



Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha

(Studi Kasus UMKM Kecamatan Brebes)

Bagus Setiadi^{1*}, Dumadi², Slamet Bambang Riono³, Muhammad Syaifulloh⁴

¹⁻³ Program Studi Program Studi Manajemen, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

Email: setiadibagus72@gmail.com¹, dumadi@umus.ac.id², sbriono@gmail.com³, msyaifulloh@umus.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: setiadibagus72@gmail.com

Abstract. This research is motivated by the importance of strengthening the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), where entrepreneurs in the field still frequently face limitations in systematic business management. This study aims to determine the effect of creativity and innovation on the business development of MSMEs in Brebes District. The research utilizes a quantitative approach with a survey method. The research sample consists of 394 MSME actors selected as respondents, with the dominant profile being high school/vocational school graduates. The data analysis techniques applied are multiple linear regression analysis, partial t-test, and simultaneous F-test. The results show that creativity has a positive and significant effect on business development with a calculated t-value of 6.768, and innovation also exerts a positive and significant effect on business development with a calculated t-value of 7.466. The regression analysis yields the equation $Y = 5.486 + 0.255 X1 + 0.440 X2$, indicating that any constant increase of one unit in the creativity and innovation variables will be followed by a linear increase in the business development value. Through simultaneous testing, an F-value of 72.665 confirms the significance of the model. Consequently, it can be concluded that creativity and innovation, both partially and simultaneously, have a positive and significant effect on the business development of MSMEs in Brebes District.

Keywords: Business Development; Creativity; Innovation; MSMEs; Multiple Linear Regression.

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penguatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), di mana para pelaku usaha di lapangan masih sering menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan usaha yang sistematis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap pengembangan usaha UMKM di Kecamatan Brebes. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 394 pelaku UMKM yang dipilih sebagai responden, dengan profil dominan tamatan SMA/SMK. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji parsial (t), dan uji simultan (F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha dengan nilai t hitung sebesar 6,768, serta inovasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha dengan nilai t hitung sebesar 7,466. Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = 5,486 + 0,255 X1 + 0,440 X2$, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit variabel kreativitas dan inovasi secara konstan akan diikuti oleh peningkatan nilai pengembangan usaha secara linier. Melalui pengujian simultan, nilai F hitung sebesar 72,665 mengonfirmasi signifikansi model tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM di Kecamatan Brebes.

Kata kunci: Inovasi; Kreativitas; Pengembangan Usaha; Regresi Linier Berganda; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Pembangunan ekonomi Indonesia semakin bertumpu pada penguatan kewirausahaan, khususnya melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), karena sektor ini berperan sebagai mesin penciptaan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, dan penguatan ekonomi rumah tangga. UMKM tercatat mencapai 64,2 juta unit dan memberikan kontribusi sekitar 61,07% terhadap PDB (setara Rp8.573,89 triliun), sehingga secara struktural menjadi tulang punggung aktivitas ekonomi nasional dan basis kesejahteraan masyarakat (Novitasari 2022). Pengembangan UMKM menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi. Namun pengembangan UMKM bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan,

berbagai kendala masih dihadapi pada umumnya berasal dari faktor internal, seperti kualitas sumber daya manusia yang belum optimal, kemampuan pemasaran yang terbatas, iklim usaha yang belum kondusif, keterbatasan akses terhadap teknologi, serta kurangnya modal kerja. Kondisi-kondisi tersebut berpotensi menghambat optimalisasi peran UMKM dalam mendukung perekonomian daerah (Hermana et al., 2025). Hal ini dikarenakan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi sendiri adalah salah satu indikator utama dalam menilai kinerja perekonomian suatu wilayah, yang umumnya diukur melalui perubahan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga konstan.

Di Kabupaten Brebes mencatat bahwa pertumbuhan ekonomi sebesar 6,28% pada triwulan II 2025 (*year on year*), melampaui rata-rata Jawa Tengah (5,28%) dan nasional (5,12%). Angka tersebut relatif lebih baik jika dibandingkan dengan kondisi kontraksi ekonomi di tingkat nasional sebesar -2,19% (Febrayanto et al. 2024). Namun di Kabupaten Brebes masih mengalami fluktuasi pertumbuhan ekonomi, hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi sektor-sektor ekonomi, termasuk UMKM, belum optimal. Padahal, UMKM memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi daerah, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih serius dalam mengatasi berbagai kendala yang dihadapi UMKM agar dapat meningkatkan kinerjanya. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan UMKM adalah kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, khususnya dalam hal literasi keuangan digital dan pengelolaan usaha secara modern.

Berdasarkan data Dinas Koperasi Kabupaten Brebes jumlah UMKM di Kecamatan Brebes mencapai 25.132 unit usaha dengan dominasi yang sangat besar pada kategori usaha mikro sebanyak 25.100 unit. jumlah usaha kecil dan menengah relatif sangat sedikit, masing-masing hanya 30 dan 2 unit usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur UMKM di Kecamatan Brebes masih didominasi oleh usaha berskala mikro yang umumnya memiliki keterbatasan dalam pengembangan usaha seperti keterbatasan dalam hal modal, teknologi, serta kemampuan manajerial. Kondisi ini berdampak pada rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan skala usaha dan daya saing di pasar (Tambunan and Simanjuntak 2021). Hal ini selaras dengan (Harjanti & Utami 2022) yang mengatakan bahwa pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada jumlah unit usaha, tetapi juga pada kualitas pengelolaan usaha itu sendiri seperti kreatif dan inovasi pelaku usaha.

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang bermanfaat, sedangkan inovasi merupakan penerapan ide tersebut menjadi produk, proses, atau strategi yang memberikan nilai tambah (OECD/Eustorat 2018). Kreativitas memungkinkan bisnis

menghasilkan produk dan layanan inovatif, yang dapat membantu mereka membedakan diri dari pesaing dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Kreativitas membantu mengidentifikasi peluang bisnis baru dan cara memanfaatkan pasar yang sedang berkembang (Sastradinata et al., 2024). Oleh sebab itu, dalam meningkatkan pengembangan usaha pada UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan daya saing dibutuhkan dua faktor kunci tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Brebes, pengembangan usaha masih menghadapi berbagai kendala pada aspek strategi, manajemen pemasaran, dan penjualan. Sebagian besar pelaku usaha belum mampu mengidentifikasi peluang usaha baru, belum memiliki strategi pemasaran yang terstruktur, serta belum menyusun perencanaan penjualan yang baik. Selain itu, tingkat kreativitas pelaku UMKM juga masih rendah, yang ditunjukkan oleh minimnya kemampuan dalam menghasilkan ide-ide baru, kurangnya eksplorasi ide usaha, serta belum adanya produk yang memiliki keunikan atau diferensiasi yang jelas. Dari sisi inovasi, sebagian besar pelaku usaha juga belum melakukan riset produk, jarang mengikuti pelatihan pengembangan usaha, dan belum mampu menciptakan pembaruan produk yang memberikan nilai tambah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha UMKM di Kecamatan Brebes belum berjalan secara optimal karena masih rendahnya kreativitas dan inovasi pelaku usaha dalam mengelola serta mengembangkan usahanya.

Penelitian terdahulu dalam menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki peran penting dalam pengembangan usaha UMKM. Penelitian oleh (Hidayat et al. 2020) menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif UMKM melalui diferensiasi produk. Selanjutnya, penelitian oleh (Nasution & Salsabila 2026) menemukan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan usaha, baik dari segi peningkatan penjualan maupun perluasan pasar. Penelitian lain oleh (Febriani & Kusumah 2026) juga menyatakan bahwa UMKM yang memiliki tingkat inovasi tinggi cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang tidak melakukan inovasi.

Berdasarkan fenomena empiris, kajian teoritis, serta hasil penelitian terdahulu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap pengembangan usaha UMKM di Kecamatan Brebes. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam meningkatkan pengembangan usaha dan daya saing UMKM.

2. KAJIAN TEORITIS

Pengembangan Usaha

Perkembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha (Hendro dalam Danil & Afif, 2022). Menurut Brown dan Petrello dalam (Mardasari 2020) pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.

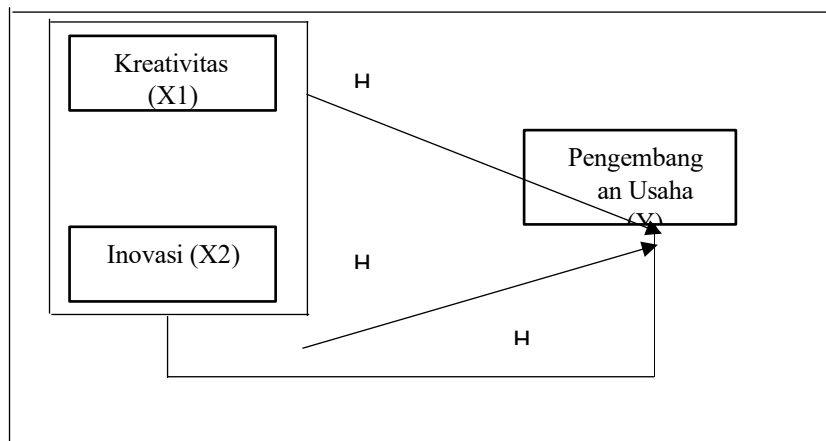
Kreativitas

Menurut (Rahayu et al. 2023) kreativitas adalah suatu proses yang menghasilkan sesuatu yang baru dalam bentuk suatu gagasan atau suatu objek dalam suatu bentuk atau susunan yang baru. sedangkan menurut (Fatmawati 2022) kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang berbeda baik berupa hasil yang dapat dinilai maupun berupa ide (tindakan yang menghasilkan karya cipta baru dan berbeda). kreativitas dalam bisnis tidak terbatas pada pengembangan produk baru saja, tetapi juga mencakup pendekatan yang segar dalam pemasaran, layanan, dan manajemen internal (Manik et al. 2024).

Inovasi

Inovasi produk adalah produk atau layanan baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar (Pamungkas et al., 2022). Peter F. Drucker di dalam bukunya yang berjudul *Innovation and Entrepreneurship* mengatakan inovasi memiliki fungsi yang khas bagi wirausahawan (Yuliani 2020). Inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal. Selanjutnya, Stephen Robbins juga mendefinisikan, inovasi sebagai suatu gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa (Batoebara 2021).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

H1= Pengaruh Kreativitas (X1) Terhadap Pengembangan usaha

H2= Pengaruh Inovasi (X2) Terhadap Pengembangan Usaha

H3= Pengaruh Kreativitas (X1) dan inovasi (X2) Terhadap pengembangan usaha (Y)

Gambar 1. di atas menjelaskan bagaimana kerangka pemikiran hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti dimana (X1) Kreativitas dan (X2) Inovasi berpengaruh terhadap (Y) Pengembangan Usaha UMKM di Kecamatan Brebes.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner terstruktur, sedangkan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis. Sedangkan sumber data, yaitu data yang diperoleh melalui kuesioner dan dari sumber lainnya yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, serta sumber dat sekunder, yaitu data yang diperoleh dari catatan-catatan, buku-buku, makalah, laporan, arsip dan dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan kuesioner yang diukur melalui skala *likert*.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kecamatan Brebes memiliki jumlah UMKM yang cukup besar. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan, terhitung mulai bulan Januari 2026 hingga Juni 2026. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Brebes yakni sebanyak 25.132 unit

usaha, sedangkan sampel penelitian ditentukan berdasarkan perhitungan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \dots\dots\dots(i)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi (25.132 UMKM)

e = tingkat kesalahan (5%)

$$n = \frac{25.132}{1 + 25.132(0,05)^2} = \frac{25.132}{1 + 62,84} = \frac{25.132}{63,84} \approx 393,73$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 394 responden pelaku UMKM di Kecamatan Brebes. Peneliti juga menggunakan teknik yang berjenis *purposive sampling* yakni pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, analisis data diawali dengan menentukan variabel bebas yaitu Kreativitas (X₁) dan Inovasi (X₂) serta variabel terikat yaitu Pengembangan Usaha (Y₁). Data penelitian kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS melalui beberapa tahapan, yaitu analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data penelitian, dilanjutkan dengan uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan model regresi memenuhi asumsi yang dipersyaratkan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap pengembangan usaha UMKM, dengan didukung uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, uji simultan (uji F) untuk menguji pengaruh kedua variabel secara bersama-sama, serta koefisien determinasi (R²) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pengembangan usaha.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi Mean (M), maksimal (Max), minimal (Min), Standar deviasi (SD). Berikut adalah data analisis deskriptif berdasarkan variabel penelitian :

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kreativitas	394	17	45	33.28	5.327
Inovasi	394	9	25	18.23	3.402
Pengembangan Usaha	394	8	30	21.99	4.427
Valid N (listwise)	394				

Sumber : Data Primer diolah 2026

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 394 responden, variabel kreativitas memiliki nilai rata-rata sebesar 33,28 (SD = 5,327), inovasi sebesar 18,23 (SD = 3,402), dan pengembangan usaha sebesar 21,99 (SD = 4,427). Secara umum, nilai rata-rata ketiga variabel menunjukkan kategori yang cukup baik, sehingga dapat menggambarkan bahwa pelaku UMKM di Kecamatan Brebes memiliki tingkat kreativitas, inovasi, dan pengembangan usaha yang relatif baik, meskipun masih terdapat variasi antarresponden.

Uji Validitas

Dalam pengujian validitas dapat dilakukan dengan mengorelasi skor pada butir pernyataan. Suatu butir pernyataan dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel 0,361 pada nilai signifikansi 5%.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Nomor Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1_1	0,601	0,361	Valid
X1_2	0,61	0,361	Valid
X1_3	0,766	0,361	Valid
X1_4	0,647	0,361	Valid
X1_5	0,666	0,361	Valid
X1_6	0,622	0,361	Valid
X1_7	0,766	0,361	Valid
X1_8	0,672	0,361	Valid
X1_9	0,616	0,361	Valid
X2_1	0,667	0,361	Valid
X2_2	0,693	0,361	Valid
X2_3	0,711	0,361	Valid
X2_4	0,836	0,361	Valid
X2_5	0,709	0,361	Valid
Y_1	0,875	0,361	Valid
Y_2	0,690	0,361	Valid
Y_3	0,702	0,361	Valid
Y_4	0,822	0,361	Valid
Y_5	0,836	0,361	Valid
Y_6	0,764	0,361	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian diatas terhadap instrument pada 30 orang responden di luar sampel penelitian ini menghasilkan bukti bahwa butir butir pertanyaan menyatakan kevalidan terhadap isi instrument penelitian. Dalam pengujian validitas dapat dilakukan dengan mengorelasi skor pada butir pernyataan. Suatu butir pernyataan dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel 0,361 pada nilai signifikansi 5%.

Uji Reabilitas

Dalam mengukur tingkat reabilitas yaitu nilai *Cronbach Alpha* dengan perbandingan nilai alpha dengan standarnya, reabilitas dapat dikatakan baik apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach	Batas	Keterangan
1	X1	0,838	0,6	Reliabel
2	X2	0,768	0,6	Reliabel
3	Y	0,871	0,6	Reliabel

Sumber : data diolah 2026

Berdasarkan data diatas disajikan pada tabel 4.12 menyimpulkan bahwa nilai Cronbach dari setiap variabel > 0,6 yang menunjukkan semua item yang disajikan sudah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada uji normalitas/uji kolmogorov-smirnov kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai p yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang sudah ditentukan, yaitu 5%. Agar distribusi normal maka variabel residual harus memiliki nilai signifikansi > 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas One-Sampel Kolmogorov-smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		394
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.77962040
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.026
	Negative	-.039
Test Statistic		.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.174 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber :data diolah 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas pengujian dengan 1 sampel K-S (Kolmogorov-smirnov) didapat nilai Asymp Sig.(2tailed) sebesar 0,174 yang berarti lebih besar dari 0,05 dalam taraf signifikan yaitu $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengujian data residual berdistribusi normal

Uji Heteroskedastisitas

Berikut tabel hasil dari uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
Kreativitas	0,847	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Inovasi	0,109	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : data diolah 2026

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil uji heteroskedastisitas bahwa semua variabel yakni Kreativitas dan Inovasi memiliki nilai signifikan $> 0,05$, Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui terjadinya pengaruh multikolinieritas dapat dengan melihat nilai tolerance dan lawannya yaitu variance inflation factor (VIF). Nilai cut off yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas dengan nilai tolerance $< 0,10$ atau nilai $VIF \geq 10$. Apabila nilai VIF lebih dari 10 maka dapat disimpulkan terjadi multikolinieritas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a		
	Collinearity Statistics	Tolerance	VIF
1	X2	.909	1.100
	X1	.909	1.100

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah 2026

Dari data tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk variabel Kreativitas sebesar 0,909 lebih dari 0,1 dan angka VIF sebesar 1.100 kurang dari 10, variabel Inovasi memiliki nilai tolerance sebesar 0,909 lebih dari 0,1 dan angka VIF sebesar 1.100 kurang dari 10, Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya korelasi antara variabel independen atau tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	5.486	1.396		3.931	.000
KREATIVITAS	.255	.038	.307	6.768	.000
INOVASI	.440	.059	.338	7.466	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber : data diolah 2026.

Berdasarkan dari olah data tabel diatas, maka dapat ditarik kesimpulan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y=5.486+0,255 +0,440$$

Dari hasil pengolahan data analisis regresi diatas dapat diuraikan dalam beberapa hal lain yaitu sebagai berikut: Diketahui Nilai konstanta menunjukkan bahwa jika variabel Kreativitas (X1) dan variabel Inovasi (X2) bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka variabel Pengembangan Usaha (Y) sudah memiliki nilai dasar sebesar 5,486. Nilai koefisien ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara kreativitas terhadap pengembangan usaha. Hal ini menandakan bahwa apabila terjadi kenaikan sebesar 1 unit pada variabel kreativitas, maka pengembangan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,255, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Nilai koefisien ini menunjukkan adanya hubungan yang positif antara inovasi terhadap pengembangan usaha. Hal ini menandakan bahwa apabila terjadi kenaikan sebesar 1 unit pada variabel inovasi, maka pengembangan usaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,440, dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji T Statistik

Model	Coefficients ^a		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1 (Constant)	5.486	1.396	3.931	.000
KREATIVITAS	.255	.038	6.768	.000
INOVASI	.440	.059	7.466	.000

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

Sumber : data diolah 2026

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen (Kreativitas dan Inovasi) terhadap variabel dependen (Pengembangan Usaha) dengan melihat arah tanda dan tingkat signifikansi. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi < 0,05 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh secara signifikan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9. Hasil Uji Model (Uji F)

Model		ANOVA ^a			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	2086.723	2	1043.362	72.665	.000 ^b
	Residual	5614.213	391	14.359		
	Total	7700.937	393			

a. Dependent Variable: Pengembangan Usaha

b. Predictors: (Constant), INOVASI, KREATIVITAS

Sumber : data primer 2026

Berdasarkan tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan nilai F hitung sebesar 72,665 dengan probabilitas signifikansi 0,000. Dikarenakan nilai probabilitas tersebut jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (Kreativitas dan Inovasi) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Pengembangan Usaha). Dengan kata lain, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh kreativitas terhadap pengembangan usaha

Variabel kreativitas menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, hal ini berarti variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, sehingga hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Ramadhan et al. 2025) yang menyatakan bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan pengembangan usaha. Hal ini membuktikan bahwa daya cipta yang tinggi merupakan faktor pendorong yang kuat bagi pertumbuhan sektor UMKM. Penelitian lainnya oleh (Savina 2025) yang mengungkapkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan ide-ide baru (kreativitas) merupakan faktor dominan yang menentukan keberhasilan pengembangan usaha di sektor UMKM.

Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Secara Simultan terhadap Pengembangan Usaha

Berdasarkan hasil uji instrumen, seluruh pernyataan dalam kuesioner yang disebarikan kepada 394 responden dinyatakan valid dan reliabel. Hasil pengujian secara simultan melalui Uji F menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Kreativitas (X_1) dan Inovasi X_2 , secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi Pengembangan Usaha Y secara positif dan signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi antara ide-ide kreatif dan implementasi inovasi yang tepat sasaran akan mendorong pengembangan usaha UMKM di Kecamatan Brebes secara nyata. Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang relevan penelitian (Sulaeman 2021) yang menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi produk merupakan faktor penting dan pendorong utama dalam keberhasilan serta kemajuan suatu usaha. Penelitian lainnya oleh Penelitian (Indria, Astuti, and Maharani 2021) yang membuktikan bahwa kreativitas dan inovasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan dan kewirausahaan UMKM.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut : Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), variabel Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,768 yang lebih besar dari t tabel 1,966. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UMKM di Kecamatan Brebes dalam menciptakan ide-ide unik, keberanian mencoba cara baru dalam menjalankan usaha, serta kemampuan melihat peluang yang belum pernah dilakukan sebelumnya menjadi pendorong utama dalam meningkatkan skala usaha. Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), variabel Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 7,466 yang lebih besar dari t tabel 1,966. Inovasi yang dilakukan melalui pencarian informasi pengembangan produk, keikutsertaan dalam pelatihan, serta upaya menciptakan ciri khas produk yang berbeda dari pesaing terbukti mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar UMKM di Kecamatan Brebes. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), variabel Kreativitas dan Inovasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Usaha pada UMKM di Kecamatan Brebes. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 72,665 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kombinasi antara daya cipta yang kreatif dan implementasi inovasi produk yang berkelanjutan merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan, jumlah pelanggan, serta kualitas usaha secara menyeluruh.

Disarankan untuk terus meningkatkan kreativitas dan inovasi melalui pengembangan ide-ide baru, penciptaan produk yang memiliki nilai tambah dan diferensiasi, serta mengikuti pelatihan atau kegiatan yang dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan. Penerapan kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan diharapkan mampu mendorong pengembangan usaha, meningkatkan daya saing, serta memperluas peluang pasar. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian maupun menambahkan variabel lain, seperti literasi digital, modal usaha, atau strategi pemasaran media sosial, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing atas segala arahan, bimbingan, motivasi, serta masukan yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pelaku

UMKM di Kecamatan Brebes yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan informasi yang diperlukan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan seperjuangan atas dukungan, semangat, dan kerja sama yang telah diberikan selama proses penyusunan penelitian hingga artikel ini dapat diselesaikan.

DAFTAR REFERENSI

- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi dan kolaborasi dalam era komunikasi digital. *Jurnal Prosiding Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dharmawangsa*, 8(1), 29–38.
- Danil, M., & Afif, A. (2022). Analisa strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan kinerja usaha *micro*, kecil, dan menengah (UMKM) perspektif etika bisnis Islam (Studi pada Ruang). *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance*, 5(2), 50–61.
- Fatmawati. (2022). Kreativitas dan intelegensi. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4(5), 188–195.
- Febrayanto, C. R., Susiyanti, F., Badan Perencanaan Pembangunan, Pengembangan Daerah, & Kabupaten Brebes. (2024). Tren sektor unggulan dan kualitas pertumbuhan ekonomi Kabupaten Brebes tahun 2018–2022. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 15(225), 494–507. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i3.9848>
- Febriani, E., & Kusumah, P. (2026). Peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing UMKM lokal (Studi kasus: UMKM kue basah di Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung). *Inomatec: Jurnal Inovasi dan Kajian Multidisipliner Kontemporer*, 1(2), 1170–1176.
- Harjanti, R. S., & Utami, E. U. S. (2022). Analisis manajemen keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah kerupuk Lemi Kecamatan Losari Kabupaten Brebes. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 193–201. <https://doi.org/10.24269/iso.v6i2.1327>
- Hermana, A. A., Reva Fajrin, H. M. Y. N., & Saleh, M. Z. (2025). Dampak MEA (*Masyarakat Ekonomi ASEAN*) terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia di era globalisasi. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 51–62. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v4i1.3455>
- Hidayat, M., Latief, F., Nianty, D., Bhasoan, S., & Widiawati, A. (2020). Factors influencing resilience of micro, small, and medium entrepreneurs (MSMEs) during COVID-19 outbreak in South Sulawesi Province, Indonesia, 83, 26707–26721. <https://doi.org/10.31219/osf.io/cme2j>
- Indria, N. A., & Maharani, Y. (2021). Pengaruh kreativitas, inovasi, dan transformasi digital terhadap kewirausahaan UMKM di Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Niaga Bisnis Elektronik (JINBE)*, 1(1), 8–14. <https://doi.org/10.61533/jinbe.v1i1.152>
- Manik, G. C. S., Pohan, M., Simatupung, S. A., & Lubis, P. K. D. (2024). Strategi sukses manajemen kreativitas dan inovasi dalam pengembangan bisnis Ice Cream Pink Chiling Gia. *MES Management Journal*, 3, 239–249. <https://doi.org/10.56709/mesman.v3i1.192>

- Mardasari, L. A. (2020). Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha pada Konveksi Wijaya di Desa Botoran Tulungagung perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 7(2), 109–131.
- Nasution, E. S., & Salsabila, H. (2026). Literature review: Pengaruh inovasi produk dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja usaha pada UMKM fashion di Indonesia. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 2(5), 89–101. <https://doi.org/10.59435/menulis.v2i5.1129>
- Novitasari, T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(2), 184. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i2.13703>
- OECD/Eurostat. (2018). *Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). European Union.
- Pamungkas, A., Wahyono, G. B., & Kurniawan, M. Y. (2022). Pengaruh perilaku inovatif, iklim kerja, dan beban kerja terhadap kinerja pegawai pada BRI Cabang Mojokerto. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 8(1), 1–8.
- Rahayu, N., Putri, S., Nunlehu, M., Madi, M. S., & Khalid, N. (2023). Kreativitas dan inovasi pembelajaran dalam pengembangan kreativitas. *Edukasia: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4, 89–96.
- Ramadhan, I. A., Lesmana, A., Kurniawan, A., & Setyaningrum, R. P. (2025). Pengaruh kreativitas digital dan *self-efficacy* terhadap *competitive advantage* dimediasi *opportunity* pada produk UMKM yoghurt di Bandung Timur. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 3891–3909. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.6746>
- Sastradinata, B., Nuryanti, L., Pratiwi, I. N., & Sulastris, S. (2024). Increasing MSME competitiveness through creativity and innovation in the digital era: Study at Simpang MSME Centers in Purwakarta. *Proceedings of the 8th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2023)*. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3>
- Savina, J. A. (2025). *Peran literasi digital, kreativitas, dan inovasi dalam peningkatan produktivitas pada kelompok usaha peningkatan pendapatan keluarga–Pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga (UP2-PKK) di Kelurahan Beliung Kota Jambi* [Skripsi]. Universitas Jambi.
- Sulaeman, I. (2021). Pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap kemajuan usaha pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (JPPM)*, 2(3), 551–560. <https://doi.org/10.24198/jppm.v2i3.39322>
- Tambunan, I. H., & Simanjuntak, J. F. (2021). Analisis pelaksanaan kas kecil (*petty cash*) pada PT Deli Jaya Samudera. *Journal of Economics and Business*, 3(2), 41–48. <https://doi.org/10.36655/jeb.v3i1.701>
- Yuliani, T. (2020). Pengaruh inovasi dan kreativitas produk industri kapuk terhadap ketahanan ekonomi masyarakat (Studi kasus Jorong Batu Limbak, Nagari Simawang, Kecamatan Rambatan, Kabupaten Tanah Datar). *E-Journal UIN Bukittinggi*, 1–17. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.2074>