



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH KREATIVITAS DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING DENGAN INOVASI
PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UMKM
FOOD AND BEVERAGE DI KOTA DEPOK**

SALSABILA FARHANA ANDRIANI

NIM: 2205421062

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

SALSABILA FARHANA ANDRIANI. Pengaruh Kreativitas dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta. 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompetitif, pelaku UMKM dituntut untuk terus meningkatkan keunggulan bersaing melalui pengembangan kreativitas, kualitas produk, dan inovasi produk. Untuk mengetahui hubungan antarvariabel tersebut, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data yang kemudian dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS). Analisis dilakukan melalui pengujian model pengukuran (*outer model*), model struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, serta inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, inovasi produk terbukti mampu memediasi pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing dan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kreativitas dan kualitas produk mampu mendorong terciptanya inovasi produk yang pada akhirnya meningkatkan keunggulan bersaing UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.

Kata Kunci: Inovasi produk, keunggulan bersaing, kreativitas, kualitas produk, UMKM *Food and Beverage*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

SALSABILA FARHANA ANDRIANI. *The Influence of Creativity and Product Quality on Competitive Advantage Through Product Innovation as a Mediating Variable in Food and Beverage MSMEs in Depok City. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic. 2026.*

This study aims to analyze the influence of creativity and product quality on competitive advantage through product innovation as a mediating variable among Food and Beverage MSMEs in Depok City. This study employed a quantitative research method with a causal associative approach. In an increasingly competitive business environment, MSMEs are required to continuously enhance their competitive advantage by developing creativity, improving product quality, and creating product innovations. To examine the relationships among these variables, data were collected through questionnaires and analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The analysis included the evaluation of the measurement model (outer model), the structural model (inner model), and hypothesis testing to determine both the direct and indirect effects among the variables. The results indicate that creativity has a positive and significant effect on product innovation, product quality has a positive and significant effect on product innovation, and product innovation has a positive and significant effect on competitive advantage. Furthermore, product innovation was proven to mediate the relationship between creativity and competitive advantage, as well as the relationship between product quality and competitive advantage. These findings indicate that enhancing creativity and product quality can encourage the development of product innovation, which ultimately improves the competitive advantage of Food and Beverage MSMEs in Depok City.

Keywords: *Competitive advantage, creativity, food and beverage MSMEs, product innovation, product quality*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kerangka Teori	12
2.1.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	12
2.1.2 <i>Resource Based View</i>	14
2.1.3 Keunggulan Bersaing	17
2.1.4 Kreativitas	19
2.1.5 Kualitas Produk	23
2.1.6 Inovasi Produk	26
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	31
2.3 Perumusan Hipotesis	36
2.4 Deskripsi Konseptual	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.1.1 Waktu Penelitian	41
3.1.2 Tempat Penelitian	41



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2	Kerangka Penelitian	42
3.3	Metode Penelitian	44
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	44
3.4.1	Teknik Sampling.....	45
3.4.2	Jumlah Sampel	45
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.5.1	Berdasarkan Sumber	47
3.5.2	Berdasarkan Waktu Pengambilan Data	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7	Instrumen Penelitian	49
3.8	Teknik Analisis Data	55
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1	Hasil Rekapitulasi Data.....	60
4.1.1	Hasil Penyebaran Kuesioner	60
4.1.2	Karakteristik Responden	60
4.1.3	Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	63
4.2	Hasil Analisis Data.....	80
4.2.1	Hasil Analisis Outer Model	80
4.2.2	Hasil Analisis Inner Model.....	84
4.3	Pembahasan.....	88
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1	Simpulan	93
5.2	Saran	95
DAFTAR PUSTAKA.....		97
LAMPIRAN.....		103



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Sektor Usaha UMKM.....	1
Tabel 1. 2 Jumlah Unit Usaha di Pulau Jawa	2
Tabel 1. 3 Jumlah UMKM di Jawa Barat.....	3
Tabel 1. 4 Jumlah Wirausaha Baru.....	5
Tabel 1. 5 Pra Survei	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian atau Jurnal yang Relevan	31
Tabel 3. 1 Alokasi Waktu Penelitian	41
Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Kota Depok.....	47
Tabel 3. 3 Skala Likert	50
Tabel 3. 4 Variabel Operasional Penelitian	52
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Kecamatan	61
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Usaha	61
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Usaha	62
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Usaha.....	62
Tabel 4. 6 Kategori Skoring	63
Tabel 4. 7 Data Responden Variabel Kreativitas.....	63
Tabel 4. 8 Data Responden Variabel Kualitas Produk	68
Tabel 4. 9 Data Responden Variabel Inovasi Produk	72
Tabel 4. 10 Data Responden Variabel Keunggulan Bersaing.....	76
Tabel 4. 11 Hasil Outer Loadings.....	80
Tabel 4. 12 Hasil Construct Reliability	81
Tabel 4. 13 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	82
Tabel 4. 14 Hasil Cross Loadings	82
Tabel 4. 15 Hasil Heterotrait-Monotraitratio	83
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	84
Tabel 4. 17 Hasil R-Square	87
Tabel 4. 18 Hasil F-Square.....	88



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Jumlah UMKM.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	43





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan	104
Lampiran 3 Nama UMKM.....	107
Lampiran 4 Tabulasi data penelitian	109
Lampiran 5 Hasil Outer Model Smart PLS Sem 4.0.....	113
Lampiran 6 Hasil Inner Model Smart PLS Sem 4.0	115
Lampiran 7 Bukti visit UMKM.....	116
Lampiran 8 Curriculum Vitae	117

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian Indonesia karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pemerataan ekonomi (Lubis & Salsabila, 2024). Hingga tahun 2025, jumlah UMKM diperkirakan telah mencapai lebih dari 65 juta unit usaha, yang menunjukkan perannya sebagai tulang punggung perekonomian nasional. UMKM berkembang di berbagai sektor usaha dengan karakteristik yang beragam, namun persebarannya masih terkonsentrasi di Pulau Jawa, dengan Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu wilayah yang memiliki jumlah UMKM cukup besar, yaitu sekitar 20,11% dari total nasional (Badan Pusat Statistik, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa Jawa Barat menjadi wilayah yang relevan untuk melihat perkembangan dan karakteristik UMKM, sehingga gambaran sebaran UMKM berdasarkan sektor usaha di wilayah tersebut disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Sektor Usaha UMKM

No	Sektor UMKM	Jumlah Unit Usaha
1.	Kuliner	2.524.740
2.	Makanan	1.846.627
3.	Jasa/Lainnya	797.780
4.	Craft	586.603
5.	Fashion	572.525
6.	Konveksi	349.615
7.	Minuman	342.576
8.	Aksesoris	16.425
9.	Batik	16.425
10.	Bordir	2.346

Sumber: Data sekunder diolah Penulis, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 yang bersumber dari Open data jabar (2025), UMKM di Jawa Barat tersebar dalam berbagai sektor usaha, dengan sektor kuliner menjadi salah satu yang dominan. Dalam konteks UMKM, sektor kuliner mencakup subsektor *Food and Beverage* (F&B) yang meliputi berbagai jenis usaha seperti restoran, kafe, catering, hingga pedagang makanan dan minuman (Sharika



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

& Hurdawaty, 2025). Tingginya minat masyarakat terhadap produk makanan dan minuman menjadikan sektor ini memiliki peluang yang besar dan terus berkembang, sehingga banyak pelaku usaha memilih sektor tersebut.

Namun, dominasi sektor kuliner juga berdampak pada meningkatnya persaingan karena banyak pelaku usaha menawarkan produk yang serupa, sehingga keunggulan bersaing menjadi semakin sulit dicapai (Subhan dkk., 2024). Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan kebutuhan pasar melalui pengembangan ide yang kreatif, menjaga kualitas produk, serta melakukan inovasi agar dapat memberikan nilai lebih dibandingkan pesaing. Seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM di berbagai wilayah, gambaran persebaran usaha mikro dan kecil di Pulau Jawa selanjutnya disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Jumlah Unit Usaha di Pulau Jawa

No	Provinsi di Pulau Jawa	Jumlah
1	Jawa Timur	977.471
2	Jawa Tengah	862.926
3	Jawa Barat	641.639
4	Dki Jakarta	174.965
5	DI Yogyakarta	134.025
6	Banten	97.072

Sumber: Data sekunder diolah Penulis, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.2, jumlah usaha mikro dan kecil di Pulau Jawa menunjukkan bahwa Jawa Barat berada pada posisi ketiga dengan jumlah yang cukup besar, mencerminkan tingginya aktivitas UMKM serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan usaha. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi perkembangan yang besar, namun sekaligus memicu persaingan yang semakin ketat sehingga pelaku usaha perlu memiliki kemampuan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Di sisi lain, tingginya aktivitas ekonomi di Jawa Barat juga terlihat dari realisasi investasi yang mencapai Rp296,8 triliun pada tahun 2025 dan menjadi yang tertinggi secara nasional (Bank Indonesia, 2026), yang menandakan terbukanya peluang usaha yang luas. Meskipun demikian, jika dibandingkan dengan beberapa provinsi lain di Pulau Jawa, jumlah unit usaha mikro dan kecil di Jawa Barat masih relatif lebih rendah, sehingga peluang yang ada belum dimanfaatkan secara optimal. Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif ini, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

preferensi konsumen melalui pengembangan ide kreatif, menjaga kualitas produk, serta melakukan inovasi agar tetap relevan di pasar. Hal ini juga tercermin pada daerah dengan konsentrasi UMKM tinggi seperti Kota Depok, yang menunjukkan perkembangan pesat sebagaimana disajikan pada Tabel 1.3.

Tabel 1. 3 Jumlah UMKM di Jawa Barat

No	Kota	Jumlah UMKM
1.	Depok	241.740
2.	Tasikmalaya	138.703
3.	Bogor	131.538
4.	Cimahi	86.635
5.	Cirebon	61.234
6.	Sukabumi	60.865
7.	Banjar	39.422

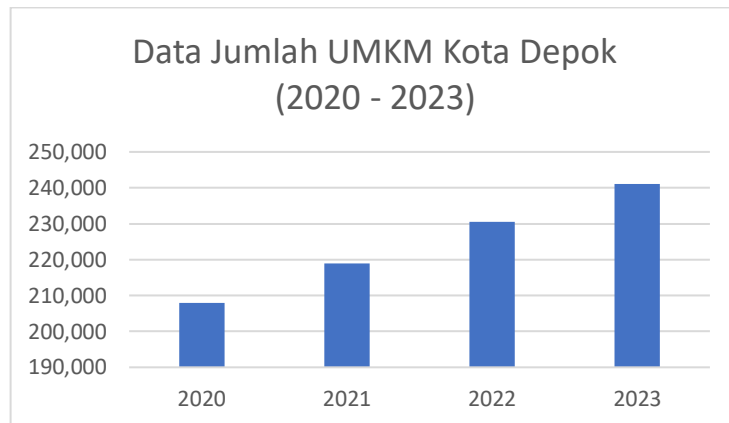
Sumber: Data sekunder diolah Penulis, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.3, Kota Depok tercatat sebagai wilayah dengan jumlah UMKM tertinggi, yaitu mencapai 241.740 unit usaha. Kondisi ini mencerminkan pesatnya perkembangan aktivitas UMKM yang berperan penting dalam mendorong perekonomian masyarakat, sekaligus diperkuat oleh pencapaian Depok sebagai daerah dengan pengembangan UMKM terbaik di Provinsi Jawa Barat pada kategori kuliner dan minuman dalam ajang Jabar Rise Expo 2025 (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok, 2025). Namun demikian, tingginya jumlah pelaku usaha juga memicu persaingan yang semakin ketat, khususnya pada sektor *Food and Beverage* yang kini dipenuhi berbagai usaha serupa, yaitu bisnis modern seperti restoran dan kedai kopi (Media Indonesia, 2024). Situasi tersebut membuat sebagian pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam mempertahankan usahanya, sehingga diperlukan kemampuan untuk menciptakan keunggulan bersaing melalui kreativitas, kualitas produk, dan inovasi. Upaya ini dapat dilakukan dengan menghadirkan produk yang lebih menarik, menjaga mutu, serta menyesuaikan dengan kebutuhan dan tren pasar, misalnya melalui variasi menu yang lebih sehat atau penggunaan bahan alternatif. Sejalan dengan hal tersebut, peningkatan jumlah UMKM di Kota Depok yang ditunjukkan pada Gambar 1.1 semakin menegaskan bahwa pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dan bersaing secara berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin intens.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Data Pertumbuhan Jumlah UMKM

Sumber: Data sekunder diolah Penulis, 2025

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 yang bersumber dari Open data jabar (2025), jumlah UMKM di Kota Depok terus menunjukkan tren kenaikan setiap tahunnya. Hal ini mengindikasikan bahwa persaingan antarpelaku usaha semakin ketat, terutama pada sektor kuliner yang didominasi oleh produk dengan karakteristik serupa. Hal tersebut menimbulkan tantangan bagi pelaku UMKM dalam menciptakan pembeda dan nilai tambah agar dapat bersaing. Oleh karena itu, peningkatan jumlah UMKM tidak hanya mencerminkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menegaskan pentingnya kemampuan dalam menciptakan keunggulan bersaing di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Peningkatan jumlah UMKM di Kota Depok dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti perubahan kondisi ekonomi pasca pandemi yang mendorong masyarakat untuk berwirausaha, perkembangan teknologi digital yang memudahkan pemasaran, serta dukungan pemerintah melalui program pemberdayaan. Kondisi ini menyebabkan jumlah pelaku usaha terus bertambah sehingga persaingan menjadi semakin ketat. Hal ini sejalan dengan penelitian Pratamansyah (2024), yang menyatakan bahwa pertumbuhan UMKM dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi digital, media sosial, serta kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi, yang berdampak pada peningkatan kinerja dan daya saing. Selain itu, Chotimah dkk (2025), juga menjelaskan bahwa pada masa pasca pandemi, digitalisasi usaha dan kemampuan beradaptasi menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peningkatan jumlah UMKM di Kota Depok juga didukung oleh berbagai kebijakan pemerintah daerah melalui program pemberdayaan kewirausahaan. Salah satunya adalah program Wirausaha Baru (WUB) yang mendorong pertumbuhan UMKM, khususnya pada sektor *Food and Beverage*. Program ini dilengkapi dengan pelatihan inkubator bisnis oleh DKUM Kota Depok yang mencakup pengembangan usaha, termasuk inovasi produk sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keunggulan bersaing pelaku UMKM. Adapun jenis usaha pelaku WUB di Kota Depok disajikan pada Tabel 1.4.

Tabel 1. 4 Jumlah Wirausaha Baru

No	Jenis Usaha	Jumlah Wirausaha Baru
1.	Makanan & Minuman	4.480
2.	Lainnya	529
3.	Jasa	445
4.	Fashion	398
5.	Warung Sembako	263
6.	Kerajinan / Souvenir	181
7.	Budidaya (Ternak/Tani)	72

Sumber: Data sekunder diolah Penulis, 2026

Berdasarkan data pada Tabel 1.4, sebagian besar pelaku Wirausaha Baru (WUB) di Kota Depok bergerak di sektor *Food and Beverage*, yang menunjukkan bahwa sektor ini menjadi pilihan utama dalam memulai usaha. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan di sektor kuliner semakin tinggi, sehingga pelaku UMKM dituntut untuk mampu bertahan di tengah tekanan kompetitif. Hal ini mengindikasikan adanya tantangan dalam menciptakan keunggulan bersaing, terutama karena banyaknya produk dengan karakteristik yang serupa di pasar. Di sisi lain, dibandingkan dengan sektor lain seperti *fashion* yang umumnya memiliki proses produksi lebih kompleks, usaha kuliner cenderung lebih fleksibel untuk dikembangkan dan lebih mudah menyesuaikan dengan selera konsumen. Oleh karena itu, kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan ide yang kreatif, menjaga kualitas produk, serta melakukan inovasi menjadi hal yang penting agar usaha tetap memiliki daya tarik dan mampu bersaing.

Seiring meningkatnya aktivitas usaha kuliner, inovasi produk menjadi faktor penting dalam menentukan daya tarik suatu kota sebagai destinasi kuliner. Hal ini terlihat dari capaian Jakarta yang menempati peringkat ke-10 sebagai salah satu dari 20 kota terbaik di dunia untuk wisata kuliner versi *Time Out (2025)*, berdasarkan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

survei terhadap lebih dari 18.500 responden yang menilai keberagaman, cita rasa, keterjangkauan harga, serta pengalaman kuliner yang inovatif. Pengakuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi dan mengikuti perkembangan selera konsumen berperan besar dalam membangun daya tarik kuliner suatu daerah. Sementara itu, Kota Depok masih berada pada tahap pengembangan, di mana meningkatnya jumlah pelaku usaha belum sepenuhnya diikuti dengan terbentuknya identitas kuliner yang kuat. Mularsari (2022), menyatakan bahwa pengembangan wisata kuliner Depok masih perlu ditingkatkan agar mampu menjadi daya tarik yang lebih kuat. Di sisi lain, Kinerjaekselen (2023) menilai bahwa Depok memiliki potensi besar sebagai kota kuliner, namun belum dimanfaatkan secara optimal karena keterbatasan inovasi dan promosi. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi inovasi produk yang menyasar para pelaku usaha kuliner berskala mikro, kecil, dan menengah di wilayah Kota Depok.

Dalam persaingan yang semakin ketat pada sektor *Food and Beverage*, pelaku UMKM tidak hanya dituntut untuk mempertahankan usahanya, tetapi juga perlu mengembangkan produk agar tetap menarik di mata konsumen. Hal ini penting karena produk yang beredar di pasar cenderung memiliki karakteristik yang serupa, sehingga diperlukan pembeda agar lebih mudah dikenali dan diminati. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui pengembangan ide yang kreatif, seperti variasi menu atau konsep penyajian yang berbeda, serta dengan menjaga kualitas produk dari segi rasa, tampilan, dan konsistensi. Kemampuan dalam menciptakan ide kreatif dan menjaga kualitas produk tersebut dapat mendorong terbentuknya inovasi produk, baik dalam bentuk pembaruan menu maupun peningkatan tampilan dan konsep produk. Melalui inovasi ini, pelaku usaha dapat memberikan nilai tambah pada produknya sehingga lebih mampu menarik konsumen dan pada akhirnya menciptakan keunggulan bersaing.

Sejalan dengan hal tersebut, penulis melakukan pra-survei untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi kreativitas dan inovasi produk pada pelaku UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok yang hasilnya disajikan pada tabel 1.5.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 1. 5 Pra Survei

Variabel	Pertanyaan	Ya	Tidak
Kreativitas	Apakah Anda sering mencoba cara baru dalam menyajikan atau mengonsep makanan/minuman di usaha Anda?	21	39
	Apakah kreativitas yang Anda ciptakan untuk menu atau konsep usaha terbukti membuat usaha Anda lebih menarik bagi pelanggan?	23	37
Kualitas Produk	Apakah Anda melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas produk usaha Anda?	24	36
Inovasi Produk	Apakah Anda pernah melakukan perubahan pada produk yang sudah ada?	15	45
	Apakah produk Anda disesuaikan dengan tren atau selera pasar?	27	33

Sumber: Data primer diolah Penulis, 2026

Berdasarkan hasil pra-survei pada Tabel 1.5, jawaban responden yang didominasi oleh pilihan “tidak” menunjukkan bahwa pelaku UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengembangan usahanya. Pada aspek kreativitas, sebanyak 39 dari 60 responden menyatakan belum sering mencoba cara baru dalam menyajikan atau mengonsep makanan dan minuman, serta 37 responden menyatakan bahwa kreativitas yang dilakukan belum mampu membuat usaha lebih menarik bagi pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian pelaku usaha cenderung menjalankan usaha secara konvensional tanpa banyak melakukan eksplorasi ide baru. Akibatnya, produk yang ditawarkan menjadi kurang bervariasi dan cenderung monoton, sehingga daya tarik usaha di mata konsumen menjadi terbatas. Di sisi lain, pada aspek kualitas produk, masih terdapat 36 responden yang menyatakan belum melakukan upaya peningkatan kualitas produk secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap mutu produk, seperti konsistensi rasa, penggunaan bahan baku, maupun standar penyajian, belum sepenuhnya menjadi prioritas bagi sebagian pelaku usaha, padahal kualitas merupakan faktor penting dalam menjaga kepuasan konsumen.

Selanjutnya, pada aspek inovasi produk, sebanyak 45 dari 60 responden mengaku belum pernah melakukan perubahan pada produknya, dan 33 responden juga menyebutkan bahwa produk yang dijual belum sepenuhnya mengikuti tren atau selera pasar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM di Kota



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Depok masih cenderung mempertahankan produk yang sama tanpa banyak pengembangan, sehingga kurang mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan konsumen yang terus berubah. Kondisi ini berkaitan dengan keterbatasan dalam kreativitas dan kualitas produk, serta faktor internal seperti kemampuan, pengetahuan, dan pengelolaan usaha juga turut memengaruhi rendahnya tingkat inovasi pada UMKM. Temuan ini sejalan dengan penelitian Utomo dkk (2025), yang menyatakan bahwa inovasi dipengaruhi oleh kemampuan internal pelaku usaha, sehingga penting bagi UMKM untuk terus meningkatkan kapasitas internal agar dapat menghasilkan inovasi yang lebih relevan dengan pasar.

Sejalan dengan kondisi tersebut, hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM diketahui bahwa keterbatasan waktu dan modal menjadi kendala utama dalam melakukan inovasi, khususnya dalam mengikuti tren yang berkembang. Akibatnya, pelaku usaha cenderung mempertahankan produk yang ada dan berpotensi tertinggal dari sisi keunggulan bersaing. Di sisi lain, terdapat pelaku UMKM yang telah melakukan inovasi dengan mengikuti tren dan merasakan dampak positif berupa peningkatan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki peran penting dalam menciptakan keunggulan bersaing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Andini dkk., 2025). Sehingga pelaku usaha yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar cenderung memiliki posisi yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, sektor UMKM khususnya bidang *Food and Beverage* di Kota Depok mengalami perkembangan yang pesat, ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha serta adanya dukungan dari pemerintah daerah. Namun, peningkatan tersebut juga diiringi dengan persaingan yang semakin ketat karena banyaknya usaha yang menawarkan produk serupa. Di sisi lain, identitas kuliner khas Kota Depok masih dalam tahap pengembangan, sehingga pelaku usaha perlu terus melakukan pengembangan produk agar tetap menarik di mata konsumen. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam aspek kreativitas, kualitas produk, dan inovasi produk, serta belum konsisten dalam melakukan pembaruan produk. Kondisi ini dapat memengaruhi daya tarik produk dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

melemahkan kemampuan dalam menciptakan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat mendukung keunggulan bersaing, khususnya melalui kreativitas, kualitas produk, dan inovasi produk. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kreativitas dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing dengan Inovasi Produk sebagai Variabel Mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Tingginya jumlah UMKM di Kota Depok menyebabkan semakin padatnya pelaku usaha pada sektor *Food and Beverage*, sehingga mendorong terjadinya tingkat persaingan usaha yang semakin ketat.
- b. Sektor *Food and Beverage* menjadi sektor yang dominan dalam perkembangan UMKM di Kota Depok, yang mengakibatkan banyaknya pelaku usaha dengan karakteristik produk dan segmen pasar yang relatif serupa.
- c. Adanya perbedaan tingkat pengakuan dan pengembangan inovasi kuliner antara Jakarta sebagai kota kuliner yang telah diakui secara global dengan Kota Depok yang masih berada dalam tahap pengembangan.
- d. Kondisi pengembangan kuliner di Kota Depok yang masih berada dalam tahap pengembangan menunjukkan bahwa inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha belum sepenuhnya optimal.
- e. Keterbatasan dalam kreativitas, kualitas produk, dan inovasi produk dapat memengaruhi kemampuan pelaku UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok dalam menciptakan keunggulan bersaing.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap inovasi produk pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap inovasi produk pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok?
- c. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok?
- d. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok?
- e. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap inovasi produk pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap inovasi produk pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.
- c. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.
- e. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis dan praktis:

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian ilmu administrasi dan pengembangan bisnis, khususnya yang berkaitan dengan kreativitas,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kualitas produk, inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM.

- 2) Menambah referensi empiris mengenai hubungan antara kreativitas, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Food and Beverage* yang beroperasi dalam lingkungan persaingan usaha yang tinggi.
 - 3) Menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor internal UMKM dalam mendorong inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada sektor *Food and Beverage*.
- b. Manfaat Praktis
- 1) Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai penerapan kreativitas dan kualitas produk dalam mendorong inovasi produk untuk memperkuat keunggulan bersaing pada UMKM *Food and Beverage*, serta sebagai sarana penerapan teori yang diperoleh selama perkuliahan.
 - 2) Bagi UMKM *Food and Beverage*, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa bahan pertimbangan serta referensi informasi bagi pelaku UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok dalam memahami faktor-faktor internal yang berkaitan dengan inovasi produk untuk memperkuat keunggulan bersaing di tengah persaingan usaha yang semakin ketat.
 - 3) Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan pembandingan bagi mahasiswa yang melakukan penelitian sejenis, khususnya terkait kreativitas, kualitas produk, inovasi produk dan keunggulan bersaing pada UMKM.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini ditujukan untuk mengevaluasi pengaruh kreativitas dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing, dengan menempatkan inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM sektor *Food and Beverage* di Kota Depok. Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif yang diolah menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan melibatkan 200 responden. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat ditarik beberapa poin simpulan berikut ini:

- a. Kreativitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kreativitas yang dimiliki pelaku usaha dalam mengembangkan ide, konsep, maupun cara baru dalam menjalankan usaha, maka semakin meningkat pula inovasi produk yang dihasilkan. Kreativitas tersebut tercermin dari kemampuan pelaku UMKM dalam menciptakan variasi menu, memperbarui tampilan produk, hingga menyesuaikan produk dengan tren dan kebutuhan pasar. Dengan adanya kreativitas yang baik, pelaku usaha lebih mudah menghasilkan inovasi yang membuat produk menjadi lebih menarik dan memiliki nilai lebih di benak konsumen.
- b. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Hal ini menandakan bahwa semakin baik kualitas produk yang mampu dijaga oleh pelaku usaha, maka semakin tinggi pula dorongan untuk melakukan inovasi produk. Upaya menjaga kualitas seperti mempertahankan cita rasa, kebersihan, konsistensi bahan baku, dan tampilan produk menjadi dasar penting dalam mengembangkan inovasi yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas yang baik juga mendorong pelaku usaha untuk terus



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

melakukan perbaikan dan pengembangan agar produk tetap kompetitif di pasar.

- c. Inovasi produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan produk yang unik, berbeda, dan mengikuti perkembangan tren, maka semakin kuat pula keunggulan bersaing yang dimiliki. Inovasi produk membuat usaha lebih mudah dikenal, memiliki ciri khas, serta mampu menarik minat konsumen di tengah persaingan yang ketat. Dengan demikian, inovasi menjadi salah satu faktor penting dalam memperkuat posisi UMKM di pasar.
- d. Kreativitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas tidak secara langsung menciptakan keunggulan bersaing, tetapi harus terlebih dahulu diwujudkan dalam bentuk inovasi produk. Ide-ide kreatif yang berhasil dikembangkan menjadi produk baru atau pengembangan produk akan memberikan nilai tambah bagi konsumen dan pada akhirnya memperkuat daya saing usaha. Dengan demikian, inovasi produk berperan penting sebagai penghubung antara kreativitas dan keunggulan bersaing.
- e. Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi pada UMKM *Food and Beverage* di Kota Depok. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk yang baik saja belum cukup untuk menciptakan keunggulan bersaing apabila tidak diiringi dengan inovasi produk yang berkelanjutan. Pelaku usaha yang mampu menjaga kualitas sekaligus mengembangkan produknya melalui inovasi akan lebih mudah memberikan nilai tambah kepada konsumen. Oleh karena itu, inovasi produk menjadi faktor penting dalam menjembatani kualitas produk agar dapat menciptakan keunggulan bersaing yang lebih kuat.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Berdasarkan poin-poin kesimpulan yang diperoleh dari lapangan, peneliti merumuskan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak terkait, sebagai berikut:

a. Untuk Pelaku UMKM F&B di Kota Depok

Mengingat kreativitas terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam menstimulasi inovasi produk, pelaku usaha disarankan untuk tidak takut keluar dari tren konvensional. Pelaku UMKM F&B harus terus mengasah daya ciptanya melalui diversifikasi menu, eksplorasi rasa baru, hingga pembaruan konsep visual dan kemasan yang modern. Selain itu, karena kualitas produk merupakan fondasi mutlak yang tidak bisa ditawar, para pelaku usaha wajib menjaga konsistensi mutu standar operasional (seperti higienitas dan cita rasa) lalu mengembangkannya secara dinamis melalui saluran inovasi produk yang kontinu agar mampu menciptakan daya pembeda (*diferensiasi*) yang sulit ditiru oleh para kompetitor.

b. Untuk Dinas Koperasi dan UMKM Pemerintah Kota Depok

Pemerintah daerah melalui dinas terkait disarankan untuk lebih menggalakkan program pelatihan praktis yang berfokus pada teknik inovasi dan pengembangan produk kuliner, bukan sekadar pelatihan manajemen dasar. Mengingat industri F&B di Depok sangat dinamis, fasilitasi berupa lokakarya kreatif (seperti *food styling*, *modern packaging*, dan tren pengolahan produk pangan) sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha mikro agar mereka memiliki bekal yang cukup untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan di pasar lokal.

c. Untuk Mahasiswa dan Pelaku Akademisi

Institusi pendidikan dan mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai referensi kontekstual mengenai peta persaingan industri kreatif lokal. Akademisi dapat mengambil peran aktif dalam memberikan pendampingan atau pengabdian masyarakat yang berbasis pada penerapan ilmu kreativitas bisnis dan standarisasi kualitas produk secara



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nyata di lapangan, sehingga teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dapat langsung berdampak pada peningkatan daya saing sektor riil.

d. Untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada dua variabel eksogen dan ruang lingkup yang terbatas pada 200 responden UMKM F&B di Kota Depok dengan kategori model yang berada pada tingkat moderat (R^2 sebesar 63,6% dan 54,2%). Oleh karena itu, bagi peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian dengan menambahkan faktor eksternal lain, seperti adopsi teknologi digital (*e-commerce*), strategi pemasaran digital, atau modal jejaring sosial. Selain itu, perluasan wilayah penelitian ke kota-kota lain atau penggunaan metode campuran (*mixed methods*) kuantitatif-kualitatif sangat dianjurkan guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika keunggulan bersaing UMKM di Indonesia.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, N. (2021). *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Kualitas Produk, Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Ukm Di Kota Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Agustina, P., & Ali, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Tempat Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (Jmpd)*, 3, 100–107. <https://doi.org/10.38035/Jmpd.V3i2>
- Agyapong, A., Appiah, F. A., Osei, H. V., & Aidoo, S. (2025). When And How Does Creativity Influence Performance? An Examination Of Smes In An Emerging Economy. *Africa Journal Of Management*, 11(2), 176–202. <https://doi.org/10.1080/23322373.2025.2500919>
- Aisyah, W. N., & Hidayatulloh, D. S. (2023). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Ekonomi Kreatif Di Kinandara). *Agustus*, 10(4), 1845.
- Akbari, K., Eigruher, M., & Vetschera, R. (2024). Risk Attitudes: The Central Tendency Bias. *Euro Journal On Decision Processes*, 12. <https://doi.org/10.1016/J.Ejdp.2023.100042>
- Al Fajari, I. Q. H., & Purnama, N. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Eiger Di Cilegon. *Indonesian Journal Of Economics*, 01(04), 69–80.
- Al-Furqon, Aisyah, R., & Anshori, M. I. (2023). Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1, 62–85. <https://journal.widyakarya.ac.id/index.php/jrim-widyakarya>
- Andini, A., Waruwu, E. K., & Tarigan, Y. A. (2025). Peran Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif*, 2(4), 330–336. <https://doi.org/10.61132/Jubikin.V2i4.1164>
- Angelina, C. (2024a). *Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Toko Yucakwe Sambas*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.
- Angelina, C. (2024b). *Pengaruh Modal Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Toko Yucakwe Sambas*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.
- Anita, Turyandi, I., Manurung, M. T., Kuncorosidi, Adawia, P. R., Lugiani, T., Anwar, M. S., Verawati, L., Desty A, B., Abdruhohim, Purwantini, H.,



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sigalingging, A. S. M., Riyanton, Lely, Egim, A. S., & Endriastuty, Y. (2025). *Manajemen Umkm Transformasi Dan Inovasi Di Era Digital* (D. E. Putri, Ed.). Ganesha Kreasi Semesta.

Asari, A., Widiana, I. N. W., Nur, S., Muniarty, P., Lotaningrat, D., Rijal, S., Safrizal, H. B. A., Abdurohim, Andhika, C. P., Ahmad, I., & Muslimin, M. (2023). *Manajemen Inovasi* (M. A. Yaqin, Ed.). Cv. Istana Agency.

Astuti, W. T. (2021). *Inovasi Produk Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Dalam Konteks Ukm: Studi Pada Ukm Kreatif (Fesyen) Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Universitas Brawijaya.

Badan Pusat Statistik. (2025). *Profil Industri Mikro Dan Kecil* (Vol. 15).

Bank Indonesia. (2026). *Laporan Perekonomian Februari 2026*.

Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The Resource-Based View Of The Firm: Ten Years After 1991. *Journal Of Management*, 27(6), 625–641. <https://doi.org/10.1177/014920630102700601>

Castillo-Vergara, M., Carrasco-Carvajal, O., Álvarez-Marin, A., Sarango-Lalangui, P., & Muñoz-Cisterna, V. (2024). Innovation In Perspective: The Role Of Creativity And Open Innovation In B2b, B2c, And B2g Business Models. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 10(4). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100399>

Chelin. (2022). *Analisis Kreativitas Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Home Bonquet Medan*. Stie Eka Prasetya.

Chotimah, N., Nurmandi, A., & Fridayani, H. D. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Umkm Pasca Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1), 46–59. <https://doi.org/10.36636/Dialektika.V10i1.4627>

Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan* (I. Kaissar, Ed.). Global Research And Consulting Institute.

Demas, R. P., & Ali, H. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Siber Transportasi Dan Logistik (Jtsl)*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.38035/Jstl.V2i1>

Diman, R., & Sabir, M. (2022). Analisis Kreativitas Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Percetakan Undangan Pernikahan Di Kota Timika. *Jurnal Kritis*, (2), 113–141.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kota Depok. (2025, December 17). *Umkm Kota Depok Berhasil Meraih Penghargaan Umkm Terbaik Se- Jawa Barat*. Dkum Depok.
- Echdar, S., & Maryadi. (2019). *Business Ethics And Entrepreneurship (Etika Bisnis Dan Kewirausahaan)*. Deepublish.
- Ekawati, R., & Prasetyo, A. D. (2026). Determinan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Pada Umkm: Tinjauan Sistematis Berbasis Perspektif Resource-Based View Dan Kapabilitas Dinamis. *Optimal Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 712–726. <https://doi.org/10.55606/Optimal.V6i1.10934>
- Eravia, D., & Samsir. (2025). Meningkatkan Daya Saing Umkm Melalui Integrasi Resource Based View (Rbv) Dan Digital Marketing. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2671–2685. <https://doi.org/10.60036/Jbm.801>
- Farida. (2025). *Open Data Jabar*.
- Ferdiansyah, Diposumarto, N. S., & Muharram, H. (2025). *Enhancing Brand Image Through Product Quality, Price Perception, Innovation, And Word Of Mouth*. 05(02), 192.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 4.0* (A. Heri S, Ed.). Yoga Pratama .
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Saft Berbasis Media Marketing*.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Third Edition*. Sage Publications, Inc.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) Using R*. Springer Nature Switzerland Ag. <http://www>.
- Han, J., Jun, M., Kim, M., & Key, S. (2018). Influence Of Congruency Between Ideal Self And Brand Image On Sustainable Happiness. *Sustainability (Switzerland)*, 10(11). <https://doi.org/10.3390/Su10114076>
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial* (F. A. Pratama, Ed.). Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati. <http://insaniapublishing.com>
- Haryono, S. (2016). *Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel Pls* (D. Puryanto, Ed.). Pt. Intermedia Personalia Utama.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hendayana, Y., & Fauzi, A. (2024). *Strategi Inovasi Pada Umkm* (E. Safitry, Ed.). Pt Pena Persada Kerta Utama.
- Irnanda, S. (2024). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Pelaku Umkm (Studi Kasus Umkm Fashion Di Kota Medan)*. Universitas Medan Area.
- Jebb, A. T., Ng, V., & Tay, L. (2021). A Review Of Key Likert Scale Development Advances: 1995–2019. *Frontiers In Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.637547>
- Karimuddin, A., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Khotimah, K. (2021). Pandangan Berbasis Sumber Daya (Rbv) Dalam Pembahasan Organisasi Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*.
- Kinerjaekselen. (2023, August 12). Miliki Potensi Besar, Kota Depok Ingin Jadi Kota Kuliner. *Kinerjaekselen*.
- Kock, N., & Hadaya, P. (2018). Minimum Sample Size Estimation In Pls-Sem: The Inverse Square Root And Gamma-Exponential Methods. *Information Systems Journal*, 28, 227–261.
- Kotler, & Armstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing Sixteenth Edition* (S. Wall, Ed.). Pearson Education Limited.
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif* (Tim Ub Press, Ed.). Tim Ub Press.
- Lubis, P. S. I., & Salsabila, R. (2024). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(3), 91–110. <https://doi.org/10.59246/Muqaddimah.V2i2.716>
- Mardatillah, A. (2021). *Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Kapabilitas Etnik Modal Manusia* (E. Figur, Ed.). Pustaka Aksara. www.pustakaaksara.co.id
- Mariam, S. (2022). *Keunggulan Bersaing Model Dan Implementasi* (Cv.Aa. Rizky, Ed.). Cv. Aa. Rizky.
- Media Indonesia. (2024, June 15). Minimarket Di Depok Menjamur, Pedagang Tradisional Dan Umkm Gigit Jari Kalah Saing. *Media Indonesia*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Mirza, Z. (2024). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberlanjutan Umkm Kuliner Di Kecamatan Medan Sunggal*. Universitas Medan Area.
- Mularsari, A. (2022). Potensi Wisata Kuliner Dan Motivasi Wisatawan Di Kota Depok Jawa Barat Tahun 2019. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1, 148–169.
- Munandar, U. (2016). Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. In *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* (Number 4). Rineka Cipta. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7288>
- Najibuddin, A. N. (2021). *Peran Inovasi Produk Sebagai Variabel Mediasi Dalam Hubungan Antara Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran Dengan Kinerja Perusahaan*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Pratamansyah, S. R. (2024). *Transformasi Digital Dan Pertumbuhan Umkm: Analisis Dampak Teknologi Pada Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia*. 2(2), 1–17. <https://economics.pubmedia.id/index.php/jampk>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati, Ed.; Vol. 01). Kbm Indonesia. www.penerbitbukumurah.com
- Sari, A. S., Dahmiri, & Sari, N. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Kue Tradisional Di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(2), 68–75.
- Setyawati, A. (2017). *Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Umkm* (Amirullah, Ed.). Media Nusa Creative.
- Sharika, S., & Hurdawaty, R. (2025). Strategi Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Kelurahan Pamulang Barat. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 10(1), 22–34. <https://doi.org/10.56743/jstp.v10i1.448>
- Somalua, R., Asim, Nurminingsih, & Siregar, R. (2022). The Effect Of Product Quality And Product Innovation On Consumer Loyalty In Fizzul Putra Mandiri Convection, Jombang Regency. *Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues (Marginal)*, 1, 43–52. <https://ojs.transpublika.com/index.php/marginal/>
- Subhan, E. S., Rudijanto, E. T. D., Sudarmiatin, & Hermawan, A. (2024). The Impact Of Creativity, Market Orientation, And Entrepreneurial Orientation On Sme Marketing Performance: Investigating The Mediating Effect Of Product Innovation. *Journal Of Logistics, Informatics And Service Science*, 11(7), 146–169. <https://doi.org/10.33168/jliss.2024.0709>
- Sugiarto, E. (2019). *Kreativitas Seni & Pembelajarannya* (T. R. Rohidi, Ed.). Lkis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sugiyono. (2023a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2nd Ed.). Alfabeta. www.cvalfabeta.com

Sugiyono. (2023b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo, Ed.). Alfabeta. www.cvalfabeta.com

Sugiyono. (2023c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sumbodo, Y. P., Marzuki, Yudhantara, Apt. S. M., & Widiastuti. (2024). *Metode Penelitian Panduan Lengkap Untuk Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran* (M. Mirsal, Ed.). Pt Media Penerbit Indonesia.

Sunarjo, W. A. (2024a). *Buku Ajar Manajemen Inovasi* (Nasrudin, Ed.). Pt Nasya Expanding Management.

Sunarjo, W. A. (2024b). *Buku Ajar Manajemen Inovasi* (M. Nasrudin, Ed.). Pt Nasya Expanding Management.

Time Out. (2025, March). Jakarta Among Best Cities For Culinary Tourism, According To Time Out. *Time Out*.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Umkm (2008).

Utomo, W., Sugianingsih, N. M. W., Aditya, F., Sofia, M., Ikhsan, M., & Putra, Y. A. (2025). Inovasi Dalam Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hal Tersebut (Umkm Industri Kreatif Kota Depok). *Jurnal Administrasi Profesional*, 06(01).

Wernerfelt, B. (N.D.). A Resource-Based View Of The Firm. In *Strategic Management Journal* (Vol. 5, Number 2).

Winarso, W. (2020). *Buku Kreatif Dan Inovatif Dlm Bisnis* (E. Safitry, Ed.). Cv. Pena Persada.

Wisdayanti. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Citra Sarana Sejahtera Opsal Plaza Kota Palopo*. Universitas Islam Negeri Palopo.