



Pengaruh Pengalaman Usaha, Motivasi, dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kelontong Sembako di Kota Bekasi

Rayi Fatimah Zahra^{1*}, Indra Muis²

¹⁻² Program Studi Manajemen, Universitas Bina Insani, Indonesia

*Penulis Korespondensi : rayifatimah075@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of business experience, motivation, and creativity on the business performance of small and medium-sized grocery stores in Bekasi City, both partially and simultaneously. The study employs a quantitative approach with a descriptive-explanatory design. The sample consisted of 120 MSME owners selected using purposive and accidental sampling techniques. Data were collected through a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 27. The results indicate that business experience and creativity have a positive and significant effect on business performance, whereas motivation does not have a significant effect. Collectively, business experience, motivation, and creativity have a significant effect on business performance, explaining 35.3% of the variation in business performance. These findings indicate that increasing business experience and creativity are key factors in improving the performance of grocery MSMEs in Bekasi City. Therefore, MSME owners need to continue developing their experience, knowledge, and creativity to enhance their competitiveness and maintain business performance amid intense business competition.*

Keywords: *Business Experience; Business Performance; Creativity; Motivation; MSMEs.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas terhadap kinerja usaha UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-eksplanatori. Sampel penelitian berjumlah 120 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan accidental sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman usaha dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, sedangkan motivasi tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dengan kemampuan menjelaskan variasi kinerja usaha sebesar 35,3%. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pengalaman usaha dan kreativitas merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu terus mengembangkan pengalaman, pengetahuan, dan kreativitas agar mampu meningkatkan daya saing serta mempertahankan kinerja usaha di tengah persaingan bisnis.

Kata kunci: Kinerja Usaha; Kreativitas; Motivasi; Pengalaman Usaha; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah diakui sebagai sektor yang memainkan peran strategis dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional. Kontribusi UMKM terlihat jelas dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan aktivitas ekonomi, dan peningkatan kesejahteraan sosial (Arifa et al., 2025). Berdasarkan data kementerian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui Sistem Informasi Data Tunggal UMKM (SIDT-UMKM), pada tahun 2025 jumlah UMKM non-pertanian tercatat sebanyak 30.209.069 unit usaha, dengan 28.984.854 pelaku usaha dan mampu menyerap 45.305.983 tenaga kerja (Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah, 2025). Data tersebut menunjukkan UMKM menjadi pilar utama dalam perekonomian Indonesia.

Meskipun pertumbuhan UMKM secara nasional menunjukkan tren positif, hal ini belum sepenuhnya dirasakan di semua sektor. Salah satu sektor yang menghadapi tantangan adalah usaha kelontong sembako, yang merupakan bagian dari sektor ritel tradisional. Jumlah usaha kelontong di Indonesia dilaporkan telah menurun dari sekitar 6,1 juta pada tahun 2007 menjadi sekitar 3,9 juta pada akhir tahun 2025. Penurunan ini didorong oleh ekspansi pesat ritel modern dan proses perizinan yang disederhanakan untuk mendirikan usaha ritel modern (Nurmayanti, 2026). Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang didorong oleh pertumbuhan perdagangan digital juga telah mendorong masyarakat untuk beralih ke metode pembelian yang lebih praktis melalui toko-toko modern dan platform daring (Komalasari & Astuti, 2025). Situasi ini telah menyebabkan penurunan pendapatan pelaku usaha kelontong yang semakin mengancam keberlanjutan usaha mereka (Amri, 2024).

Fenomena ini terlihat di Kota Bekasi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Bekasi (2025) jumlah penduduk meningkat dari 2,598 juta pada tahun 2022 menjadi 2,644 juta pada tahun 2024 dengan tingkat pertumbuhan sebesar 1,04 persen. Peningkatan ini menunjukkan Kota Bekasi memiliki potensi pasar yang signifikan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi warga setempatnya. Namun pertumbuhan ini diiringi oleh meningkatnya jumlah usaha sejenis serta perluasan pusat perbelanjaan modern, seperti pembukaan Living World Grand Wisata, yang telah menyebabkan persaingan yang semakin ketat (Buana, 2025). Oleh karena itu, peningkatan kinerja usaha sangat penting untuk memastikan bahwa usaha kelontong sembako dapat mempertahankan operasionalnya di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Kinerja usaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor internal yang berasal dari pemilik usaha itu sendiri. Faktor-faktor internal ini berkaitan dengan kemampuan dan kualitas individu dalam mengelola bisnis yang dapat mempengaruhi kinerja usahanya (Susilo & Alfiyana, 2024). Pada penelitian ini faktor-faktor internal diukur melalui variabel pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas. Pengalaman usaha dianggap dapat meningkatkan kemampuan wirausahawan dalam memahami kondisi pasar dan mengambil keputusan yang tepat sehingga menghasilkan kinerja usaha yang lebih baik (Sibarani, 2025). Motivasi berperan sebagai kekuatan internal yang dapat meningkatkan dorongan kewirausahaan dalam mengembangkan bisnis (Nikmah & Nurhidayati, 2025). Kreativitas sangat penting bagi wirausahawan untuk menghasilkan ide-ide baru dalam pengembangan produk, penyediaan layanan dan strategi pemasaran yang selaras dengan permintaan pasar (Bakrie et al., 2024).

Hubungan antara pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha telah diteliti secara mendalam pada penelitian-penelitian sebelumnya, yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak konsisten. Pengaruh pengalaman usaha terhadap kinerja usaha terbukti signifikan oleh (Ananda et al., 2023; Gunawan & Suandana, 2024; Novianty & Handoyo, 2025). Namun hasil berbeda ditemukan oleh (Sudarto & Juliardi, 2025) yang memperoleh hasil pengalaman usaha tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

Pada variabel motivasi pengaruh signifikan di temukan oleh (Jon et al., 2023; Lami et al., 2024; Nikmah & Nurhidayati, 2025). Hasil tidak signifikan variabel motivasi terhadap kinerja usaha di temukan oleh (Amanda & Suwandi, 2024) dan (Jitmau & Indrasari, 2025). Hasil yang tidak konsisten juga diperoleh untuk variabel kreativitas, yang diteliti oleh (Puspita et al., 2025; Tiara et al., 2023; Wasim et al., 2024) menunjukkan hasil signifikan dari hasil pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha. Hasil tidak signifikan di tunjukkan pada penelitian (Anderson & Hidayah, 2023). Perbedaan dalam temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pengaruh pengalaman usaha, motivasi, dan inovasi terhadap kinerja usaha.

Selain kesenjangan penelitian kesenjangan praktis juga masih ditemukan pada Sebagian besar penelitian yang telah dilakukan hingga saat ini berfokus pada industri makanan dan minuman, industri kreatif, serta usaha kecil dan menengah secara umum. Namun, masih sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, yang lingkungan persaingannya telah terpengaruh oleh ekspansi ritel modern dan perubahan perilaku konsumen. Kebaruan penelitian ini terdapat pada pengkajian ulang mengenai pengaruh pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas terhadap kinerja usaha UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, yang berada di lingkungan yang ditandai oleh persaingan ritel modern dan perdagangan digital.

Berdasarkan fenomena empiris, research gap, dan kebaruan penelitian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas terhadap kinerja usaha UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, baik secara parsial maupun simultan.

2. KAJIAN TEORITIS

Resource Based View (RBV)

Penelitian ini didasarkan pada Resource Based View (RBV) yang dikemukakan oleh Barney & Hesterly (2019) RBV berpendapat bahwa keunggulan bersaing dan kinerja suatu perusahaan dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengelola sumber daya internal yang

dimilikinya secara baik. Sumber daya tersebut meliputi aset, kapabilitas, dan pengetahuan, serta sumber daya tak berwujud yang dapat menciptakan nilai. RBV menekankan bahwa sumber daya yang dimiliki harus memiliki karakteristik berharga *valuable*, langka *rare*, sulit ditiru *imperfectly imitable*, dan tidak dapat digantikan *non-substitutable* (VRIN) agar dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam penelitian ini, pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas dipandang sebagai sumber daya internal yang berperan dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM. Pengalaman usaha mencerminkan *human capital* yang diperoleh melalui proses pembelajaran selama menjalankan usaha. Motivasi merupakan *intangible resource* yang mendorong pelaku usaha untuk mencapai tujuan usaha secara berkelanjutan. Sementara itu, kreativitas merupakan *capability* yang memungkinkan pelaku usaha menghasilkan ide, inovasi, serta nilai tambah dalam menghadapi persaingan. Oleh karena itu, semakin baik pengelolaan sumber daya internal tersebut, semakin tinggi pula kinerja usaha yang dapat dicapai.

Pengalaman Usaha

Pengalaman *experience* merupakan pengalaman yang dimiliki pembisnis dalam menjalankan usahanya dalam jangka waktu tertentu sehingga dapat membantu dalam menentukan, mengelola, dan mengembangkan usaha sesuai dengan kemampuan dan bakat yang dimilikinya (Nurdelila et al., 2022).

Pengalaman usaha diukur menggunakan indikator yang telah dikemukakan oleh (Hidayat et al., 2022) yaitu : Lama waktu usaha, Tingkat pengetahuan dan keterampilan, dan Penguasaan terhadap pekerjaan dan peralatan.

Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang membuat wirausahawan memulai dan mengembangkan usaha, sehingga menjadi dasar dalam mendorong pencapaian tujuan usaha dan peningkatan kinerja (Putra et al., 2024).

Motivasi dapat diukur menggunakan indikator yang berdasarkan teori Achievement motivation Theory yang dikemukakan oleh McClelland dalam (Jasmin & Sudirman, 2025) sebagai berikut: Motif, Harapan, dan Insentif.

Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan ide, solusi, maupun inovasi baru yang dapat memberikan nilai tambah bagi usaha (Setiawati et al., 2025). Kreativitas menjadi salah satu faktor kunci dalam memperkuat daya saing bisnis, karena hal ini memungkinkan para pengusaha untuk merancang produk, layanan, dan strategi pemasaran mereka sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

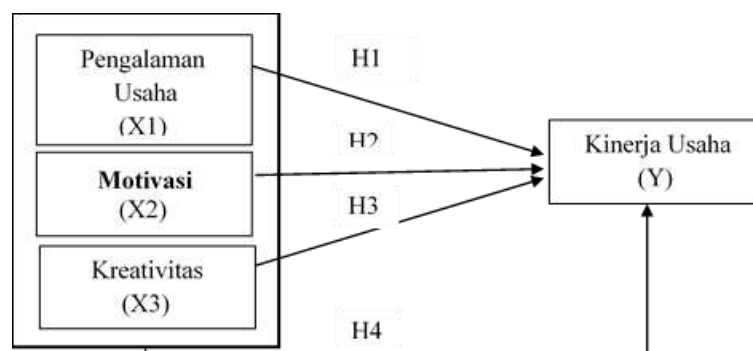
Indikator yang dapat diukur pada variabel kreativitas menurut Setiawati et al. (2025) yaitu : Pengalaman baru *openness to experience*, Pengembangan ide *originality and elaboration*, dan Rasa ingin tahu *curiosity*.

Kinerja Usaha

Kinerja diartikan sebagai tingkat pencapaian hasil kerja suatu usaha secara menyeluruh yang diukur berdasarkan standar performance measurement yang telah ditentukan dan disepakati dalam entitas usaha tersebut (Purba et al., 2021).

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja usaha menurut (Suardhika, 2021) yaitu : Profitabilitas, Produktivitas, dan Aspek pasar

Kerangka konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H1: Pengalaman usaha berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

H2: Motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

H3: Kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

H4: Pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas secara simultan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain penelitian deskriptif eksplanatori. Jenis penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik variabel penelitian sekaligus mengukur pengaruh pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas terhadap kinerja usaha UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi (Sudirman & Astawa, 2024).

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi. Jumlah populasi yang sebenarnya tidak diketahui karena tidak ada data statistik resmi mengenai jumlah pedagang tersebut di Kota Bekasi. Oleh karena itu, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel non-probability, yang menggabungkan purposive sampling dan accidental sampling. Purposive sampling untuk menentukan responden yang memenuhi kriteria penelitian yaitu UMKM kelontong sembako yang menjalankan usaha di

kota bekasi. Selanjutnya accidental sampling digunakan untuk memilih responden yang secara kebetulan ditemui peneliti dan memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian (Irawan & Gunawan, 2025).

Jumlah sampel ditentukan menggunakan pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al. (2019), yaitu sebanyak 5-10 indikator penelitian. Penelitian ini menggunakan 12 indikator, sehingga jumlah sampel ditetapkan sebanyak 120 responden (10×12). Jumlah ini dianggap telah mencapai ukuran sampel minimum yang direkomendasikan untuk analisis regresi dan mampu memberikan estimasi parameter yang memadai.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, dan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen pendukung lainnya.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju hingga skor 5 menunjukkan sangat setuju. skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial (Sembiring et al., 2024).

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistik versi 27. Sebelum analisis dilakukan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya terhadap 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan responden penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memenuhi kriteria valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2023). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda yang didahului dengan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2) dengan tingkat signifikansi sebesar 5% (Zahriyah et al., 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Bekasi dan mengambil sampel 120 pelaku usaha UMKM yang mengelola toko kelontong sembako. Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 7 April hingga 5 Mei 2026 melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan daring. Data yang di peroleh selanjutnya dianalisis menggunakan *IBM SPSS Statistics Version 27* yang menghasilkan informasi mengenai karakteristik responden, analisis deskriptif variabel, uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Hasil Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Lokasi Usaha	Bantargebang	53	44,2
	Bekasi selatan	23	19,2
	Rawalumbu	12	10,0
	Bekasi Barat	8	6,7
	Bekasi Timur	8	6,7
	Jatiasih	5	4,2
	Mustika Jaya	4	3,3
	Pondok Gede	3	2,5
	Bekasi Utara	3	2,5
	Jatisampurna	1	0,8
Total		120	100
Lama Usaha	1-3 tahun	39	32,5
	4-6 tahun	35	29,2
	7-10 tahun	26	22,7
	>10 tahun	20	16,7
Total		120	100
Usia Pemilik Usaha	<25 tahun	38	7,5
	25-35 tahun	35	27,5
	36-45 tahun	49	40,8
	>45 Tahun	29	24,2
Total		120	100
Pendidikan Terakhir	SD	7	5,8
	SMP	36	30,0
	SMA/SMK	63	52,5
	Diploma/Sarjana	14	11,7
Total		120	100

Sumber : Data diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas merupakan pelaku UMKM kelontong sembako yang berlokasi di Kecamatan Bantargebang, berada pada rentang waktu usia produktif, telah menjalankan usaha selama 1-3 tahun, serta memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK. Menunjukkan bahwa responden memiliki latar belakang yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga mampu memberikan informasi yang relevan mengenai pengalaman usaha, motivasi, kreativitas, dan kinerja usaha.

Hasil Analisis Data

Analisis Deskriptif Variabel

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memahami gambaran umum persepsi responden terhadap variabel-variabel pengalaman bisnis, motivasi, kreativitas, dan prestasi bisnis. Dengan menggunakan nilai rata-rata masing-masing variabel, diidentifikasi kecenderungan penilaian responden terhadap variabel-variabel yang diteliti (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2023). Hasil analisis statistik deskriptif ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel.

Variabel	Mean	Kategori
Pengalaman usaha	4,13	Tinggi/Baik
Motivasi	4,24	Sangat Tinggi/Sangat Baik
Kreativitas	4,14	Tinggi/Baik
Kinerja Usaha	3,97	Tinggi/Baik

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan Tabel 2, motivasi memiliki skor rata-rata tertinggi sebesar 4,24 dan diklasifikasikan dalam kategori “Sangat Tinggi/Sangat Baik”. Sementara, variabel kreativitas (4,14), pengalaman usaha (4,13), dan kinerja usaha (3,97) diklasifikasikan dalam kategori “Tinggi/Baik”. Hasil ini menunjukkan bahwa pemilik UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi memiliki persepsi positif terhadap semua faktor yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan terhadap 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan sampel penelitian untuk memastikan bahwa Instrumen penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga dapat digunakan untuk mendapatkan data penelitian dasar (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2023).

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah item	Rentang r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pengalaman usaha	6	0,584-0,855	0,361	Valid
Motivasi	6	0,589-0,819	0,361	Valid
Kreativitas	6	0,618-0,767	0,361	Valid
Kinerja usaha	6	0,775-0,870	0,361	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh hasil bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel (0,361). Sehingga seluruh item instrumen dinyatakan valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Cronbach's	Standar nilai	Keterangan
Pengalaman usaha	0,818		0,70	Reliabel
Motivasi	0,816		0,361	Reliabel
Kreativitas	0,809		0,361	Reliabel
Kinerja usaha	0,894		0,361	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,70 sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
Jumlah Sampel (N)	120
Kolmogorov-Smirnov	0,73
Asymp.Sig.(2-tailed	171
Kriteria	0,05
Kesimpulan	Terdistribusi Normal

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,171, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data penelitian dinyatakan berdistribusi normal, sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linier berganda.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengalaman Usaha	0,617	1,621	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Motivasi	0,551	1,816	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kreativitas	0,646	1,549	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan Tabel 9, nilai Toleransi untuk semua variabel independen lebih besar dari 0,10, dan nilai *Variance inflation factor* (VIF) lebih kecil dari 10. Oleh karena itu, tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, dan variabel-variabel tersebut pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas dapat digunakan dalam analisis regresi linier berganda.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glesjer)

Variabel	Sig.	Kriteria	Kesimpulan
Pengalaman Usaha	0,209	Sig.>0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Motivasi	0,864	Sig.>0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kreativitas	0,524	Sig.>0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan Tabel 10, nilai signifikan yang diperoleh variabel pengalaman usaha, motivasi, dan kreativitas masing-masing adalah 0,209, 0,864, dan 0,524. Karena semua nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05, hasil yang dapat disimpulkan adalah tidak adanya bukti heteroskedastisitas dalam model regresi. Model regresi ini memenuhi salah uji satu asumsi klasik dan layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Analisis Regresi linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	T-hitung	Sig.
Konstanta	5,499	2,304	0,023
Pengalaman Usaha	0,281	3,162	0,002
Motivasi	0,096	0,823	0,412
Kreativitas	0,359	3,715	<0,001

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Persamaan regresi diperoleh: $Y = 5,499 + 0,281 (X_1) + 0,096 (X_2) + 0,359 (X_3)$

Tabel 9. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F-hitung	Sig.
Regresi	205,919	3	68,640	22,658	<0,001
Residual	351,406	116	3,029		
Total	557,325	119			

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Nilai F-hitung: 22,658 (sig. <0,001) yang lebih kecil dari 0,05 pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Diartikan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,608	0,369	0,353

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026).

Berdasarkan tabel 13, nilai R Square diperoleh sebesar 0,369 yang menunjukkan bahwa 36,9% variabel kinerja usaha dapat dipengaruhi oleh pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas dan 63,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Pengalaman Usaha terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kelontong Sembako di Kota Bekasi, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 (<0,05) dan koefisien regresi sebesar 0,281. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengalaman yang dimiliki pemilik usaha, semakin baik kemampuan dalam mengelola usaha sehingga kinerja usaha meningkat.

Temuan ini didukung teori *Resource Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa pengalaman sebagai sumber daya internal (*Human Capital*) dapat menjadi keunggulan kompetitif apabila dimanfaatkan secara efektif (Barney & Hesterly, 2019). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Novianty & Handoyo (2025), Gunawan & Suandana (2024), Ananda et al. (2023) yang menyatakan pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Sudarto & Juliardi (2025)

yang menyatakan bahwa pengalaman usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil perbedaan temuan ini dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik, dan jenis usaha yang diteliti.

Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, dengan nilai signifikansi sebesar 0,412 ($>0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,096, yang menunjukkan bahwa motivasi yang dimiliki pelaku usaha belum mampu meningkatkan kinerja usaha secara nyata, kondisi tersebut mengindikasikan berdasarkan teori *Resource Based View* (RBV) Barney & Hesterly, (2019), motivasi salah satu sumber daya internal yang perlu didukung oleh kapabilitas lain agar mampu menghasilkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan variabel kinerja usaha berdasarkan teori (Barney & Hesterly, 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Amanda & Suwandi (2024) dan Jitmau & Indrasari (2025) yang menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi, dengan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ (0,05) dan koefisien regresi sebesar 0,359. Hal ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki pelaku usaha, semakin baik kinerja usaha yang dihasilkan.

Kreativitas membantu pelaku usaha dalam mengembangkan ide dan strategi untuk meningkatkan kinerja usahanya. *Resource Based View* (RBV), kreativitas merupakan sumber daya tidak berwujud (*intangible resource*) yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif (Barney & Hesterly, 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan (Puspita et al., 2025), (Wasim et al., 2024), dan (Tiara et al., 2023) yang menyatakan kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha. Berbeda dengan (Anderson & Hidayah, 2023) yang menyatakan hasil penelitiannya tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Pengaruh Pengalaman Usaha, Motivasi, dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 22,658 dengan nilai signifikansi $<0,001$ (0,05). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama mampu meningkatkan kinerja usaha. Pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas menurut teori *Resource Based View* (RBV) merupakan sumber daya internal yang menciptakan keunggulan kompetitif apabila dikelola secara efektif sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha

(Barney & Hesterly, 2019). Dibuktikan dengan nilai R Square sebesar 0,353 menunjukkan bahwa sebesar 35,3% variabel kinerja usaha dapat dijelaskan oleh pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas dan 64,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian mengenai penelitian mengenai pengaruh pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha UMKM kelontong di Kota Bekasi disimpulkan bahwa pengalaman usaha dan kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha, sedangkan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Selain itu pengalaman usaha, motivasi dan kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, yang menunjukkan bahwa peningkatan kinerja usaha lebih di pengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan pengalaman dan kreativitas sebagai sumber daya internal.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada UMKM kelontong sembako di Kota Bekasi dan menggunakan tiga variabel independen, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh sektor UMKM. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan wilayah penelitian serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kinerja usaha, seperti orientasi kewirausahaan, kemampuan digital, akses permodalan, atau literasi keuangan agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Amanda, S. D., & Suwandi, S. (2024). Pengaruh pengetahuan akuntansi dan motivasi kerja terhadap kinerja UMKM dengan penggunaan informasi akuntansi sebagai variabel mediasi (studi pada pelaku UMKM di Kabupaten Gresik). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(4), 74–91.
- Amri, A. (2024). Dampak Persaingan Ritel Modern Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Banda Aceh: Analisis Review Alfamart dan Indomaret. *Jurnal Ilmiah Basis Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 17–33.
- Ananda, Y., Machasin, M., & Fitri, K. (2023). Pengaruh Pengalaman Usaha, Teknologi Informasi dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 9(2), 251–260.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh kreativitas produk, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja ukm. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194.
- Arifa, I., Choiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, A., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376–5385.

- Badan Pusat Statistik Kota Bekasi. (2025). *Kota Bekasi Dalam Angka 2025*.
- Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh kreativitas umkm serta kontribusinya di era digitalisasi terhadap perekonomian indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts* (6th ed.). Pearson Education Limited. <https://www.pearson.com>
- Buana, G. (2025). *Bekasi Bangkit sebagai Destinasi Ritel, Bertambah 1 di Wilayah Tambun*. MediaIndonesia. <https://mediaindonesia.com/megapolitan/746321/bekasi-bangkit-sebagai-destinasi-ritel-bertambah-1-di-wilayah-tambun>
- Gunawan, K., & Suandana, N. (2024). Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja Ukm (Studi pada UKM di Kabupaten Buleleng Bali). *Widya Amerta*, 11(1), 129–151.
- Hidayat, R., Alliyah, S., Sari, D. A., & Dewi, N. G. (2022). *Investasi Berbasis Teknologi Informasi dan Kinerja UMKM: Kajian Teori Investasi dan Technology Acceptance Model*. Penerbit NEM.
- Jasmin, J., & Sudirman, M. S. (2025). *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Penerbit Widina.
- Jitmau, Y., & Indrasari, M. (2025). Pengaruh Pelatihan, Pembinaan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Melalui Kompetensi Sebagai Variabel Intervening Pada Kota Sorong. *Journal of Innovation Research and Knowledge*. <https://doi.org/10.53625/jirk.v5i5.11416>
- Jon, E. L., Fanggidae, R. E., Salean, D. Y., & Nursiani, N. P. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Pada Wisata Kuliner Di Labuan Bajo Manggarai Barat. *Glory Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(3), 521–534.
- Kementrian Usaha Mikro Kecil dan Menengah, R. I. (2025, June 15). *UMKM Jadi Motor Penggerak Pertumbuhan Ekonomi Lokal*. Kementerian UMKM Republik Indonesia. <https://umkm.go.id/news/wakjm8mp18n9wcyas961encd>
- Komalasari, C., & Astuti, D. (2025). Strategi Bertahan dan Berkembang pada UMKM Kelontongan di Tengah Persaingan. *Journal of Business Economics and Management* | E-ISSN: 3063-8968, 1(4), 960–962.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif (Edisi Revisi)*. Yayasan Kita Menulis.
- Lami, Y. A. L., Fanggidae, R. E., & Nursiani, N. P. (2024). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Orientasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Sektor Kuliner UMKM Kecamatan Oebobo, Kota Kupang). *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 11–17.
- Nikmah, N. L. J., & Nurhidayati, A. (2025). Pengaruh Motivasi Kewirausahaan, Budaya Kerja, Dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Pelaku Ukm Desa Gedongmulyo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(1).
- Novianty, N., & Handoyo, S. E. (2025). Pengaruh Pengalaman Berwirausaha, Inovasi, dan Efikasi Diri terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(1), 224–232.

- Nurdelila, S. E., Harahap, N. H., SE, M. M., Nurzalinar Joesah, S. E., Indra Surya Permana, M. M., Yusuff, A. A., SE, M. M., Mariyah Ulfah, M. E., Hindarti, I. S., & Yuniawati, R. I. (2022). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Feniks Muda Sejahtera.
- Nurmayanti. (2026). *Terkuak, Jumlah Warung Kelontong Terus Susut Kalah dari Ritel*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/6287307/terkuak-jumlah-warung-kelontong-terus-susut-kalah-dari-ritel>
- Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Revida, E., Purba, S., Purba, P. B., Sari, A. P., Hasyim, H., Yanti, Y., & Butarbutar, M. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah* (p. 36). Yayasan Kita Menulis. <https://repository.stiesultanagung.ac.id/id/eprint/522/1/17>. FullBook Manajemen Usaha Kecil dan Menengah.pdf
- Puspita, A. M. R., Pudjianto, A., & Andayani, S. (2025). PENGARUH KETERAMPILAN, KEMANDIRIAN DAN KREATIVITAS Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 5(03), 14–21.
- Putra, R. W., Yatno, L. D. D., & Kurniawan, M. (2024). *BUKU AJAR KEWIRAUSAHAAN* (Cetakan I). PT Media Penerbit Indonesia.
- Setiawati, L., Yudawisastra, H. G., Sukandi, P., Sari, J. D. P., Tantra, I. W., Sari, O. Y., Darsana, I. M., Ramdani, D., Suminar, R., & Sari, A. (2025). *KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BISNIS*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=22KOEQAAQBAJ>
- Sibarani, A. R. (2025). *Pengaruh Pengalaman Usaha, Self Efficacy dan Self Confidence terhadap Kinerja Pelaku UMKM (Studi Kasus Di Kecamatan Medan Area)*. UNIVERSITAS MEDAN AREA.
- Suardhika, I. N. (2021). *Model Strategi Bersaing Berbasis Sumberdaya Bagi Usaha Kecil Dan Menengah*. CV. Azka Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=C3JXEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sudarto, T. A., & Juliardi, D. (2025). Improving MSME Performance in Mojokerto City: Contribution of Digital Payment Convenience, Accounting Understanding and Business Experience. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(2), 1346–1354.
- Susilo, J. H., & Alfiyana, S. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Kabupaten Bojonegoro. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1572–1579.
- Tiara, D. R., Suherman, E., & Anggela, F. P. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Komunitas UMKM Pengusaha Mebel Madura Di Kabupaten Karawang). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(4), 368–384.
- Wasim, M., Ahmed, S., Kalsoom, T., Khan, M. S., & Rafi-Ul-Shan, P. M. (2024). Market orientation and SME performance: Moderating role of IoT and mediating role of creativity. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 938–965.