

**THE EFFECTIVENESS OF INNOVATION AND BUSINESS CREATIVITY
STRATEGIES ON THE RESILIENCE OF ABON SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES IN CIANJUR REGENCY**

**EFEKTIVITAS STRATEGI INOVASI DAN KREATIVITAS USAHA
TERHADAP RESILIENSI UMKM ABON DI KABUPATEN CIANJUR**

Nabila Ramadani^{1*}, Tetty Sufianty Zafar², Sopyan Saori³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah
Sukabumi^{1,2,3}

nabilaramadani930@ummi.ac.id¹

ABSTRACT

MSMEs play a vital role in supporting the regional and national economies; however, various post-disaster challenges and changes in the business environment have resulted in relatively low resilience among some MSMEs. This study aims to analyze the influence of innovation strategies and business creativity on the resilience of Abon SMEs in Cianjur Regency. The study employs a quantitative approach using descriptive and associative methods. The sample consists of 34 SME operators selected using a saturation sampling technique. Data collection was conducted through the distribution of questionnaires. The results indicate that innovation strategies have a positive and significant effect on SME resilience. Business creativity also has a positive and significant effect on resilience and is the most dominant variable in enhancing SMEs' ability to survive and adapt. Simultaneously, innovation strategies and business creativity have a significant effect on SME resilience with a very strong correlation. These findings indicate that the ability to develop product, process, and marketing innovations—supported by creativity in generating new ideas and solutions—can enhance business resilience in the face of market changes, competition, and crisis conditions. This study concludes that innovation strategies and business creativity are critical factors in strengthening the resilience of Abon SMEs in Cianjur Regency. Therefore, MSME operators are advised to continue fostering innovation and creativity through the use of digital technology, product development, and improved adaptability to ensure the long-term sustainability of their businesses.

Keywords: *innovation strategy, business creativity, MSME resilience, MSME dried meat.*

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah dan nasional, namun berbagai tantangan pascabencana dan perubahan lingkungan bisnis menyebabkan kemampuan bertahan sebagian UMKM masih relatif rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 34 pelaku UMKM yang ditentukan menggunakan teknik sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi UMKM. Kreativitas usaha juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi serta menjadi variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kemampuan UMKM untuk bertahan dan beradaptasi. Secara simultan, strategi inovasi dan kreativitas usaha berpengaruh signifikan terhadap resiliensi UMKM dengan tingkat hubungan yang sangat kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan mengembangkan inovasi produk, proses, dan pemasaran yang didukung kreativitas dalam menciptakan ide serta solusi baru mampu meningkatkan ketahanan usaha dalam menghadapi perubahan pasar, persaingan, dan kondisi krisis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi inovasi dan kreativitas usaha merupakan faktor penting dalam memperkuat resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Oleh karena itu, pelaku UMKM disarankan untuk terus meningkatkan inovasi dan kreativitas melalui pemanfaatan teknologi digital, pengembangan produk, serta peningkatan kemampuan adaptasi agar keberlangsungan usaha dapat terjaga secara berkelanjutan.

Kata kunci: strategi inovasi, kreativitas usaha, resiliensi UMKM, UMKM abon.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global saat ini menempatkan Usaha Mikro,

Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai tulang punggung pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju maupun

Khususnya UMKM di Kabupaten Cianjur, memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas ekonomi regional. Sektor ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan utama bagi masyarakat, tetapi juga berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja dan penguatan ekonomi lokal. Namun, gempa bumi yang terjadi pada akhir tahun 2022 memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan usaha. Berdasarkan data Dinas Koperasi Kabupaten Cianjur, sebanyak 20% UMKM Abon mengalami penurunan kapasitas produksi setelah gempa bumi tahun 2022. Sebagian pelaku usaha menghadapi kendala pada aspek pemasaran, distribusi bahan baku, dan keterbatasan modal usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan resiliensi UMKM masih menjadi permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut. Untuk bertahan, pelaku usaha mulai menerapkan inovasi produk serta strategi pemasaran digital yang lebih kreatif. Fenomena ini menunjukkan pentingnya penelitian mengenai pengaruh inovasi bisnis dan

keaktivitas usaha terhadap ketahanan (Resiliensi) UMKM, mengingat masih banyak pelaku usaha yang mengalami kesulitan dalam menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan perubahan kondisi pasar dan risiko bencana alam.

Dalam konteks UMKM, ketahanan merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk bertahan, beradaptasi, dan pulih dari guncangan eksternal yang besar. Konsep ini mengacu pada kemampuan UMKM untuk menghadapi ketidakpastian dan bertahan dari gangguan seperti penurunan permintaan, perubahan preferensi pelanggan, keterbatasan modal, serta keadaan darurat seperti pandemi atau guncangan ekonomi lainnya Damayanti et al., (2022). Ketahanan UMKM sangat penting bagi kelangsungan hidup mereka dalam jangka panjang, karena UMKM merupakan komponen penting dari sistem ekonomi nasional yang sangat rentan terhadap perubahan. Ketahanan tidak hanya mencakup kemampuan bertahan melalui adaptasi, tetapi juga kemampuan UMKM untuk berinovasi dan menjadi inovatif.

Tabel 1. Kriteria UMKM

Skala	Total Aset	Keterangan
Mikro	50 Juta	Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300 Juta
Kecil	50 Juta – 500 Juta	Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300 Juta sampai 2,5 Milyar
Menengah	500 Juta – 10 Milyar	Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2,5 milyar sampai 10 milyar

Sumber : Kementerian PPN/Bappenas

Inovasi bisnis tidak hanya berfungsi sebagai strategi komersial, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat solidaritas sosial dan ketahanan ekonomi lokal. Hal ini sejalan dengan temuan Yuda et al. (2022) yang menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam

memperkuat ketahanan komunitas di Indonesia melalui peningkatan adaptabilitas, kolaborasi, dan daya saing usaha.

Berdasarkan tinjauan penelitian terbaru (tinjauan sistematis dan studi kasus), telah muncul research gap meskipun banyak studi mengkaji inovasi

atau ketahanan secara terpisah, sedikit yang meneliti sejauh mana strategi inovasi dan kreativitas bisnis secara langsung mempengaruhi dan membentuk kapasitas ketahanan UMKM di tingkat unit bisnis di berbagai sektor, terutama dengan menggunakan data empiris lokal terbaru dari Indonesia.

Strategi inovasi dan kreativitas terbukti menjadi kunci dalam proses pemulihan dan peningkatan resiliensi usaha, terutama melalui adaptasi model bisnis, penggunaan teknologi baru, dan pengembangan kapabilitas dinamis yang membantu organisasi menanggapi perubahan lingkungan ekonomi dan sosial. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan inovasi proses dan teknologi serta mengubah model bisnisnya secara fleksibel mampu membangun dasar resiliensi yang lebih kuat, di mana inovasi tersebut tidak hanya berorientasi pada pemulihan jangka pendek tetapi juga pada sustainabilitas jangka panjang, termasuk penguatan keunggulan kompetitif dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi tantangan lanjutan.

Di era perubahan ekonomi yang cepat dan ketidakpastian saat ini, efektivitas strategi inovasi dan kreativitas telah terbukti menjadi faktor kritis dalam meningkatkan ketahanan bisnis. Penelitian oleh (Nosike et al., 2024) menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan pasar, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka untuk bertahan dan berkembang setelah terjadinya gangguan besar. Perusahaan yang menerapkan inovasi proses, teknologi, dan ketangkasan strategis lebih tangguh dalam menghadapi tantangan pergeseran pasar yang dinamis.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu, masih terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai efektivitas

strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM. Beberapa penelitian seperti Tan et al. (2025) menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas berpengaruh positif terhadap resiliensi UMKM, karena mampu meningkatkan kemampuan adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan bisnis. Selain itu, strategi inovasi, kreativitas usaha juga menunjukkan hasil penelitian yang beragam. Rahman (2024) menyatakan bahwa kreativitas usaha berperan penting dalam meningkatkan kemampuan UMKM menemukan solusi alternatif, beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta menciptakan peluang bisnis baru yang mendukung resiliensi usaha. Namun terdapat perbedaan pandangan mengenai posisi kreativitas usaha, apakah berpengaruh langsung terhadap resiliensi atau melalui inovasi sebagai variabel terlebih dahulu sebelum berdampak pada kinerja dan ketahanan usaha, sebagian besar penelitian dilakukan pada UMKM secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji efektivitas strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM Abon di wilayah pascabencana, khususnya Kabupaten Cianjur, belum banyak diteliti. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul : **“EFEKTIVITAS STRATEGI INOVASI DAN KREATIVITAS USAHA TERHADAP RESILIENSI UMKM ABON DI KABUPATEN CIANJUR”**
METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan asosiatif untuk menganalisis pengaruh strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas strategi inovasi (X1) dan kreativitas usaha (X2), sedangkan variabel dependen adalah resiliensi (Y). Strategi inovasi diukur melalui dimensi inovasi produk, inovasi proses/operasional, dan inovasi pemasaran yang diadaptasi dari Agazu dan Kero (2024). Kreativitas usaha diukur berdasarkan dimensi ide dan solusi baru, fleksibilitas berpikir, serta inisiatif eksperimen yang mengacu pada Olsen et al. (2025). Sementara itu, resiliensi diukur melalui dimensi resiliensi strategi, resiliensi hubungan, dan resiliensi pembelajaran berdasarkan Tan et al. (2025). Model penelitian yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen.

Populasi penelitian terdiri atas 34 UMKM abon di Kabupaten Cianjur, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden (Sugiyono, 2019). Data

penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner dengan skala Likert, dokumentasi, dan studi kepustakaan (Priadana & Sunarsi, 2021). Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrumen, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t (parsial), uji F (simultan), koefisien korelasi, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil

1. Uji Validitas dan Realibilitas

A. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada variabel Strategi Inovasi (X1), Kreativitas Usaha (X2), dan Resiliensi (Y). Dan menggunakan software SPSS V21 dengan standar perhitungan validitas 0,3 dan reliabilitas 0,5.

Tabel 2. Pengujian Validitas dan Realibilitas

Variabel	Validitas			Reabilitas	
	Item	rHitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Strategi Inovasi	X1.1	0,653	Valid	0,773	Reliabel
	X1.2	0,749	Valid		
	X1.3	0,632	Valid		
	X1.4	0,786	Valid		
	X1.5	0,744	Valid		
	X1.6	0,735	Valid		
	X1.7	0,725	Valid		
	X1.8	0,733	Valid		
	X1.9	0,708	Valid		

Variabel	Validitas			Reabilitas	
	Item	rHitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas Usaha	X2.1	0,653	Valid	0,773	Reliabel
	X2.2	0,749	Valid		
	X2.3	0,632	Valid		
	X2.4	0,786	Valid		
	X2.5	0,744	Valid		
	X2.6	0,735	Valid		
	X2.7	0,725	Valid		
	X2.8	0,733	Valid		
	X2.9	0,708	Valid		
Resiliensi	Y.1	0,707	Valid	0,776	Reliabel
	Y.2	0,712	Valid		
	Y.3	0,786	Valid		
	Y.4	0,599	Valid		
	Y.5	0,766	Valid		
	Y.6	0,765	Valid		
	Y.7	0,752	Valid		
	Y.8	0,779	Valid		
	Y.9	0,630	Valid		

Sumber : Data Diolah Penulis, 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat diketahui bahwa keseluruhan indikator memiliki nilai validitas di atas 0,5 model dianggap memiliki hasil yang baik jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,5 (Anggraini, 2023). Nilai reliabilitas pada seluruh variabel memiliki nilai diatas 0,7 hal tersebut menunjukkan reliabel. Suatu indikator yang dianggap reliabel jika nilai cronbach's alpha mencapai atau melebihi 0,70

karena cronbach's alpha digunakan untuk menilai reliabilitas suatu konstruk, terutama konsistensi internal antar indikator (Handayani, 2020).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan beberapa pengujian meliputi: Normalitas, Multikolinieritas, Autokorelasi, Heteroskedastisitas, dan Linearitas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Kriteria	Skala	Hasil	Keterangan
Asumsi klasik	Normalitas	0,05	0,173	Normal
	Multikolinieritas	T : 0,1 VIF : 10	T : 0,371 VIF : 2.694	Tidak terjadi multikolinieritas
	Autokorelasi	Du < Dw < 4 - Du	1.580 < 1.874 < 4 - DU	Tidak terjadi autokorelasi
	Heteroskedastisitas	0,05	X1: 0,834 X2: 0,288	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
	Linearitas	0,05	X1-Y: 0, 71 X2-Y: 0,980	Linear

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS V21, 2026

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi seluruh kriteria yang dipersyaratkan. Uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,173 yang lebih besar dari 0,05, sehingga data residual berdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance sebesar 0,371 ($>0,10$) dan nilai VIF sebesar 2,694 (<10), yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson menghasilkan nilai sebesar 1,874 yang berada di antara batas Du (1,580) dan 4 - Du, sehingga tidak terdapat autokorelasi.

Selain itu, uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel X1 sebesar 0,834 dan X2 sebesar 0,288, yang keduanya lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Terakhir, uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi hubungan X1 terhadap Y sebesar 0,71 dan X2 terhadap Y sebesar 0,980, yang mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel bersifat linear.

3. Analisis data

Analisis data dilakukan menggunakan teknik koefisien korelasi ganda dan regresi linear berganda hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Data

Uji	Kriteria	Skala	Hasil	keterangan
Analisis data	Koefisiensi korelasi ganda	0,70-1,000	0,828	Kuat
	Regresi linear berganda	$Y^*=a+b_1x_1+b_2x_2$	$Y^*=6.236+0.358x_1+0.493x_2$	Nilai konstanta positif

Sumber : Data Diolah Penulis, 2026

Berdasarkan hasil perhitungan analisis data pada koefisiensi korelasi menghasilkan nilai 0,828 termasuk pada golongan sangat kuat, maka efektivitas strategi inovasi (X1) dan Kreativitas Usaha (X2) terhadap Resiliensi (Y) kuat. Pada perhitungan persamaan regresi linear berganda tanpa Strategi Inovasi (X1) dan Kreativitas Usaha (X2), variabel Resiliensi (Y) meningkat $Y = 6,236 + 0,358X_1 + 0,493X_2$ apabila Strategi Inovasi (X1) meningkat (1)

satuan maka variabel Resiliensi (Y) meningkat 0,358 apabila variabel Kreativitas Usaha (X2) meningkat maka variabel Resiliensi (Y) meningkat sebesar 0,493.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan meliputi uji simultan (Uji F), uji parsial (Uji T) dan Koefisiensi determinasi (R^2) hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Uji	Kriteria	Skala	Hasil	keterangan
Uji Hipotesis	Uji parsial (Uji T)	$T_{hitung} > T_{tabel}$ $< 0,05$	X1-Y : 2.355 > 1.679 X2-Y : 2.924 > 1.679 0,000	Signifikan

		0,000	
Uji simultan (Uji F)	Fhitung>Ftabel	33.702 > 3.20	Signifikan 0,000
Koefisiensi determinasi (R ²)	Kd 1	0,665	Pengaruh kuat

Sumber : Data Diolah Penulis, 2026

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Efektivitas Strategi Inovasi dan Kreativitas Usaha Terhadap Resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Berikut yaitu penjelasan dari yang dilakukan oleh peneliti.

1. Efektivitas Strategi Inovasi (X1) Terhadap Resiliensi (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai thitung sebesar 2,355 > ttabel 1,679 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Selain itu, nilai koefisien regresi sebesar 0,358 menunjukkan bahwa setiap peningkatan strategi inovasi sebesar satu satuan akan meningkatkan resiliensi UMKM sebesar 0,358. Hasil ini membuktikan bahwa semakin baik strategi inovasi yang diterapkan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula kemampuan usaha dalam bertahan dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Berdasarkan hasil observasi, strategi inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM Abon meliputi inovasi produk, inovasi proses operasional, dan inovasi pemasaran. Pelaku usaha mulai melakukan pengembangan variasi rasa abon, memperbaiki desain kemasan, meningkatkan kualitas produk, serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran. Inovasi tersebut membantu UMKM dalam menghadapi dampak pascabencana, perubahan perilaku konsumen, serta

persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan adanya inovasi, UMKM mampu meningkatkan efisiensi usaha, memperluas pasar, dan menjaga keberlangsungan bisnisnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adam dan Alarifi yang menyatakan bahwa inovasi produk dan proses memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan UMKM dalam bertahan pada masa krisis. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa inovasi berfungsi sebagai strategi adaptasi untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi dan perubahan pasar. Selain itu, penelitian Pratono et al. juga menemukan bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh terhadap resiliensi organisasi melalui peningkatan fleksibilitas operasional dan kemampuan pengambilan keputusan yang lebih cepat.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Wibowo dan Khan menunjukkan bahwa inovasi proses mampu meningkatkan efisiensi operasional dan menjaga stabilitas usaha dalam menghadapi tekanan ekonomi. Hasil penelitian ini memperkuat bahwa strategi inovasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan ketahanan UMKM, khususnya pada UMKM Abon di Kabupaten Cianjur yang menghadapi tantangan pascabencana dan dinamika pasar.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi inovasi tidak hanya membantu UMKM dalam menciptakan nilai tambah produk, tetapi juga berperan penting dalam meningkatkan kemampuan usaha untuk bertahan, beradaptasi, dan berkembang

dalam kondisi lingkungan bisnis yang tidak menentu.

2. Efektivitas Kreativitas Usaha (X2) Terhadap Resiliensi (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $2,924 > t_{tabel}$ $1,679$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Nilai koefisien regresi sebesar $0,493$ menunjukkan bahwa kreativitas usaha memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan strategi inovasi terhadap resiliensi UMKM. Artinya, setiap peningkatan kreativitas usaha sebesar satu satuan akan meningkatkan resiliensi sebesar $0,493$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas usaha menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kemampuan UMKM untuk bertahan di tengah kondisi usaha yang penuh ketidakpastian. Kreativitas usaha tercermin dari kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan ide-ide baru, menciptakan variasi produk abon, menerapkan strategi pemasaran yang unik, serta memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, fleksibilitas berpikir dan keberanian melakukan eksperimen usaha juga menjadi bentuk kreativitas yang membantu pelaku usaha menemukan solusi atas keterbatasan modal, distribusi, maupun perubahan kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anning-Dorson yang menyatakan bahwa kreativitas organisasi mampu membantu pelaku usaha menemukan solusi alternatif ketika menghadapi keterbatasan sumber daya dan tekanan pasar. Kreativitas dipandang sebagai fondasi utama lahirnya inovasi yang

berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan daya tahan usaha.

Selain itu, penelitian Rahman menunjukkan bahwa kreativitas memiliki kontribusi signifikan terhadap kemampuan inovasi dan kinerja bisnis UMKM. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kreativitas pelaku usaha, maka semakin tinggi pula kemampuan usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Penelitian Iqbal Pratama et al. juga menemukan bahwa orientasi kewirausahaan yang ditunjukkan melalui kreativitas, inovasi, dan keberanian mengambil risiko berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM kuliner selama masa pandemi. Hal tersebut membuktikan bahwa kreativitas usaha memiliki peranan penting dalam membangun resiliensi usaha pada situasi krisis maupun perubahan ekonomi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kreativitas usaha menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM, memperkuat daya saing usaha, dan membantu pelaku usaha dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis di tengah perubahan lingkungan yang dinamis.

3. Efektivitas Strategi Inovasi (X1) dan Kreativitas Usaha (X2) Terhadap Resiliensi (Y) Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $33,702 > F_{tabel}$ $3,20$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi inovasi dan kreativitas usaha secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Selain itu, hasil koefisien korelasi sebesar $0,828$

menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dengan variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,665 menunjukkan bahwa sebesar 66,5% resiliensi UMKM dapat dijelaskan oleh strategi inovasi dan kreativitas usaha, sedangkan sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti digitalisasi usaha, dukungan pemerintah, akses permodalan, dan kondisi pasar.

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa kreativitas usaha memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan strategi inovasi dalam meningkatkan resiliensi UMKM. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi antara inovasi yang tepat dan kreativitas usaha yang tinggi mampu memperkuat kemampuan UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Salsabil et al. yang menyatakan bahwa inovasi dan kolaborasi ekosistem usaha mampu memperkuat resiliensi UMKM dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa UMKM yang mampu mengembangkan inovasi dan kreativitas secara bersamaan cenderung memiliki kemampuan adaptasi yang lebih baik.

Selain itu, penelitian Rosmawati menemukan bahwa inovasi bisnis berbasis digital mampu meningkatkan fleksibilitas operasional dan memperluas akses pelanggan sehingga berpengaruh terhadap peningkatan resiliensi UMKM. Penelitian Getnet dan Kero juga menyimpulkan bahwa strategi inovasi secara konsisten mendukung keunggulan kompetitif dan ketahanan usaha dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi inovasi dan kreativitas usaha

merupakan faktor utama dalam meningkatkan resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Pelaku UMKM yang mampu menerapkan inovasi serta memiliki kreativitas tinggi akan lebih mudah bertahan, beradaptasi, dan berkembang dalam menghadapi perubahan pasar, tekanan ekonomi, maupun kondisi krisis seperti bencana alam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai efektivitas strategi inovasi dan kreativitas usaha terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur, dapat disimpulkan bahwa Strategi inovasi terbukti berpengaruh terhadap resiliensi UMKM abon di Kabupaten Cianjur karena kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi produk, proses, dan pemasaran mampu membantu usaha beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, memenuhi kebutuhan konsumen, serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah berbagai tantangan yang dihadapi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin baik strategi inovasi yang diterapkan, maka semakin kuat pula kemampuan UMKM dalam bertahan dan menyesuaikan diri terhadap perubahan yang terjadi. Selain itu, kreativitas usaha juga terbukti berpengaruh terhadap resiliensi UMKM. Kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan ide-ide baru, menemukan solusi atas permasalahan usaha, serta memanfaatkan peluang yang ada memungkinkan UMKM untuk lebih fleksibel dalam menghadapi ketidakpastian dan tekanan lingkungan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas usaha menjadi salah satu faktor penting yang mendukung kemampuan UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang. Selanjutnya, hasil pengujian secara simultan

menunjukkan bahwa strategi inovasi dan kreativitas usaha secara bersama-sama berpengaruh terhadap resiliensi UMKM Abon di Kabupaten Cianjur. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan inovasi yang didukung oleh kreativitas pelaku usaha dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi tantangan, beradaptasi terhadap perubahan, dan menjaga keberlangsungan usaha. Dengan demikian, semakin efektif strategi inovasi dan semakin tinggi kreativitas yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula tingkat resiliensi UMKM dalam menghadapi dinamika dan ketidakpastian lingkungan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, N. A., & Alarifi, G. (2021). Innovation practices for survival of small and medium enterprises (SMEs) in the COVID-19 times: the role of external support. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00156-6>
- Agazu, B. G., & Kero, C. A. (2024). Innovation strategy and firm competitiveness: a systematic literature review. In *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 13, Issue 1). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00381-9>
- Athallah Darmawan Jahen Fachrul Rezki, A., Athallah Darmawan, A., & Fachrul Rezki, J. (2025). COVID-19 AND BEYOND: MSME RESILIENCE IN THE FACE OF A META-ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE MSME RESILIENCE MSME Resilience in the Face of COVID-19 and Beyond: A Meta-Analysis of Factors that Influence MSME Resilience.
- Damayanti, A., Siregar, Z., & Naeruz, M. (2022). JEKKP (Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik) Pengaruh Sosial Media dalam Meningkatkan Ekonomi UMKM Kota Medan di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Kecamatan Medan Kota). *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 1–7. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JEKKP>
- Hidayat, A. R., & Fitria, I. J. (n.d.). ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN MENGENAI KUALITAS PELAYANAN KESEHATAN APOTEK RIZQI FARMA DI DESA MALAKASARI. <http://jurnal.stim-lpi.ac.id/index.php/elpei>
- Iqbal Pratama, M., Sunarya, E., Saori, S., & Muhammadiyah Sukabumi, U. (2022). Analysis of Entrepreneurial Orientation and E-Commerce Adoption in Improving MSMEs Performance During the Covid-19 Pandemic Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Adopsi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Kaehler, B., & Grundei, J. (2019). HR Governance. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94526-2>
- Olsen, E., Jensen, M. T., Solheim, M. C. W., & Iakovleva, T. (2025). Antecedents of Creativity in Small

and Medium-Sized Enterprises: A
Job Demand-Resources
Perspective. *Technology,
Knowledge and Learning*, 30(2),
1207–1229.

<https://doi.org/10.1007/s10758-025-09827-9>

Panjaitan, J. M. P., Darwin, M.,
Sumiyana, S., Wiva, W., &
Setyowati, S. M. (2025).
Measuring the Indonesian SMEs’
capabilities for sociodynamic and
disruptive