta jiwa membuat PDRB per kapita ibu kota negara ini jauh lebih tinggi dibandingkan PDRB per kapita Yogyakarta dan provinsi lain di Pulau Jawa (Katadata.co.id, 2019).

Apabila ditinjau berdasarkan data empiris sebelumnya, maka ditemukan bahwa Jawa Barat adalah provinsi dengan jumlah populasi terbanyak, yaitu sebesar 49 juta jiwa. Akan tetapi, PDRB per kapita di provinsi Jawa Barat berbanding terbalik dengan jumlah populasinya. Sedangkan, bila ditinjau dari sisi pertumbuhan UMKM, provinsi Jawa Barat mengalami peningkatan dengan jumlah UMKM kategori usaha kecil sebesar 18.112 unit dan penurunan terbesar pada kategori usaha mikro sebesar 73.534 unit. Sementara mengenai komposisi distribusi usaha UMKM non pertanian terbanyak setelah perdagangan, yaitu penyediaan makan dan minuman/kuliner sebesar 16.93% (UKM Indonesia, 2022).

Informasi di atas menunjukkan bahwa di provinsi Jawa Barat masih memiliki potensi besar untuk berkembang mengingat PDRB per kapita belum se-optimal di DKI Jakarta. Penurunan kategori usaha mikro sebesar 73.534 unit pun membuktikan bahwa sebagian besar usaha mikro tersebut tidak berhasil menjalankan bisnisnya. Sebaliknya, kategori usaha kecil mengalami pertumbuhan sebesar 18.112 unit. Fadjar menjelaskan, dari 16 sektor tersebut, 3 sektor berkontribusi 30% terhadap ekonomi kreatif. Ketiga sektor tersebut adalah kuliner, mode, dan kerajinan (CNN Indonesia, 2017).

Adapun, sektor kuliner memberikan sumbangsih hingga 34% (CNN Indonesia, 2017). Menurut Rachmawati (2020), adapun salah satu kota yang diprediksi menjanjikan dan secara optimis menunjukkan rata-rata pertumbuhan penjualan menyentuh *double digit* adalah Bandung. Bandung sendiri adalah tujuan wisata kuliner favorit di Indonesia. Apalagi, saat ini dibantu dengan kehadirannya transportasi online yang mendorong pertumbuhan industri kuliner Bandung.

**Gambar 1.5. Perkembangan UMKM kuliner Kota Bandung**

The screenshot shows a web interface for 'OPEN DATA JABAR' with a navigation menu including 'Topik', 'Dataset', 'Visualisasi', 'Infografik', 'Artikel', 'Organisasi', and 'Bantuan'. Below the menu is a table with the following data:

provinsi	nama_provinsi	kode_kabupaten_kota	nama_kabupaten_kota	kategori_usaha	jumlah_umkm	satuan	tahun
JAWA BARAT	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	KULINER	130687	UNIT	2017
JAWA BARAT	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	KULINER	138773	UNIT	2018
JAWA BARAT	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	KULINER	147359	UNIT	2019
JAWA BARAT	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	KULINER	156476	UNIT	2020
JAWA BARAT	JAWA BARAT	3273	KOTA BANDUNG	KULINER	166158	UNIT	2021

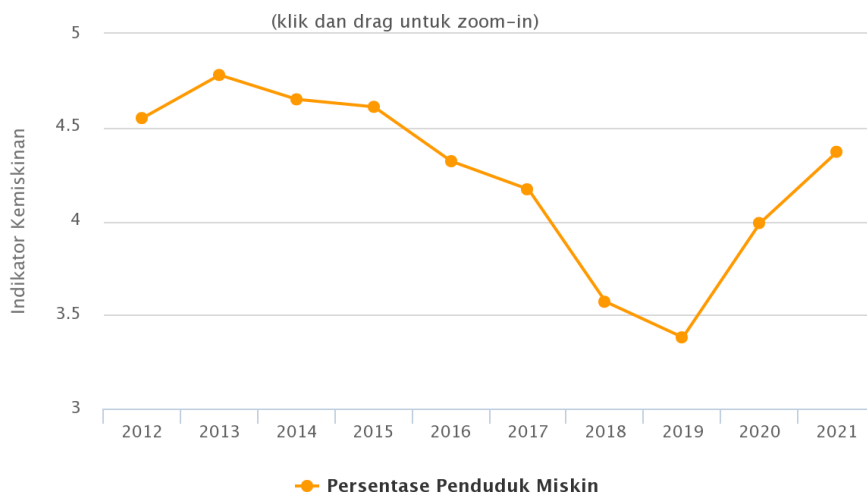
At the bottom of the table, there is a pagination control showing 'Tampilkan 10 Item dari total 5' and 'Halaman 1 dari 1'.

Sumber : opendata.jabarprov.go.id, 2021

Dalam gambar 1.5 menunjukkan bahwa usaha kuliner terdapat peningkatan pada setiap tahunnya dari 130.687 (unit) di tahun 2017 menjadi 1.666.156 (unit) di tahun 2021, hal tersebut membuktikan bahwa usaha kuliner memang diminati tapi disisi lain menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan pernyataan Direktur Parama Indonesia yaitu Agni Pratama menyatakan meningkatnya bisnis kuliner disebabkan oleh kebutuhan dan pola hidup masyarakat (CNN Indonesia, 2017).

Selain itu, adanya pandemi covid-19 juga menyebabkan banyaknya orang yang beralih profesi dan mulai membuka bisnis makanan karena terpuruk secara ekonomi. Bertambahnya bisnis-bisnis makanan baru, membuat para pelaku UMKM harus lebih inovatif dan kreatif karena mulai banyaknya persaingan di dalam bidang yang sama. Dapat dilihat juga pada data dari BPS Kota Bandung terkait persentase penduduk miskin di Kota Bandung berikut ini

**Gambar 1.6 Persentase Penduduk Miskin Kota Bandung**  
**Persentase Penduduk Miskin Kota Bandung**



**Sumber : bandungkota.bps.go.id, 2021**

Dalam gambar 1.6, dapat dilihat bahwa semenjak adanya pandemi covid-19 di tahun 2019 hingga tahun 2021 yang membuat masyarakat beralih membuka Usaha Mikro Kecil Menengah justru tidak berdampak pada berkurangnya persentase penduduk miskin di Bandung dan justru sebaliknya terdapat peningkatan persentase penduduk miskin di Kota Bandung, hal ini mengartikan bahwa banyaknya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang ada di kota Bandung masih banyak yang belum berhasil karena angka kemiskinan pun tidak berkurang. Dengan meningkatnya jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) serta masih banyaknya UMKM yang belum berhasil, Maka, diperlukan inovasi dan

keaktivitas para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) agar usahanya mampu bersaing dan dapat berhasil mencapai kesuksesan.

Terdapat beberapa fenomena terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya pada UMKM Kuliner di Kota Bandung. Menurut Nuraeni (2021), Kasie Pemberdayaan dan Pengembangan Usaha Mikro dan Fasilitasi Dinas KUMKM Kota Bandung menyatakan bahwa kendala yang dihadapi oleh UMKM di Kota Bandung berupa minimnya modal, pengelolaan keuangan yang tidak efisien, kurangnya inovasi produk, dan pemasaran. Maka dari itu, fenomena yang ada dalam penelitian ini berupa ketatnya persaingan, kemampuan permodalan, terbatasnya kreativitas dan terbatasnya penguasaan teknologi dalam pemasaran.

Upaya dalam meningkatkan keberhasilan usaha pada UMKM Kuliner di Kota Bandung, diperlukan kreativitas dan kualitas yang baik agar usaha yang dihasilkan juga baik, Penggunaan media sosial juga dapat membantu UMKM untuk menambah pengetahuan dalam menjalankan usahanya.

Para pelaku usaha tentunya memiliki tujuan agar usahanya dapat berhasil memenangkan persaingan, selain itu para pelaku usaha harus memiliki kesiapan berwirausaha, karena hal tersebut dapat menjadi penentu bagi keberhasilan usahanya. Keberhasilan suatu usaha dapat dinilai melalui beberapa indikator atau pendekatan. Menurut Adrianto (2019), keberhasilan sebuah perusahaan adalah kenyataan dari penyesuaian rencana dengan proses aktualisasi dan hasil yang diperoleh. Empat metode yang digunakan untuk mengukur keberhasilan usaha yaitu kemampuan beradaptasi, produktivitas, kepuasan kerja, profitabilitas dan pencarian sumber daya.

Banyaknya persaingan usaha kuliner menuntut pelaku usaha semakin kreatif agar dapat memenangkan persaingan. Menurut Dharmawati (2016), kreativitas merupakan inisiatif untuk menemukan produk atau proses yang berguna, benar, relevan, dan bernilai. Kreativitas juga merupakan suatu kemampuan untuk menciptakan produk baru. Jadi, pengertian kreativitas secara keseluruhan adalah keahlian yang dimiliki seseorang untuk menghasilkan ide atau gagasan kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru, berguna, dan bernilai. Biarkan ide-ide kreatif yang dia hasilkan dapat menciptakan peluang untuk menghasilkan keuntungan dari bisnisnya. Ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif akan menjadi peluang baru bagi pengusaha untuk menghasilkan keuntungan dan juga dapat menciptakan lapangan kerja baru.

Menurut Alifuddin dan Razak (2015) kreativitas dan inovasi merupakan kemampuan yang harus dimiliki seseorang dalam berwirausaha. Dalam konteks persaingan yang ketat dan

masalah ekonomi global, kreativitas tidak hanya diperlukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif, tetapi juga sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Dalam menghadapi tantangan global membutuhkan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif yang memiliki jiwa kewirausahaan.

Oleh karena itu, kreativitas sangat penting bagi para pelaku usaha kuliner untuk dapat meraih keberhasilan usahanya dan dapat bersaing dengan kompetitornya, maka berdasarkan uraian diatas, maka judul yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan UMKM Kuliner Kota Bandung”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Menurut penjelasan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Seberapa tinggi tingkat kreativitas UMKM kuliner di Kota Bandung?
2. Seberapa tinggi tingkat keberhasilan UMKM kuliner di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kota Bandung?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Menurut rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kreativitas UMKM kuliner di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan UMKM kuliner di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan UMKM kuliner di Kota Bandung.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Bagi Pelaku UMKM di Kota Bandung**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, ide, serta tambahan pemikiran yang dapat berguna bagi pelaku UMKM Kota Bandung.

### **2. Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini dipergunakan untuk penyelesaian tugas akhir, penerapan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan, serta dapat menambah wawasan serta pengalaman dari hasil penelitian khususnya pada UMKM di Kota Bandung.

### **3. Bagi pihak lainnya**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber untuk pengembangan penelitian selanjutnya dengan tambahan variabel lainnya, serta dapat menjadi sarana informasi bagi pembaca untuk menambah wawasan dalam UMKM di Kota Bandung.



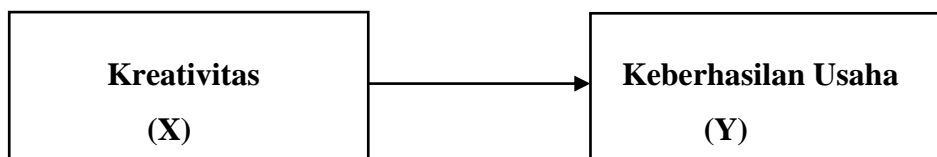
### 1.5. Kerangka Pemikiran

Pada tahun 2021 semakin banyak jumlah pengusaha kuliner UMKM khususnya di Kota Bandung. Apalagi masa pandemi membuat banyak orang kehilangan pekerjaan dan banyak yang mencoba untuk membuka usaha baru yang membuat semakin banyaknya usaha baru di sector kuliner. Tentunya dengan semakin meningkatnya usaha-usaha baru, maka persaingannya akan semakin ketat. Hal ini menjadikan para pelaku usaha kuliner harus semakin kreatif agar dapat memenangkan pasar demi terwujudnya keberhasilan usahanya.

Menurut Dharmawati (2016) kreativitas adalah inisiatif untuk menemukan produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Hal ini terlihat dari indikator-indikator berikut: kelancaran berpikir (*fluency of thinking*), keluwesan (*flexibility*), elaborasi pikiran (*elaboration*), dan keaslian berpikir (*originality*).

Menurut Adrianto (2019), keberhasilan usaha merupakan suatu kenyataan adaptasi antara rencana dengan proses perwujudannya dan hasil yang dicapai. Terdapat empat metode yang digunakan dalam mengukur keberhasilan usaha yaitu kemampuan untuk menyesuaikan diri, produktivitas, kepuasan kerja, kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya.

Terdapat hubungan antara kedua variable yaitu kreativitas dan keberhasilan usaha yang diungkapkan menurut Alifuddin dan Razak (2015) dalam berwirausaha, inovasi dan kreativitas adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan, keduanya ibarat anak panah yang bisa meleset menghasilkan bisnis yang terus berkembang dan menguntungkan. Dalam menghadapi kerasnya persaingan dan permasalahan ekonomi global, kreativitas tidak hanya dibutuhkan untuk menciptakan keunggulan kompetitif, tapi juga penting bagi keberlangsungan perusahaan. Artinya, dalam menghadapi tantangan global diperlukan sumber daya manusia kreatif dan inovatif yang memiliki jiwa kewirausahaan.



Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka penelitian ini mengemukakan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di Kota Bandung