



Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Individu, dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner (Studi Kasus Pada Basecamp UNNES Foodcourt)

Kayla Wulansari Wijaya^{1a)}, Rina Rachmawati^{1b)}

Program Studi Pendidikan Tata Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia

^{a)}Corresponding author : kaylawulansariwijaya@students.unnes.ac.id

^{b)}rinarachmawati@mail.unnes.ac.id

Abstract. *This study aims to determine the effect of product innovation, individual creativity, and motivation on the success of culinary businesses at Basecamp UNNES Foodcourt. The background of this study is the importance of developing internal factors of business actors to achieve business success. The population in this study were all business actors at Basecamp UNNES Foodcourt, totaling 28 business actors. The sampling technique used was nonprobability sampling with saturated samples. The data collection method used a questionnaire. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of the study showed that partially the product innovation variable had a positive and significant effect on business success with a significance value of $0.000 < 0.05$. Individual Creativity also had a positive and significant effect on business success with a significance value of $0.001 < 0.05$. While motivation did not have a significant effect on business success because it had a significance value of $0.308 > 0.05$. Simultaneously, the three variables, namely product innovation, individual creativity, and motivation, together significantly influence the success of culinary businesses at the UNNES Foodcourt Basecamp with a significance value of $0.000 < 0.05$. Based on the research results, it is recommended for entrepreneurs to improve technical innovation, hone their ability to elaborate thoughts in individual creativity, and strengthen internal drive and enthusiasm in running a business to support more optimal business success.*

Keywords: *Product Innovation, Individual Creativity, Motivation, Business Success*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kreativitas individu, dan motivasi terhadap keberhasilan usaha kuliner pada Basecamp UNNES Foodcourt. Latar belakang penelitian ini yaitu pentingnya mengembangkan faktor internal pelaku usaha untuk meraih keberhasilan usaha. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha di Basecamp UNNES Foodcourt yang berjumlah 28 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan nonprobability sampling dengan sampel jenuh. Metode pengumpulan data menggunakan angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kreativitas Individu juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Sedangkan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha karena memiliki nilai signifikansi $0,308 > 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel tersebut yaitu inovasi produk, kreativitas individu, dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Basecamp UNNES Foodcourt dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan inovasi teknis, mengasah kemampuan elaborasi pikiran dalam kreativitas individu, serta memperkuat dorongan dan semangat internal dalam menjalankan usaha untuk mendukung keberhasilan usaha yang lebih optimal.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kreativitas Individu, Motivasi, Keberhasilan Usaha

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan tren makanan yang terus berkembang dan meningkatnya jumlah usaha makanan dan minuman. Berdasarkan data BPS (2024), terdapat lebih dari 4,85 juta usaha kuliner di Indonesia, sebagian besar berpusat di Pulau Jawa. Pertumbuhan ini turut

didorong oleh perubahan gaya hidup, meningkatnya konsumsi rumah tangga, dan minat masyarakat, termasuk mahasiswa, untuk berwirausaha di bidang kuliner.

Namun, tingginya persaingan dalam industri ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif, terutama dalam aspek internal seperti inovasi produk, kreativitas individu, dan motivasi. Inovasi mencakup pengembangan ide-ide, penerapan teknologi yang ada, dan meningkatkan kualitas dan desain produk agar sesuai kebutuhan konsumen (Kristian & Gofur, 2022). Kreativitas individu sendiri memiliki arti sebagai kapasitas yang mendorong suatu pemikiran baru dan pendekatan yang lebih baik untuk menyelidiki masalah dan memantau peluang bisnis (Hariyanto & Ie, 2023). Sedangkan motivasi merupakan dorongan yang diberikan dari faktor luar maupun dalam diri individu untuk dijadikan pedoman atau arahan agar maju kearah yang lebih baik (Sarwo, 2020).

Hal ini tercermin dalam dinamika bisnis di Basecamp UNNES Foodcourt, sebuah pusat kuliner yang menjadi lokasi strategis bagi mahasiswa dan masyarakat sekitar untuk membuka usaha. Meskipun ramai pengunjung, tidak semua pelaku usaha mampu bertahan dan berkembang secara optimal, yang diduga berkaitan dengan faktor internal pelaku usaha itu sendiri.

Keberhasilan usaha kuliner tidak hanya bergantung pada produk yang dijual, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, berpikir kreatif, dan memiliki motivasi yang kuat untuk berkembang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk, kreativitas individu, dan motivasi terhadap keberhasilan usaha kuliner di Basecamp UNNES Foodcourt.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu seluruh pelaku usaha di Basecamp UNNES Foodcourt yang berjumlah 28 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan sampling jenuh. Jenis skala yang digunakan yaitu skala likert dengan skor 1 hingga 4. Teknik analisis data dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regres linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu inovasi produk (X_1), kreativitas individu (X_2), dan motivasi (X_3), terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y) baik secara parsial dan simultan. Analisis ini juga digunakan untuk mengidentifikasi signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan perhiungan regresi, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,281 + 0,346 X_1 + 0,448 X_2 + (-0,102) X_3 + e$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk (X_1) dan Kreativitas Individu (X_2) berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha (Y), dengan koefisien inovasi produk sebesar 0,346 dan koefisien kreativitas individu sebesar 0,448. Selain itu uji signifikansi inovasi produk sebesar $0,000 > 0,05$ dan kreativitas individu sebesar $0,001 > 0,05$. Sebaliknya, variabel Motivasi (X_3) memiliki koefisien negatif sebesar -0,102 dan tidak signifikan secara statistik ($p = 0,308 > 0,05$), sehingga tidak berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Nilai konstanta sebesar 10,281 menunjukkan nilai Keberhasilan Usaha ketika semua variabel independen bernilai nol.

Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial, Inovasi Produk (X_1) dan Kreativitas Individu (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha (Y), masing-masing dengan nilai signifikansi 0,000 dan 0,001 ($p < 0,05$), serta t-hitung yang melebihi t-tabel yaitu $3,994 > 1,70113$. Sebaliknya, Motivasi (X_3) tidak berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi sebesar 0,308 ($p > 0,05$) dan t-hitung lebih kecil dari t-tabel yaitu $-1,042 < 1,70113$.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t
		B	Std. Error		
1	(Constant)	10.281	2.497		4.117 .000
	Inovasi Produk	.346	.073	.550	4.740 .000
	Kreativitas Individu	.448	.112	.590	3.994 .001
	Motivasi	-.102	.098	-.154	-1.042 .308
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha					

Uji F menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel independen, yaitu Inovasi Produk, Kreativitas Individu, dan Motivasi, berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan nilai F-hitung sebesar 22,979 yang lebih besar dari F-tabel (3,01) dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$).

Tabel 2. R Square

R Square Simultan	R Square Parsial X_1	R Square Parsial X_2	R Square Parsial X_3
74,2%	52,9%	50%	23,6%

Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa Inovasi Produk memberikan kontribusi parsial sebesar 52,9% terhadap keberhasilan usaha, sedangkan Kreativitas Individu memberikan kontribusi sebesar 23,6%. Secara simultan, ketiga variabel memberikan kontribusi sebesar 74% terhadap Keberhasilan Usaha, menunjukkan bahwa faktor internal pelaku usaha memainkan peran penting dalam mendorong keberhasilan bisnis kuliner di Basecamp UNNES Foodcourt.

Pembahasan dari berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diketahui bahwa Inovasi Produk dan Kreativitas Individu berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha di Basecamp UNNES Foodcourt. Pelaku usaha mampu menciptakan produk baru, melakukan inovasi teknis, serta mengembangkan produk sesuai tren pasar, seperti varian menu baru dan teknik produksi yang efisien. Kreativitas Individu juga tercermin dari antusiasme, pemikiran orisinal, dan ide-ide pemasaran unik yang mampu menarik konsumen. Sebaliknya, Motivasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keberhasilan usaha. Hal ini disebabkan oleh lemahnya dorongan internal, minimnya keikutsertaan dalam pelatihan kewirausahaan, serta orientasi bisnis yang masih jangka pendek. Namun, secara simultan, ketiga variabel Inovasi Produk, Kreativitas Individu, dan Motivasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keberhasilan Usaha, menunjukkan bahwa kombinasi faktor internal pelaku usaha tetap memiliki kontribusi penting dalam mendukung keberhasilan bisnis kuliner di lingkungan tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Walipah (2023) yang menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Anjuari & Hasibuan (2022) menunjukkan kreativitas individu berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Ardiyanti & Mora (2019) menyatakan bahwa motivasi dalam berwirausaha tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Kemudian penelitian Holilurrohman (2023) menjelaskan keberhasilan usaha dipengaruhi oleh inovasi produk, kreativitas individu, dan motivasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, kreativitas individu, dan motivasi terhadap keberhasilan kuliner di Basecamp UNNES Foodcourt, menunjukkan bahwa secara parsial, Inovasi Produk dan Kreativitas Individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000 dan 0,001, serta kontribusi sebesar 52,9% dan 50%. Sebaliknya, Motivasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial, dengan nilai signifikansi 0,308 dan kontribusi sebesar 23,6%. Namun secara simultan, ketiga variabel Inovasi Produk, Kreativitas Individu, dan Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai R Square sebesar 74,2%. Temuan ini menunjukkan bahwa secara kolektif, faktor internal pelaku usaha memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan usaha kuliner di Basecamp UNNES Foodcourt, meskipun secara individu motivasi belum memberikan pengaruh yang berarti.

REFERENSI

- Anjuari, R., & Hasibuan, M. Z. (2022). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Ukm Kuliner Di Desa Bandar Setia Deli Serdang. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 7(2), 73–82.
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa. 10(2), 168–178.
- Lestira, T., Warganegara, P., & Ardila, K. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Kota Bandar Lampung. 7(3), 647–653.
- Gemina, Dwi, Pitaloka, A. W. (2020). Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap Kewirausahaan dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor. *Jurnal Visionida*, 6, 20–32.
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap

- Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 511–518.
- Holilurrohman; Mariatun, I. L. S. Y. (2023). Pengetahuan Minat Usaha, Kreativitas, Inovasi, Motivasi, dan Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kecamatan Bangkalan. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 00, 2313–2316.
- Kristian, D., & Gofur, A. (2022). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Umkm Dipademangan Jakarta Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 106(1), 106–115.
- Nur'ain, H. S. (2022). Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 2(2).
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati (ed.); Cetakan I.). PENERBIT KBM INDONESIA.
- Sarwo, J. (2020). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan , Motivasi , dan Kepemimpinan Transformasional terhadap Keberhasilan Usaha UKM Makanan. II(4), 952–960.
- Walipah, N. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha , Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Manajemen Nusantara (JEAMA)*, 2, 43–48