
DAMPAK KREATIVITAS DAN KOMPETENSI TERHADAP KINERJA UMKM KULINER DI ERA DIGITALISASI (STUDI PADA KELURAHAN SAYANG CIANJUR)

Hany Mutiara Hati¹, Umban Adi Jaya²,
Probo Kusumo³
Universitas Sains Indonesia, Bekasi
Email : hanymutiara29@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan kompetensi terhadap kinerja UMKM kuliner di Kelurahan Sayang Cianjur pada era digitalisasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 50 pelaku UMKM kuliner. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, baik secara parsial maupun simultan. Kreativitas membantu pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk dan strategi pemasaran, sedangkan kompetensi mendukung kemampuan dalam mengelola usaha dan memanfaatkan teknologi digital. Dengan demikian, peningkatan kreativitas dan kompetensi dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha di era digitalisasi.

.Kata Kunci: Kreativitas, Kompetensi, Kinerja UMKM, Digitalisasi

Abstract

This study aims to determine the influence of creativity and competence on the performance of culinary MSMEs in Sayang Village, Cianjur in the digital era. The study used a quantitative method with a sample of 50 culinary MSMEs. Data analysis techniques used included multiple linear regression analysis, t-test, and F-test. The results showed that creativity and competence have a positive and significant effect on MSME performance, both partially and simultaneously. Creativity helps business actors in creating product innovations and marketing strategies, while competence supports the ability to manage businesses and utilize digital technology. Thus, increasing creativity and competence can help MSMEs increase their competitiveness and business success in the digital era.

Keywords: Creativity, Competence, MSME Performance, Digitalization

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini memberikan berbagai manfaat bagi para penggunanya, terutama dalam bentuk teknologi elektronik digital. Di era digital, hampir seluruh aktivitas masyarakat tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan teknologi, sehingga teknologi tersebut telah menjadi bagian yang familiar dan integral dalam kehidupan masyarakat Indonesia (Sari et al., 2024). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di industri kuliner menghadapi potensi sekaligus tantangan yang luar biasa di era digital yang berkembang pesat. Dalam industri makanan, di mana inovasi dan kreativitas sangat penting untuk bertahan dan berkembang, digitalisasi telah mengubah cara perusahaan beroperasi. Untuk meningkatkan produksinya, UMKM perlu siap dan memiliki rencana untuk menggunakan teknologi digital (Riyanto & Azis, 2024). Menurut sarmiento et al., 2024 dalam (Navas et al., 2025), “Industri 4.0 dan evolusi cepat lanskap teknologi telah berdampak signifikan pada penciptaan nilai perusahaan,” yang menunjukkan bahwa UMKM perlu beradaptasi dengan perubahan ini untuk meningkatkan kinerja mereka. Namun karena kurangnya sumber daya, keahlian, dan akses, banyak UMKM di sektor ini belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital (Suprayitno et al., 2025).

Keberadaan UMKM di Indonesia merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Di antara berbagai sektor UMKM, bidang kuliner menjadi yang paling awal berkembang karena sifatnya yang tahan lama dan terus diminati oleh pasar (Andri et al., 2023). Selain berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja, UMKM juga memberikan kontribusi signifikan terhadap stabilitas ekonomi, terutama saat masa krisis

(Trisnawati, 2024). Peran UMKM dalam pembangunan ekonomi semakin terlihat melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Maulana, 2023). Menurut data, UMKM mempekerjakan sekitar 96,9% pekerja Indonesia dan menyumbang sekitar 60,5% PDB negara. (Junianti & Reza, 2025).

Table 1. Dataset Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Skala Usaha di Kabupaten Cianjur

N o	Nama Kab. Kota	Skala Usaha	Jumlah UMKM	Satuan	Tah un
1	KABUPAT EN CIANJUR	MIKR O	59014	UNIT USAHA	2023
2	KABUPAT EN CIANJUR	KECI L	4963	UNIT USAHA	2023
3	KABUPAT EN CIANJUR	MENE NGA H	185	UNIT USAHA	2023
4	KABUPAT EN CIANJUR	MIKR O	60014	UNIT USAHA	2024
5	KABUPAT EN CIANJUR	KECI L	4963	UNIT USAHA	2024
6	KABUPAT EN CIANJUR	MENE NGA H	185	UNIT USAHA	2024
7	KABUPAT EN CIANJUR	MIKR O	61747	UNIT USAHA	2025
8	KABUPAT EN CIANJUR	KECI L	4963	UNIT USAHA	2025
9	KABUPAT EN CIANJUR	MENE NGA H	185	UNIT USAHA	2025

Sumber dataset Kabupaten Cianjur

Peningkatan jumlah unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Cianjur, sebagaimana tercantum pada Tabel 1, terlihat signifikan pada segmen usaha mikro. Jumlah unit usaha mikro

Hal 75-85

meningkat dari 59.014 pada tahun 2023 menjadi 61.747 pada tahun 2025. Tren kenaikan tersebut mengindikasikan peran strategis UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Dominasi usaha mikro menandakan tingkat partisipasi kewirausahaan yang relatif tinggi di kalangan masyarakat Cianjur, dengan konsentrasi pada sektor kuliner—sektor yang umumnya memiliki hambatan masuk rendah dan permintaan pasar yang relatif stabil.

Di Kelurahan Sayang, Kabupaten Cianjur, terjadi peningkatan jumlah unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kelurahan ini memiliki potensi substansial untuk pengembangan UMKM sektor kuliner karena lokasinya yang strategis dan kedekatannya dengan pusat aktivitas masyarakat serta lembaga pendidikan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa proses digitalisasi mulai terintegrasi dalam aktivitas operasional UMKM di tingkat kelurahan. Sejumlah pelaku usaha kuliner memanfaatkan kemajuan teknologi digital—termasuk platform e-commerce dan media sosial—sebagai saluran pemasaran produk.

Meskipun jumlah UMKM mengalami peningkatan, kapasitas pelaku usaha untuk mengelola bisnis secara efektif dalam konteks digitalisasi belum sepenuhnya memadai. Sejumlah UMKM di Kelurahan Sayang masih menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya terkait pemasaran digital, pengelolaan konten promosi, dan pemanfaatan media sosial untuk komunikasi dengan konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Santoso et al., 2025), yang melaporkan bahwa beberapa UMKM di Kabupaten Cianjur mengalami kesulitan dalam

mengimplementasikan strategi pemasaran digital akibat keterbatasan kemampuan menggunakan teknologi informasi. Menurut sumber (Aisyah & Faidah, 2024) kewirausahaan sangat erat kaitannya dengan kreativitas, dimana kemampuan berpikir kreatif dianggap sebagai aset utama bagi para wirausahawan. Selain itu, kemampuan kreativitas dan kompetensi pelaku usaha menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan UMKM di era digital. Kreativitas diperlukan agar pelaku usaha mampu menciptakan inovasi produk, strategi pemasaran yang menarik, serta mampu mengikuti perubahan tren pasar yang terus berkembang. Sementara itu, kompetensi dibutuhkan agar pelaku UMKM mampu mengelola usaha secara efektif, memahami penggunaan teknologi digital, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penelitian oleh (Hariyanto & Ie, 2023) menjelaskan bahwa kreativitas, pengetahuan kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM.

Dalam konteks perubahan yang terus berlangsung, terutama di bidang kewirausahaan, kreativitas menjadi kunci untuk menghasilkan nilai unik baik dalam produk, layanan, maupun strategi pemasaran (Vuong, 2025). Penelitian oleh Wang et al. (2022) dan El Kassar et al. (2022) menunjukkan bahwa kreativitas karyawan tidak hanya mendorong inovasi produk dan layanan, tetapi juga meningkatkan daya saing serta keberlanjutan bisnis (Yesuf, 2024). Sebagaimana dinyatakan oleh (Vuong, 2025), kreativitas organisasi memiliki peran strategis dalam inovasi bisnis, pengembangan produk, peningkatan proses manajemen, dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana kreativitas dan keterampilan mempengaruhi kinerja

Menurut (Meta Indah Tiara et al., 2023) agar UMKM dapat beroperasi dengan sukses, kompetensi sangat penting bagi operasi perusahaan mereka. Kompetensi, baik dari segi teknis maupun perilaku, merupakan fondasi utama keberhasilan dalam menerapkan strategi digital dan mengelola usaha (Maulana, 2023). Pengetahuan, kemampuan, dan sifat pribadi termasuk motivasi, nilai, dan sikap yang mendukung pelaksanaan tugas sebaik mungkin biasanya dimiliki oleh wirausahawan sukses. (Hariyanto & Ie, 2023). Oleh karena itu, pengembangan kompetensi wirausaha perlu terus ditingkatkan agar dapat beradaptasi dengan dinamika interaksi konsumen, termasuk dalam pengembangan produk, pemasaran, dan inovasi (Aisyah & Faidah, 2024).

Oleh karena itu, mengingat pentingnya peran kreativitas dan kompetensi dalam meningkatkan kinerja UMKM kuliner di tengah tantangan digitalisasi yang semakin kompleks, serta kurangnya kemampuan penggunaan teknologi informasi sebagai media pemasaran pada UMKM daerah Cianjur dalam penelitian (Djuarni et al., 2024) maka perlu dilakukan analisis mendalam untuk memahami sejauh mana kedua faktor tersebut berpengaruh, baik secara individual maupun simultan, terhadap keberhasilan UMKM di Kelurahan Sayang Cianjur. Hal ini menjadi landasan utama dalam merumuskan permasalahan penelitian berikut.

PENELITIAN TERDHLU

Kreativitas

Kreativitas adalah suatu pemikiran yang cemerlang untuk memiliki ide-ide baru dalam menciptakan sebuah hal yang belum pernah ada sebelumnya atau divariasi dalam

bentuk yang berbeda (Damayanti & Sitohang, 2025). Kreativitas diukur melalui indikator seperti kapasitas berinovasi, kemampuan berkreasi, menguasai pangsa pasar, dan fleksibel mengikuti tren dari (P. Julius F, Nagel, 2021). Variabel ini erat kaitan dengan kewirausahaan, di mana kemampuan berpikir kreatif jadi aset utama untuk menciptakan nilai unik di produk, layanan, atau strategi pemasaran, seperti disebut (Aisyah & Faidah, 2024) dan (Vuong, 2025) Kreativitas dorong inovasi, tingkatkan daya saing, dan keberlanjutan bisnis UMKM, termasuk kuliner.

Kompetensi

Teori yang dikemukakan oleh Spencer dan Spencer (1993) dalam (Elsyadai et al., 2025), bahwa kompetensi merupakan karakteristik dasar individu yang berkaitan langsung dengan kinerja efektif dalam pekerjaan. Kompetensi mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dari (Hidayati et al., 2024). Ini jadi fondasi sukses UMKM dalam strategi digital, operasional, dan adaptasi dinamika konsumen, seperti dijelaskan (Meta Indah Tiara et al., 2023) dan (Maulana, 2023). Wirausahawan sukses punya pengetahuan, skill, serta sikap yang dukung tugas optimal, termasuk inovasi produk dan pemasaran.

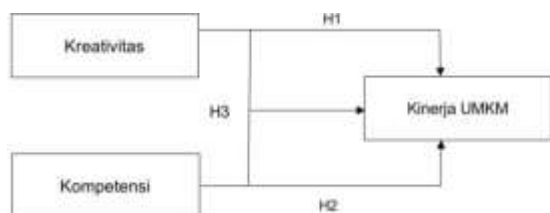
Kinerja UMKM

Aribawa (2016) dalam (Dewi et al., 2022) menyatakan bahwa kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dilakukan oleh seorang individu, yang dapat dicapai dalam organisasi dan dalam jangka waktu tertentu dalam tugas individu, dan terkait dengan ukuran nilai atau standar organisasi. Kinerja UMKM diindikasikan oleh pertumbuhan keuntungan, jumlah pelanggan, penjualan, dan aset dari (Sukriani, 2022)

Model Penelitian

Mengacu pada penelitian sebelumnya dan landasan teori yang telah dikemukakan di atas, maka dapat disajikan model penelitian yang dituangkan dalam gambar berikut.

Gambar 1. Model Penelitian



METODE

Penelitian ini dilakukan pada UMKM kuliner di Kelurahan Sayang, Cianjur. Populasi penelitian adalah pelaku UMKM kuliner yang menggunakan media digital dalam kegiatan usahanya, namun jumlah populasi tidak diketahui secara pasti karena keterbatasan data resmi dari pihak kelurahan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria UMKM telah beroperasi minimal 6 bulan dan menggunakan minimal satu platform digital, baik media sosial maupun e-commerce. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner berbasis skala Likert 1–5 yang disusun berdasarkan indikator variabel kreativitas, kompetensi, dan kinerja UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS Statistics dengan metode regresi linear berganda. Sebelum dilakukan analisis, data terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan ketepatan dan konsistensi instrumen penelitian.

Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas

untuk memastikan model regresi memenuhi syarat analisis. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial dan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan variabel kreativitas dan kompetensi terhadap kinerja UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Uji Instrumen

Uji Validitas

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket
X1.1	0,668	0,278	Valid
X1.2	0,625	0,278	Valid
X1.3	0,65	0,278	Valid
X1.4	0,641	0,278	Valid
X1.5	0,747	0,278	Valid
X1.6	0,536	0,278	Valid
X1.7	0,586	0,278	Valid
X1.8	0,672	0,278	Valid
X2.1	0,487	0,278	Valid
X2.2	0,699	0,278	Valid
X2.3	0,727	0,278	Valid
X2.4	0,723	0,278	Valid
X2.5	0,607	0,278	Valid
X2.6	0,649	0,278	Valid
Y.1	0,644	0,278	Valid
Y.2	0,763	0,278	Valid
Y.3	0,742	0,278	Valid
Y.4	0,606	0,278	Valid
Y.5	0,781	0,278	Valid
Y.6	0,566	0,278	Valid
Y.7	0,822	0,278	Valid
Y.8	0,674	0,278	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel kreativitas, kompetensi, dan kinerja UMKM memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,278) serta nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh indikator penelitian dinyatakan valid dan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat, sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

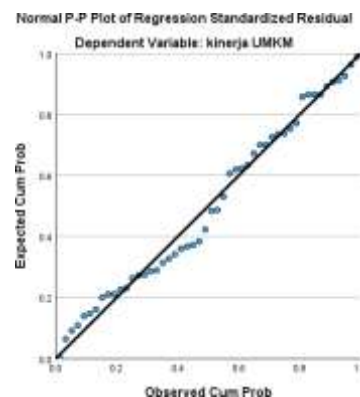
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas semua variabel penelitian memiliki nilai reliabilitas di atas batas minimum yang ditetapkan, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel, berdasarkan hasil uji reliabilitas Cronbach's Alpha. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel kinerja, kreativitas, dan kompetensi UMKM.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan analisis normalitas, data yang diteliti menunjukkan nilai signifikansi yang lebih tinggi dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Oleh karena itu, model regresi memenuhi kriteria normalitas dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.



Berdasarkan gambar uji normalitas Histogram Residual, terlihat bahwa pola distribusi data membentuk kurva menyerupai lonceng (bell shaped) dan penyebaran data berada di sekitar garis tengah. Hal ini menunjukkan bahwa residual pada model regresi terdistribusi secara normal atau mendekati normal.

Selain itu, tidak terlihat adanya penyimpangan yang terlalu jauh ke kiri maupun ke kanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi. Dengan demikian, data penelitian layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Multikolineritas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.84594493
Most Extreme Differences	Absolute		.098
	Positive		.098
	Negative		-.063
Test Statistic			.098
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.266 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.259
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.248
		Upper Bound	.270

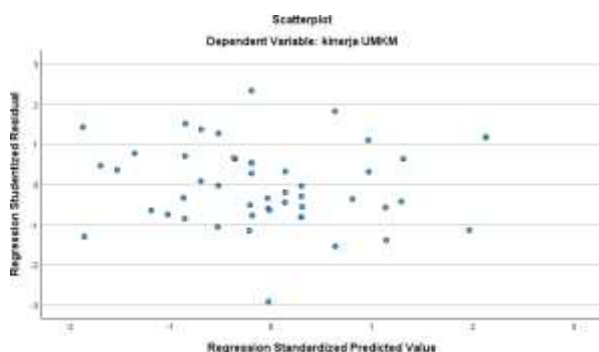
- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	7.027		1.294	.202	
	Kreativitas	.413	.159	.267	.259	.755
	Kompetensi	.404	.225	.253	.080	.755

a. Dependent Variable: kinerja UMKM

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen; nilai Tolerance seluruh variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih rendah dari 10. Dengan demikian, model regresi dinyatakan dengan baik dan memenuhi asumsi klasik

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan analisis mengenai heteroskedastisitas, semua variabel independen menunjukkan nilai signifikansi di atas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model penelitian memenuhi syarat asumsi klasik dan dapat digunakan.

Hasil Uji hipotesis

Uji Kelayakan Model Parsial (Uji t) Variabel X1 terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	12.401	4.631		2.678	.018
	Kreativitas	.554	.141	.492	3.920	<.001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis t, variabel inovasi menunjukkan nilai signifikan di bawah 0,05, yang berarti bahwa kreativitas memberikan dampak positif dan penting terhadap performa UMKM. Ini menandakan

bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas para pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk, merespon tren pasar, dan merancang strategi pemasaran, maka kinerja UMKM di sektor kuliner dalam era digital juga akan semakin meningkat.

Uji Kelayakan Model Parsial (Uji t) Variabel X2 terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.326	5.144		2.591	.013
	Kompetensi	.694	.207	.435	3.345	.002

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil uji t, variabel kompetensi memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola bisnis serta memanfaatkan teknologi digital mampu meningkatkan kinerja UMKM kuliner secara lebih efektif dan optimal.

Uji Kelayakan Model Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.407	2	148.703	9.643	<.001 ^b
	Residual	724.773	47	15.421		
	Total	1022.180	49			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM
b. Predictors: (Constant), Kompetensi, Kreativitas

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel kreativitas dan kompetensi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini berarti kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan dan memengaruhi peningkatan kinerja UMKM kuliner di Kelurahan Sayang Cianjur.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM kuliner di Kelurahan Sayang Cianjur, diketahui bahwa kreativitas dan kompetensi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di era digitalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan inovasi serta memiliki kompetensi yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha kuliner di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat. Kreativitas dan kompetensi membantu pelaku UMKM untuk mampu bertahan, berkembang, dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Kreativitas terlihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan variasi produk, mengikuti tren pasar, menghasilkan ide-ide baru, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi yang menarik dan efektif. Secara praktis, kreativitas UMKM terlihat dari cara pelaku usaha memanfaatkan Instagram untuk menampilkan foto produk dan Reels proses pembuatan, menggunakan WhatsApp Business untuk pemesanan dan katalog layanan, serta berkolaborasi dengan micro-influencer untuk memperluas jangkauan; selain itu, inovasi seperti paket tematik, kemasan menarik, dan integrasi dengan platform delivery (GoFood/GrabFood) membantu meningkatkan aksesibilitas produk dan frekuensi pembelian. Pelaku UMKM yang kreatif cenderung lebih mampu menarik perhatian konsumen sehingga berdampak pada peningkatan jumlah pelanggan, penjualan, dan keuntungan usaha. Selain itu, penggunaan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan platform digital lainnya turut membantu pelaku usaha dalam memperluas

pemasaran produk secara lebih cepat dan efisien. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Trisnawati, 2024) yang menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi mampu meningkatkan daya saing dan perkembangan usaha UMKM kuliner. Penelitian (Sukriani, 2022) juga menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM baik secara parsial maupun simultan.

Selain kreativitas, kompetensi juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Kompetensi meliputi pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha serta memanfaatkan teknologi digital. Pelaku usaha yang memiliki kompetensi yang baik cenderung lebih mampu menjalankan operasional usaha secara efektif, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Kemampuan dalam menggunakan teknologi digital juga menjadi faktor penting dalam mendukung kegiatan pemasaran dan pengembangan usaha. Temuan ini relevan dengan penelitian (Hidayati et al., 2024) yang menyatakan bahwa kompetensi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, khususnya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan kemampuan usaha. Penelitian (Meta Indah Tiara et al., 2023) juga menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja UMKM melalui kemampuan pelaku usaha dalam menjalankan operasional bisnis secara efektif.

Berdasarkan hasil uji simultan, kreativitas dan kompetensi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner di Kelurahan Sayang Cianjur. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling mendukung dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Kreativitas membantu pelaku usaha menghasilkan inovasi dan strategi pemasaran yang menarik,

sedangkan kompetensi membantu pelaku usaha mengelola bisnis secara profesional dan efektif. Oleh karena itu, pengembangan kreativitas dan kompetensi melalui pelatihan, pendampingan, dan peningkatan kemampuan digital perlu terus dilakukan agar UMKM kuliner mampu meningkatkan daya saing dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner di Kelurahan Sayang Cianjur pada era digitalisasi dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan kreativitas dan kompetensi usaha. Kreativitas membantu pelaku UMKM dalam menciptakan inovasi produk dan strategi pemasaran yang lebih menarik, sedangkan kompetensi mendukung kemampuan pelaku usaha dalam mengelola bisnis dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta mengikuti kebutuhan pasar cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik. Pemanfaatan media digital seperti media sosial dan platform e-commerce menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan pemasaran, memperluas jangkauan konsumen, dan meningkatkan daya saing usaha.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kreativitas dan kompetensi tidak dapat dipisahkan dalam pengembangan UMKM. Kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usaha, terutama di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat di era digitalisasi. Oleh karena itu, pengembangan kemampuan pelaku

UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan peningkatan literasi digital menjadi hal yang penting untuk dilakukan.

Dengan adanya peningkatan kreativitas dan kompetensi, diharapkan UMKM kuliner di Kelurahan Sayang Cianjur mampu berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan kualitas usaha, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

SARAN

Bagi pelaku UMKM kuliner, disarankan untuk terus meningkatkan kreativitas dalam menciptakan inovasi produk, mengikuti perkembangan tren pasar, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran agar mampu bersaing di era digitalisasi. Selain itu, pelaku usaha juga perlu meningkatkan kompetensi dalam pengelolaan usaha, penggunaan teknologi digital, serta kemampuan pelayanan kepada konsumen agar operasional usaha dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

Bagi pemerintah dan instansi terkait, diharapkan dapat memberikan dukungan melalui pelatihan, pendampingan, serta program pengembangan digitalisasi UMKM sehingga pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas usaha, memperluas pemasaran, dan meningkatkan daya saing usaha kuliner di daerah.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah sampel dan wilayah penelitian agar hasil penelitian lebih representatif. Selain itu, penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti inovasi digital, strategi pemasaran, atau dukungan pemerintah sehingga hasil penelitian menjadi lebih lengkap dan komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, & Faidah, A. N. (2024). *Pengaruh Kreativitas , Inovasi Produk Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Industri UMKM Kain Sasiragan Di Kota Banjarmasin). 02(02).*
- Andri, W., Nengsih, T. A., & Sudharyati, N. (2023). Analisis Keberadaan Umkm Di Bidang Kuliner Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kecamatan Kuala Jambi Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 281–294.
<https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.564>
- Damayanti, P. R., & Sitohang, F. M. (2025). *Pengaruh kompetensi sdm, motivasi kerja, dan kreativitas terhadap kinerja umkm. Vol 14 No(Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen).*
- Dewi, I. K., R.Pandin, M. Y., & Daeng GS, A. (2022). Peningkatan Kinerja Umkm Melalui Pengelolaan Keuangan. *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 7(01), 23–36.
<https://doi.org/10.30996/jea17.v7i01.6551>
- Djuarni, W., Rahmat, A. D., Resmana, M., & Marlian, N. (2024). Strategi Pemasaran Digital dan Peningkatan Usaha UMKM Noor Batok Kelapa di Desa Kemang Kecamatan Bojongpicung Kabupaten Cianjur. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 7–12.
<https://doi.org/10.54082/ijpm.266>
- Elsyadai, O., Sukatmadiredja, N., & Sanggarwati, diah ayu. (2025). *Pengaruh Kompetensi Sdm, Motivasi Kerja, Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Umkm. 4(4), 1761–1766.*
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Usaha UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 511–518.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23422>
- Hidayati, N., Triaji, E., & Bandung, U. A. (2024). *PENGARUH KOMPETENSI DAN MODAL INTELEKTUAL TENTANG KINERJA UKM (STUDI KASUS PADA USAHA KULINER) SMES IN*
- ARCAMANIK DISTRICT). 22(2), 287–300.
- Junianti, E., & Reza, B. (2025). *Model Peningkatan Kinerja Usaha UKM Kuliner dengan Inovasi Digital sebagai Variabel Mediasi. 3(3), 38–64.*
- Maulana, L. H. (2023). *Meningkatkan Kinerja UKM Berbasis Strategi Pengelolaan. 4, 67–76.*
- Meta Indah Tiara, Sutrisno Sutrisno, & M Fadjar Darmaputra. (2023). Pengaruh Kompetensi, Inovasi, Pelatihan, Terhadap Kinerja UMKM Center Kabupaten Semarang. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 13–24.
<https://doi.org/10.55606/jupsim.v3i1.2353>
- Navas, E. B. G., Suarez, J. E. S., Montanez, J. R., & Rincon, Y. A. (2025). *fakor faktor penentu digitaisasi usaha mikro, keci, dan menengah (UMKM) di Ibero-amerika. 10(November 2024), 1–12.*
- P. Julius F,Nagel, A. S. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Makanan Minuman Di Surabaya. *Prosiding HUBISINTEK*, 5-6.
<https://www.ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1484/1138>
- Riyanto, S., & Azis, M. N. L. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesiapan Industri Kreatif Memasuki Digitalisasi Bisnis Berbasis Budaya Lokal. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 28(2), 117.
<https://doi.org/10.20961/jkb.v28i2.77848>
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). *JUBISDIGI : Jurnal Bisnis Digital Digitalisasi UMKM : Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan JUBISDIGI : Jurnal Bisnis Digital. 01(01), 21–30.*
- Sari, N. K. S. Y., Utami, N. M. S., Verawati, Y., Irwandika, G., & Vindiyastara, S. P. (2024). *MENGOPTIMALKAN KAPABILITAS INOVASI, KOMPETENSI DAN BUDAYA CATUR PURUSA ARTHA DALAM ERA DIGITAL: PERAN KINERJA UMKM. 1(3), 454–476.*
- Sukriani, N. (2022). Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha

Pelaku Umkm Kuliner Di Kota
Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2),
64–71.
[https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1
i2.998](https://doi.org/10.35446/bisniskompetif.v1i2.998)

Suprayitno, Dwiatmadja, C., & Suharti, L.
(2025). Factors Affecting Batik Sme
Performance and Sustainability: the Role
of Government Support and Business
Associations. *Problems and Perspectives
in Management*, 23(1), 249–262.
[https://doi.org/10.21511/ppm.23\(1\).2025.1
9](https://doi.org/10.21511/ppm.23(1).2025.19)

Trisnawati, N. A. (2024). Pengaruh Kreativitas
Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM
Kuliner Di Kabupaten Sampang.
*Innovativr: Journal of Social Science
Research*, 4(2), 5152–5160.
[http://repository.unika.ac.id/id/eprint/1335
6](http://repository.unika.ac.id/id/eprint/13356)

Vuong, T. K. (2025). *Dampak manajemen
strategis tentang kreativitas organisasi
dan pengaruhnya tentang kinerja
keuangan UKM*. 21(475), 43–57.

Yesuf, Y. M. (2024). *Faktor-faktor yang
menentukan kreativitas karyawan :
pemodelan peran mediasi motivasi
organisasi untuk berinovasi*.

