

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS PRODUK, DAN MOTIVASI
BERWIRUSAHA TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA SENTRA WISATA
KULINR BRATANG BINANGUN SURABAYA**

Dilla Andisyah Fitri

Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
dillaandisyahfitrii@gmail.com

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.M

Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
ayun@untag-sby.ac.id

Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M

Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
idapradiwi@untag-sby.ac.id

ABSTRACT

Innovation and Creativity is a new thought or idea that is created to bring out something novelty. Entrepreneurial motivation is an encouragement in a person to carry out business activities. The primary objective of this research is to determine the extent to which Competitive Advantage is impacted by Product Innovation at the Bratang Binangun Culinary Tourism Center, The impact of product innovation on competitiveness is a significant factor to consider, how big is the influence of Entrepreneurial Motivation on competitiveness. In the present research, a quantitative methodology is employed. The employed technique is the Non Probability Sampling method. Based on the findings of this research, it can be inferred that Product Innovation plays a significant role in fostering Competitive Advantage, Product Creativity on Competitive Advantage, and Entrepreneurial Motivation on Competitive Advantage. The impact of Product Innovation, Product Creativity, and Entrepreneurial Motivation on Competitive Advantage amounts to 63.3%, with the remaining 36.7% being attributed to various other factors.

Keywords: *Product Innovation, Product Creativity, Entrepreneurial Motivation, Competitive Advantage*

ABSTRAK

Inovasi dan Kreativitas adalah sebuah pemikiran atau ide baru yang diciptakan untuk memunculkan suatu kebaruan. Semangat dalam berwirausaha merupakan sebuah dorongan yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam aktivitas bisnis. Penelitian ini dilaksanakan punya tujuan guna menakar sejauh mana dampak Inovasi Produk terhadap keuntungan kompetisi di Sentra Wisata Kuliner Bratang binangun, sejauh mana dampak kreativitas Produk pada keunggulan persaingan, Seberapa besar Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Keunggulan Bersaing. Pada riset yang dilakukan, menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode yang digunakan. Kami juga menerapkan metode non probability sampling. Setelah dilakukan riset terungkap bahwa Inovasi Produk memiliki dampak yang signifikan pada Keuntungan Bersaing, Kreativitas Produk berkaitan Keunggulan Bersaing, & Motivasi Berwirausaha terkait Keunggulan Bersaing. Dampak dari Inovasi Produk, Kreativitas Produk, serta Motivasi Berwirausaha sebanyak 63,3% dari Keunggulan Bersaing tergantung pada faktor tersebut, sementara 36,7% lainnya dipengaruhi oleh elemen lain..

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Motivasi Berwirausaha, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis yang ada di Indonesia semakin pesat tentunya akan muncul persaingan bisnis ketat terutama di sektor UMKM. Persaingan sengit itulah yang ujung ujungnya mendorong pelaku UMKM untuk tetap berinovasi guna menghindari terpuruk dalam persaingan di pasar. Dunia bisnis khususnya bidang kuliner sekarang terjadi peningkatan persaingan yang tinggi Jumlah perusahaan baru, perusahaan yang beroperasi di sektor yang serupa saling berkompetisi untuk memperebutkan bagian pasar. Meskipun mereka tergolong usaha kecil, persaingan antar mereka tetap berlangsung untuk melindungi pelanggan mereka dan tidak beralih ke pesaing yang sama dari pedagang yang berbeda. Persaingan antar perusahaan semakin ketat, yang juga menambah beban UKM. UKM selalu perlu melakukan inovasi baik produk maupun layanan. Tanpa Inovasi tidak memiliki karakteristik yang membedakannya dari perusahaan pesaing, membuat bisnis menjadi fana. Tentu saja, perubahan dari manual ke digital tidak hanya memberikan tantangan, tetapi juga peluang bagi insan kreatif dan inovatif.

Berbagai upaya pemerintah Surabaya memberikan nilai lebih pada usaha kuliner di Surabaya termasuk dalam hal UMKM. Salah satu upaya untuk memudahkan pemerintah dalam menata dan melakukan pemberdayaan terhadap mereka adalah dengan melokalisir PKL atau UMKM tersebut kedalam Sentra Wisata Kuliner (SWK). *"The objective behind setting up culinary hubs within Surabaya city is twofold: to invigorate the local economy and bolster tourism endeavors. These culinary hubs, overseen by the Office of Cooperatives and Small and Medium Enterprises (Dinkop and UMKM) of Surabaya City, serve as focal points for culinary tourism."* (Panjaitan et al., 2020).

Beberapa faktor mempengaruhi Keuntungan dalam persaingan bisnis dapat dicapai melalui implementasi inovasi. Menurut Sukmadi (2016), Sebuah inovasi melibatkan konsepsi baru, produk yang belum dikenal, informasi teknologi yang belum terpapar, dan praktik-praktik yang belum lazim digunakan oleh mayoritas penduduk dalam suatu wilayah tertentu. Hal tersebut memiliki potensi untuk menghasilkan perubahan yang signifikan di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Kegiatan inovatif merujuk pada aktivitas yang berfokus pada peningkatan nilai dan manfaat dari situasi yang ada. Peluang yang bisa diraih misalnya dengan menciptakan pengembangan produk berbeda (Suhaeni, 2018). Dengan melakukan pengembangan Inovasi para UMKM dapat meraih hasil yang lebih positif dan juga Produk dan layanan yang ditawarkan berbeda dengan pesaing, itulah sebabnya konsumen akan datang untuk menarik perhatian pelanggan dan membuat produk tersebut lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing.

Faktor kedua Kreativitas Produk, menurut Wardani & Dewi (2021) Kreativitas Produk adalah kemahiran untuk mempresentasikan konsep atau gagasan dalam memecahkan masalah ketika peluang muncul. Kreativitas mendorong seseorang mencapai tujuan yang dipilih dapat berupa tujuan apapun, yang tergolong pada bidang usaha. Jadinya keinginan berkreasi bisa dipakai untuk menghasilkan konsep berbisnis yang berbeda sejalan dengan kesempatan yang tersedia. Jika kreativitas mengalami peningkatan, jadinya bakal merangsang pertumbuhan minat berbisnis. Dengan kreatifitas dalam berwirausaha, pengusaha terus melakukan terobosan-terobosan baru untuk usahanya dan memiliki kesempatan usaha untuk menghasilkan laba yang besar. Faktor ketiga Motivasi Berwirausaha, menurut Munawar & Supriatna (2018) Motivasi berwirausaha adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk bekerja dengan tekun guna mencapai berbagai titik, contohnya meraih laba bersih, mendapatkan keleluasaan individu, mengejar impian pribadi, serta mencapai swasembada. Oleh karena itu, motivasi ini bisa memicu gairah yang tinggi dalam membagikan tanggapan yang baik. terhadap peluang memperoleh banyak manfaat baginya, Sehingga tidak tergantung dengan individu lainnya. Apabila dorongan berbisnis ditumbuhkan maka minat berwirausaha bakal meningkat dan mampu menciptakan pemikiran yang kreatif dan inovatif sehingga mampu bersaing dengan para UMKM lainnya.

Keunggulan bersaing yang pernah dijelaskan Porter (2007) merujuk pada ketangkasan sebuah perusahaan guna meraih laba ekonomi yang melebihi laba yang dapat dicapai oleh kompetitor di pasar yang sama pada kategori yang serupa. Keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan tersebut adalah faktor kunci supaya memiliki hasil yang lebih besar serta menguasai pasar agar tetap mempunyai kekuatan pada mengetahui peralihan sistem pasar serta sanggup menentukan strategi untuk memenangkan pasar yang tepat. UMKM yang memiliki Keunggulan Bersaing akan menciptakan kinerja UMKM makin bertambah maju dan meningkat seiring Seiring berjalannya waktu dan kebutuhan pasar yang semakin meningkat, semakin beranekaragam dan sempit. Maka dari itu Penting bagi UMKM atau produk untuk memiliki keunggulan dalam persaingan guna mencapai kinerja yang optimal dan meraih kesuksesan dari sebuah UMKM sendiri.

Sentra ini adalah destinasi wisata kuliner yang sedang menjadi tujuan bagi masyarakat yang hendak sekedar makan sendiri, bersama keluarga, tempat meeting, acara ulang tahun dan masih banyak acara lain yang sering diselenggarakan di tempat ini. Selain

ada panggung live musik, Lokasi yang strategis, tempat parkir luas, tempat makan yang terbilang cukup banyak, beberapa wastafel untuk cuci tangan, begitu banyak varian makanan yang dijual dari 50 pedagang makanan dan minuman di tempat ini. Kini, kota Surabaya tercatat memiliki 48 Sentra Wisata Kuliner yang tersebar di berbagai wilayah. dengan didirikannya Sentra Wisata Kuliner ini sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha yang menjadi penggerak roda perekonomian rakyat.

Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun ini dibangun oleh pemerintah pada tahun 2016 dan aktif beroperasi tahun 2017 dengan stand sebanyak 52. Pada tahun 2023 ini peneliti telah melakukan observasi lapangan dengan mewawancarai salah satu pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner tersebut dan ternyata ditahun ini terjadi penurunan stand sebanyak 12 stand karena pelaku usaha merasa adanya persaingan bisnis semakin ketat, pelaku usaha harus lebih berpikir kreatif agar bisa menciptakan persaingan dalam bisnis, ini harus menjadi perhatian pada Pemerintah Kota. Di sini, Pemerintah Kota seharusnya memberi pengetahuan dan pelatihan kepada pelaku usaha UMKM di Sentra Wisata untuk berinovasi dan kreatif terhadap produknya. Dengan itu, para pelaku usaha Sentra Wisata Kuliner akan termotivasi karena sekarang makin banyak pesaing diluar sana yang berlomba-lomba berinovasi dan kreatif. Tujuan produk berinovasi dan kreatif adalah agar masyarakat tertarik dengan produknya dan juga keunggulan yang dimiliki pada produk tersebut untuk meningkatkan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun. Alasan peneliti memilih objek tersebut dikarenakan adanya permasalahan yang ada di Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun tersebut dengan tingkat sumber daya yang cukup tinggi tetapi para pelaku kurang menghasilkan suatu Inovasi atau pemikiran Kreatif pada setiap SDMnya.

Sehubungan dengan permasalahan yang ada seperti adanya stand yang tutup di Sentra Wisata Kuliner yang seharusnya pemerintah memberi pelatihan dan pengetahuan terhadap para pelaku usaha UMKM untuk lebih Kreatif dan Berinovasi dengan begitu para konsumen merasa tertarik dengan produk yang dibuat karena pelaku UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan Inovatif. Saat ini yang melandasi peneliti terdorong untuk melaksanakan Penelitian lebih lanjut dengan judul: "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya"

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi riset yang dilakukan yaitu semua pengusaha atau pemilik Sentra Wisata Kuliner makanan dan minuman di Bratang Binangun Surabaya. Jumlah populasi pemilik SWK makanan dan minuman di Bratang Binangun Surabaya yang terhitung sejumlah 40 partisipan melalui penggunaan teknik sampling Jenuh atau Sensus. Teknik sampel yang dipakai yaitu total sampling atau sampling jenuh. Penjelasan Sugiyono (2016:85) Sampling jenuh merupakan metode untuk memilih sampel yang melibatkan seluruh anggota populasi selaku sampelnya. Teknik untuk mengambil sampel yang digunakan pada riset yang dilakukan adalah teknik pengambilan sampel yang mencakup seluruh populasi karena populasi tersebut tergolong relatif kecil. Karenanya, banyak sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah 40 partisipan.

Jenis Data

Jenis data yang dipakai pada riset ini merupakan data kuantitatif. Data kuantitatif merujuk pada jenis informasi yang bisa ditakar atau dapat terhitung secara langsung menggunakan bilangan atau angka untuk menyampaikan informasi atau penjelasan (Sugiyono, 2011: 15).

Sumber Data

Pada riset yang dilakukan, menggunakan dua jenis sumber data, yaitu sumber data primer serta sumber data sekunder. Sumber data primer merujuk pada informasi yang didapatkan secara langsung dari sumber yang telah dikumpulkan secara khusus, terkait dengan permasalahan yang lagi dilakukan penelitian. Peneliti melakukan proses kumpul mengumpul data primer dan dengan cara pembagian kuesioner. Sugiyono (2016: 142) Ditegaskan bahwa kuesioner adalah cara dalam menghimpun data dengan menyediakan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk partisipan agar dijawabnya. Kedua, Sumber data sekunder merupakan data yang didapat dari pihak lain yang bukan usaha sendiri. Berlandaskan beragam sumber literatur, termasuk buku, jurnal, dan dokumen terkait, peneliti mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan topik kajian, yaitu Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Motivasi Berwirausaha, dan Keunggulan Bersaing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dipahami sebagai prosedur statistik yang wajib terpenuhi sebelum analisis regresi linear berganda. Untuk memenuhi asumsi klasik bertujuan supaya dalam pengerjaan Standar statistik terpenuhi oleh model regresi yang dihasilkan, sehingga parameter-parameter yang dihasilkan oleh regresi tersebut juga memenuhi standar statistik yang dihasilkan bersifat rasional. Dalam pengujian asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Dalam rangka memahami pengaruh variabel-variabel independen terkait variabel dependennya, seperti yang dijelaskan Sanusi, Anwar (2003: 309), perlu dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,742	,641		-1,158	,254
Inovasi Produk	,345	,082	,442	4,198	,000
Kreativitas Produk	,563	,122	,469	4,618	,000

Motivasi Berwirausaha	,355	,109	,344	3,257	,002
-----------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Output SPSS diolah penulis, 2023

Dari perhitungan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai a sebesar -0,742 merupakan konstanta yang membuktikan Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Motivasi Berwirausaha bernilai 0. Maka, nilai Keunggulan Bersaing turun sebesar 0,742.
- b_1 (Nilai Koefisien Regresi X1) sebesar 0,345. Menguraikan jikalau pengaruh yang baik terkait Keunggulan Bersaing terjadi karena adanya variabel Inovasi Produk. Dalam hal ini, setiap peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel Inovasi Produk akan memiliki dampak pada peningkatan Keunggulan Bersaing dengan besaran 0,345.
- b_2 (Nilai Koefisien Regresi X2) sebesar 0,563. Menjelaskan kalau adanya korelasi positif antara Kreativitas Produk dan Keunggulan Bersaing, yang mengindikasikan bahwa semua pertumbuhan sebesar 1 satuan dalam Kreativitas Produk bakal berdampak pada pertumbuhan dengan besaran 0,563 dalam Keunggulan Bersaing.
- b_3 (Nilai Koefisien Regresi X3) Sebesar 0,355. Tampaknya terbukti kalau faktor Motivasi Berwirausaha memiliki dampak positif terhadap Keunggulan Bersaing. Artinya, setiap peningkatan sebesar 1 satuan dalam faktor Motivasi Berwirausaha akan berpengaruh sebesar 0,355 terhadap Keunggulan Bersaing.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Uji parsial atau uji t memberikan hasil adanya dampak antar variabel bebas (Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Motivasi Berwirausaha) terhadap variabel terikat (Keunggulan Bersaing). Yang selanjutnya adalah uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan signifikansi 5%:

Tabel Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,742	,641		-1,158	,254
1 Inovasi Produk	,345	,082	,442	4,198	,000
Kreativitas Produk	,563	,122	,469	4,618	,000
Motivasi Berwirausaha	,355	,109	,344	3,257	,002

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Output SPSS diolah penulis, 2023

Signifikansi (0,000 0,050) serta t hitung dicapai sebesar 4,198, dimana t hitung > t tabel (4,198 > 1,668), maka hipotesis (Ha) diterima. Diketahui bahwa di Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya, Inovasi Produk berdampak pada Keunggulan Bersaing. Pada variabel Kreativitas Produk nilai t hitung dengan besaran 4,618 serta taraf signifikansi 0,000 0,050 jadinya hipotesis (Ha) diterima. T hitung > t tabel (4,618 > 1,668). Diketahui bahwa di Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya, Kreativitas Produk meningkatkan Keunggulan Bersaing. Sedangkan pada variabel Motivasi Berwirausaha Hipotesis (Ha) diterima diperoleh t hitung sebesar 3,257 dan t hitung > t tabel (3,257 > 1,668) dan signifikansi (0,002 0,050). Diketahui bahwa di Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya, Motivasi Berwirausaha meningkatkan Keunggulan Bersaing.

Uji Korelasi (r)

Tabel Hasil Uji Korelasi (r)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,633	,603	,37037

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Kreativitas Produk, Inovasi Produk

Sumber: Output hasil SPSS diolah penulis, 2023

Diketahui nilai uji r 0,796, hal ini diketahui bahwa angka yang semakin mendekati 1 dengan nilai interval 0,60 - 0,799 diketahui korelasi pada Inovasi Produk, Kreativitas Produk serta Motivasi Berwirausaha pada Keunggulan Bersaing adalah Kuat. Sebagaimana pedoman interpretasi koefisien relasi menurut Sudarmanto, R. Gunawan (2005):

Tabel Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sudarmanto, R. Gunawan (2005)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	,796 ^a	,633	,603	,37037
---	-------------------	------	------	--------

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Kreativitas Produk, Inovasi Produk

Sumber: Output hasil SPSS olahan penulis, 2023

Diperoleh hasil *R Square* (R^2) 0,633 ini menjelaskan bahwa 63,3% variabel Keunggulan Bersaing bisa dipaparkan dari tiga variabel Inovasi Produk, Kreativitas Produk serta Motivasi Berwirausaha untuk sisanya ($100\% - 63,3\% = 36,7\%$). Maka 36,7% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab diluar Inovasi Produk, Kreativitas dan Motivasi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Nilai *t* hitung > dari nilai *t* tabel menjelaskan kalau hipotesis Inovasi Produk punya pengaruh pada Keunggulan Kompetitif di Pusat Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya mendukung temuan analisis penelitian bahwa Inovasi Produk berdampak terhadap Keunggulan Kompetitif.

Hal tersebut menggambarkan kalau Inovasi Produk yang ada di Sentra Wisata Kuliner mendapatkan citra yang baik dimata konsumen. Hal ini dapat dibuktikan Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya mampu memperluas produk dengan cara nya masing-masing karena berbagai menu yang menarik seperti Sego Sambel Jembret, Warung Happy, Es Sari roso, Warung Osas, Bebek Desa Sambel Pencit dan lain-lain dimana menu tersebut memiliki kualitas dan desain produk yang menarik sehingga pengunjung atau konsumen tertarik ingin membeli, ditambah dengan suasana atau tempat yang nyaman dan cocok dikalangan anak muda hingga orangtua. Hal ini yang harus dipertahankan dan ditingkatkan oleh SWK Bratang Binangun Surabaya agar tidak kehilangan pelanggan dan dapat meningkatkan Keunggulan Bersaing.

Pengaruh Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing

Nilai *t* hitung > dari nilai *t* tabel menjelaskan kalau hipotesis Inovasi Produk memiliki pengaruh pada Keunggulan Bersaing di Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya mendukung temuan analisis penelitian kalau Inovasi Produk punya efek terkait Keunggulan Bersaing.

Hal tersebut menggambarkan kalau Kreativitas Produk yang ada di Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun surabaya mempunyai pemikiran yang flexibel, lancar, elaborasi dan keaslian. Karena dengan adanya pemikiran tersebut pelaku usaha mampu mewujudkan sebuah inovasi baru dari sebuah pemikiran kreatif tersebut sehingga muncul lah produk atau menu yang memiliki kreativitas dan inovasi seperti menu Sego Sambel Jembret, Warung Happy, Es Sari roso, Warung Osas, Bebek Desa Sambel Pencit dan lain-lain dimana menu tersebut muncul dari sebuah pemikiran dari para pelaku usaha yang akan menciptakan dan meningkatkan Keunggulan Bersaing.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Keunggulan Bersaing

Analisis penelitian berdasarkan temuan nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel yang menjelaskan kalau hipotesis motivasi wirausaha memiliki pengaruh pada keunggulan bersaing di Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya, analisis penelitian menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan memiliki pengaruh pada Keunggulan Bersaing.

Hasil tersebut menggambarkan kalau Motivasi Berwirausaha yang ada di Sentra Wisata Kuliner Surabaya mampu memiliki Semangat dan keinginan untuk mencapai kesuksesan, Adanya motivasi serta butuhnya dalam berwirausaha, Adanya impian serta tujuan masa yang akan datang, serta Adanya aktivitas menarik ketika berbisnis. Karena para pelaku usaha harus memiliki motivasi yang tinggi demi kelancaran usahanya dan dengan adanya motivasi pada diri pelaku usaha dapat menciptakan serta meningkatkan Keunggulan Bersaing.

KESIMPULAN

Tujuan dari riset yang dilakukan adalah untuk memahami dampak dari inovasi Produk, Kreativitas Produk serta Motivasi Berwirausaha terkait Keunggulan Bersaing pada Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya . Responden pada riset ini sebanyak 40 partisipan yang mana punya usaha Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya. Berdasarkan data pengujian yang telah terkumpul dan dilaksanakan menggunakan model regresi linear berganda, bisa diambil kesimpulan kalau adanya efek Inovasi Produk terkait Keunggulan Bersaing di Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya, baik secara keseluruhan maupun secara parsial.

Kreativitas dalam menghasilkan produk di Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya punya efek sebagian terkait mencapai Keunggulan Bersaing.

Motivasi Berbisnis dalam beberapa aspek, Sentra Wisata Kuliner Bratang Binangun Surabaya punya efek yang besar terkait pencapaian Keunggulan Bersaing..

DAFTAR PUSTAKA

- Alihar, F. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*. 66, 37-
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang*. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120-142.
- Astit. (2017). *Motivasi Tentang Berwirausaha*. *Journal*, 53(9), 232.
- Ani, L. N. (2020). *Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2005, 2076-2086.
- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). *Keunggulan Bersaing Ukm Yang Dipengaruhi Oleh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193.

- Curatman, A. dkk. (2016). *Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Jurnal Logika, XVIII(3), 61-75.*
- Cahyani, A. A., Mallongi, S., & Mahmud, A. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Makassar. PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 4(1), 219-232.*
- David, F.R, 2011, *Strategic Management: Concept and Cases, Global Edition.* Prentice Hall, New Jersey
- Ferine, K. F., & Indrawan, M. I. (2021). *Analisis Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Motivasi Terhadap Kinerja UKM Binaan Bank Sumut Cabang Kampung Baru Medan. 1177.*
- Harsasi, M. (2012). *Inovasi dan Strategi Produk. Inovasi Dan Strategi Produk, 1-38.*
- Hariana, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN, 2(2), 92.*
- Imron, A. (2019). *Revitalisasi Sentra Wisata Kuliner (Swk) Surabaya. Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum Universitas Negeri Surabaya, 7(2), 1-4.*
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat*
- Kotler dan Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Indeks.
- Laili, E. N., Ch, U., Endro, N., Program, T., & Bisnis, S. A. (n.d.). *Pengaruh Motivasi dan Sikap Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus pada Reny swalayan-ku di Surabaya).*
- Lucky, M. (2020). *Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. Jurnal IKRA-ITH Ekonomika, 4(2), 87-93.*
- Munawar, A., & Supriatna, N. (2018). *Pengaruh Sikap dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi, 2(1), 14-23.*
- M.M., D. S., & M.M., H. P. (2022). *Manajemen UMKM.* Media Sains Indonesia.

- Oblivia, V., & Indriyani, R. (2013). *Analisis Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat*. *Jurnal Agora*, 1 (1)(1), 337-347.
- Panjaitan, T. W. S., Hermanto, Y. B., dan Widyastuti, M, 2020, *Analysis Marketing Strategies At Culinary Tourisme* Volume 8 Nomor 1,halaman 725-732
- Rahmawati, N. D., & Mulyati, A. (2015). *Terhadap Daya Saing Pada UMK Dolly Saiki Point*.
- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi)*. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(2), 94-104.
- Saladin, Djaslim, (2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung : Linda Karya
- Suhaeni, T. (2018). *Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)*. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57.
- Sukmadi.(2016).*Inovasi Kewirausahaan*.Bandung:Humaniora Utama Press.Sunyoto.
- Sains, U., Semarang, K., Ermawati, Y., Sodikin, M., & Supeni, E. (2022). *Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya*.
- Setiawan, W., & Sugiharto, S. (2014). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-8.
- Taan, H. (2017). *Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keunggulan bersaing usaha karawo di kota gorontalo*. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 148-158.
- Widjaja & Winarso W (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. 117.
[http://repository.ubharajaya.ac.id/2949/1/Buku Kreativitas Dan Inovasi %28%29.pdf](http://repository.ubharajaya.ac.id/2949/1/Buku%20Kreativitas%20Dan%20Inovasi%20%28%29.pdf)
- Wiranawata, H. (2019). *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Wardhana, A. (2015). *Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia*. In *Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327-337.
- Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). *Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 93.