

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Keberlanjutan usaha masyarakat menjadi salah satu hal penting dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal, terutama di daerah perdesaan. Berbagai usaha yang dijalankan masyarakat desa, seperti makanan tradisional, kerajinan tangan, serta produk yang memanfaatkan potensi lokal, berperan besar sebagai penopang perekonomian masyarakat. Namun, di tengah era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, keberlangsungan usaha tidak hanya bergantung pada ketersediaan sumber daya alam semata. Pelaku usaha juga dituntut untuk mampu berinovasi dan mengembangkan kreativitas. Inovasi produk diperlukan agar usaha dapat mengikuti perubahan selera pasar, sedangkan kreativitas berfungsi untuk menciptakan nilai tambah, membedakan produk dari pesaing, serta menarik minat konsumen. Tanpa adanya inovasi dan kreativitas, usaha masyarakat berpotensi mengalami perlambatan pertumbuhan dan sulit bertahan dalam jangka panjang.

Secara normatif, pelaku usaha di desa diharapkan mampu mengembangkan kreativitas dan inovasi produk agar usahanya dapat berkelanjutan, berdaya saing, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan sumber nilai tambah produk dan menjadi dasar pengembangan usaha yang berkelanjutan. Selain itu, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM serta Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 juga menekankan pentingnya penguatan kapasitas UMKM melalui peningkatan kualitas, inovasi produk, dan daya saing usaha.

Berbagai program pemerintah, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), pendampingan UMKM, serta pemanfaatan Dana Desa, bersama dengan peran lembaga swadaya masyarakat melalui pendampingan dan pelatihan kewirausahaan, turut mendorong penguatan UMKM desa. Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program prioritas pemerintah dalam mendukung UMKM

berupa kebijakan pemberian kredit/pembiayaan modal kerja dan/atau investasi kepada debitur individu/perorangan, badan usaha, dan/atau kelompok usaha yang produktif dan layak, namun belum memiliki agunan tambahan atau agunan tambahan belum cukup. Berikut dibawah ini merupakan tabel yang menyajikan data Kredit Usaha Rakyat (KUR):

Tabel 1.1 Tabel Pengajuan Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Keterangan	Realisasi	Target
Debitur	315 ribu	2,79 juta
Anggaran	Rp.162,62 triliun	Rp.287,47 triliun

Sumber : <https://rmol.id/nusantara/read/2025/08/21/677128/penyaluran-kur-di-jawa-barat-tembus-rp16-89-triliun>

Berdasarkan Tabel diatas, realisasi penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) masih belum sesuai dengan target yang ditetapkan. Jumlah debitur yang terealisasi hanya sebanyak 315 ribu orang, sedangkan targetnya mencapai 2,79 juta debitur. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang belum mendapatkan akses pembiayaan. Dari sisi anggaran, realisasi penyaluran KUR telah mencapai Rp162,62 triliun dari target Rp287,47 triliun, yang menunjukkan bahwa dana yang disalurkan sudah cukup besar, namun belum merata dari sisi jumlah penerima. Kondisi ini berdampak pada keberlanjutan usaha, karena keterbatasan akses permodalan dapat menghambat pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha, meningkatkan kapasitas produksi, dan menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan pemerataan penyaluran KUR agar dapat mendukung keberlanjutan usaha UMKM secara lebih luas.

Keberlanjutan usaha dapat terjaga dalam jangka panjang, dukungan pembiayaan perlu diiringi dengan peningkatan kreativitas dan inovasi produk. Menurut Tuti (2024, hlm. 109) inovasi dan kreativitas adalah dua konsep yang terkait tetapi memiliki perbedaan yang penting dalam konteks pengembangan ide dan solusi baru. Kreativitas adalah tentang menghasilkan ide-ide baru, sementara inovasi adalah tentang mengambil ide-ide tersebut dan mengubahnya menjadi produk, layanan, atau solusi yang membawa nilai baru ke pasar atau masyarakat. Kreativitas adalah salah satu komponen penting dalam proses

inovasi. Sehingga pelaku usaha tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan memiliki daya saing yang berkelanjutan. Menurut kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan (*gap theory*) antara harapan normatif dan konseptual yang menekankan pentingnya inovasi dan kreativitas sebagai faktor keberlanjutan usaha, dengan kondisi empiris usaha masyarakat desa yang masih menghadapi keterbatasan dalam penerapan inovasi secara menyeluruh.

Berdasarkan observasi awal melalui wawancara dengan Kepala Desa Lebak muncang (Lampiran 1.1), Program PPK Ormawa HIMAKSI FKIP Universitas Pasundan tahun 2024 dan 2025 dinilai memberikan dampak yang cukup signifikan dalam menciptakan wirausaha baru di Desa Lebak Muncang. Program ini tidak hanya berfokus pada pembentukan usaha, tetapi juga memberikan pendampingan kepada masyarakat dalam meningkatkan pemahaman mengenai kewirausahaan, pengelolaan usaha, serta pemanfaatan potensi lokal. Kehadiran program ini mampu meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri masyarakat untuk memulai usaha secara mandiri. Produk yang dihasilkan oleh wirausaha baru menunjukkan adanya perkembangan dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Produk-produk tersebut umumnya berbasis potensi lokal desa, seperti hasil pertanian dan olahan makanan tradisional, yang kemudian dikembangkan menjadi produk bernilai tambah. Selain itu, terdapat perbaikan dari segi pengemasan dan variasi produk, sehingga produk menjadi lebih menarik dan memiliki peluang untuk dipasarkan ke segmen pasar yang lebih luas. Dari sisi keberlangsungan usaha, sebagian besar wirausaha baru masih berada pada tahap awal pengembangan. Meskipun demikian, usaha-usaha tersebut mulai menunjukkan keberlanjutan, terutama dengan adanya pendampingan yang berkelanjutan dari Program PPK Ormawa. Tantangan utama yang masih dihadapi meliputi keterbatasan dalam pemasaran, manajemen usaha, serta akses pasar. Namun, secara umum, usaha yang dijalankan memiliki potensi untuk terus berkembang apabila mendapatkan dukungan lanjutan. Sebelum adanya Program PPK Ormawa, kreativitas masyarakat dalam memulai usaha masih tergolong rendah. Usaha yang dijalankan cenderung bersifat tradisional dan turun-temurun tanpa adanya

inovasi yang signifikan. Masyarakat belum banyak melakukan pengembangan produk maupun strategi pemasaran, sehingga daya saing usaha relatif terbatas dan hanya berorientasi pada pasar lokal. Selain itu, sebelum adanya program, pengembangan produk berdasarkan potensi daerah juga belum dilakukan secara optimal. Masyarakat sering kali menjual hasil produksinya secara langsung kepada makelar, yang menyebabkan nilai jual produk menjadi rendah dan keuntungan yang diperoleh tidak maksimal. Kondisi tersebut membuat masyarakat kurang terdorong untuk menciptakan inovasi produk, karena fokus utama usaha hanya pada penjualan hasil produksi mentah, bukan pada penciptaan nilai tambah. Setelah adanya Program PPK Ormawa, masyarakat mulai diarahkan untuk mengolah potensi lokal menjadi produk inovatif yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

Namun demikian, berdasarkan wawancara dengan Kepala Desa, masih terdapat gejala permasalahan yang memengaruhi keberlanjutan usaha masyarakat. Gejala utama yang ditemukan adalah produk yang dihasilkan belum memiliki diferensiasi yang kuat, seperti kerajinan tangan atau hasil pertanian yang relatif mudah digantikan oleh produk massal dari luar daerah. Selain itu, rendahnya kreativitas dalam pemasaran serta keterbatasan dalam pengembangan produk menyebabkan usaha masyarakat rentan terhadap gangguan musiman maupun krisis ekonomi.

Kondisi tersebut sejalan dengan fenomena yang terjadi secara nasional, di mana meskipun kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tergolong besar (64,2 juta/ 8.573,89 triliun rupiah), tingkat keberlanjutan UMKM masih menghadapi tantangan yang serius. Data nasional menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM belum mampu bertahan lebih dari lima tahun, terutama akibat keterbatasan inovasi dan rendahnya daya saing. Secara internasional, berbagai laporan pengembangan UMKM di negara berkembang juga menegaskan bahwa inovasi produk dan kreativitas merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha kecil dalam mempertahankan eksistensinya di pasar global (Kementerian Keuangan RI, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha (Lampiran 1.2), diperoleh informasi bahwa pelaku usaha telah melakukan pembuatan produk baru maupun perubahan pada produk yang sudah ada. Perubahan tersebut dilakukan dalam bentuk penambahan variasi produk, perbaikan kualitas, serta penyesuaian produk dengan kebutuhan dan selera konsumen. Hal ini menunjukkan adanya upaya pelaku usaha dalam meningkatkan kreativitas dan daya saing produk. Selain itu, pelaku usaha tidak hanya mengandalkan ide lama, tetapi juga menggunakan ide sendiri serta ide-ide baru dalam menjalankan usahanya. Ide-ide tersebut diperoleh dari pengalaman pribadi, masukan konsumen, serta hasil pendampingan dan pelatihan yang diberikan melalui Program PPK Ormawa HIMAKSI FKIP UNPAS. Kondisi ini mencerminkan adanya peningkatan kreativitas pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha juga mulai memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk sejenis. Ciri khas tersebut terlihat dari pemanfaatan bahan baku lokal, cita rasa, serta konsep produk yang dikembangkan, sehingga mampu memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dari segi kemasan, pelaku usaha telah melakukan pembaruan kemasan agar produk terlihat lebih menarik, rapi, dan layak jual. Pembaruan kemasan ini bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen sekaligus memperkuat identitas produk yang dihasilkan.

Terkait dengan keberlanjutan usaha, hasil wawancara menunjukkan bahwa usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha masih terus berjalan hingga saat ini. Meskipun menghadapi berbagai kendala, pelaku usaha tetap berupaya mempertahankan kelangsungan usahanya. Upaya tersebut diwujudkan melalui peningkatan kualitas produk, penerapan inovasi secara bertahap, serta usaha untuk memperluas jaringan pemasaran. Hal ini menunjukkan adanya komitmen pelaku usaha dalam menjaga dan mengembangkan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Secara teoritis menurut Agrosamdhya (Sulaeman 2021, hlm. 552) kreativitas dan inovasi produk merupakan satu kesatuan yang tidak bisa terlepas untuk mempertahankan serta meningkatkan keberhasilan usaha. Maka dari itu rendahnya inovasi dan kreativitas dapat menyebabkan kegagalan adaptasi usaha

terhadap perubahan lingkungan pasar, yang pada akhirnya menghambat keberlanjutan usaha. Secara empiris, dampaknya terlihat pada menurunnya pendapatan pelaku usaha, terbatasnya peluang kerja lokal, dan melemahnya perekonomian desa. Penelitian ini menjadi urgen karena keberlanjutan usaha masyarakat desa sangat berkaitan dengan ketahanan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam bidang studi ekonomi dan kewirausahaan, masalah ini berada pada kajian pengembangan UMKM dan perilaku wirausaha. Data permasalahan menunjukkan bahwa inovasi produk dan kreativitas menjadi variabel strategis dalam menentukan keberlanjutan usaha di sektor ekonomi rakyat.

Inovasi produk dipahami sebagai proses penemuan dan pengembangan ide terhadap barang dan jasa, termasuk upaya mengubah atau menambahkan sebagian dari sifat pokok produk yang telah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat Setyabudi dan Suranto (2018, hlm. 166) yang menyatakan bahwa inovasi produk merupakan proses penemuan ide untuk barang dan jasa melalui modifikasi maupun penambahan karakteristik produk yang sudah ada. Dalam proses inovasi tersebut, kreativitas memiliki peran penting, karena kreativitas berkaitan dengan kemampuan individu dalam memodifikasi sesuatu yang telah ada menjadi konsep baru. Menurut Zabelina (Wiyono et al., 2020, hlm. 186) kreativitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan karya yang secara bersamaan baru dan bermakna atau berguna. Kombinasi antara inovasi produk dan kreativitas ini menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Widiyanti et al, (2017, hlm. 122) menjelaskan keberlanjutan usaha adalah stabilitas keadaan perusahaan, dan keberlanjutan adalah sistem kelangsungan bisnis yang mencakup pertumbuhan, kesinambungan, dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan dan perluasan bisnis. Lebih lanjut, Lozano (Rauter et al., 2022, hlm. 32) menegaskan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya berfokus pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam menjaga dampak sosial dan lingkungan secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Keberlanjutan usaha merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberlanjutan usaha tidak hanya berkaitan dengan kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka pendek, tetapi juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan serta mengembangkan usahanya di tengah dinamika persaingan pasar dan perubahan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keberlanjutan usaha perlu dipahami secara komprehensif, baik yang berkaitan dengan kemampuan inovasi, pengelolaan usaha, maupun nilai-nilai kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa faktor karakteristik/kompetensi seorang kewirausahaan memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Menurut Epinda & Yuhendri (2023, hlm. 419) menarik simpulan dari penelitiannya sebagai berikut:

inovasi dan literasi keuangan merupakan faktor penting dalam mendukung keberlanjutan usaha sanjai. Inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha meliputi inovasi rasa dengan menghadirkan berbagai varian baru yang menyesuaikan dengan selera konsumen, inovasi kemasan agar produk terlihat lebih menarik dan memiliki nilai tambah, inovasi pemasaran melalui pemanfaatan media digital maupun strategi promosi yang lebih kreatif, serta inovasi dalam layanan pembayaran seperti penggunaan sistem pembayaran digital QRIS yang memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Penerapan berbagai inovasi tersebut terbukti memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha, di antaranya meningkatnya pendapatan dan laba usaha, produk menjadi lebih diminati oleh konsumen, serta kemampuan usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi yang disertai dengan pemahaman literasi keuangan yang baik dapat memperkuat keberlanjutan usaha mikro dan kecil.

Menurut Nurahman et. al. (2021, hlm. 74) menarik simpulan dari penelitiannya sebagai berikut:

Inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha dan kinerja UMKM, sedangkan literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM tetapi tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha. Penelitian ini menegaskan bahwa akses terhadap layanan keuangan dan kemampuan pengelolaan keuangan dapat meningkatkan kinerja usaha, yang pada akhirnya mendukung keberlangsungan usaha UMKM dalam jangka panjang.

Menurut Surya et. al. (2025, hlm. 138) menarik simpulan dari penelitiannya sebagai berikut:

Keberlanjutan usaha UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kapabilitas inovasi, literasi ekonomi, pendidikan ekonomi keluarga, serta kompetensi kewirausahaan. Dari berbagai faktor tersebut, kapabilitas inovasi dan keberlanjutan usaha UMKM menjadi variabel yang paling dominan dalam jaringan tematik literatur. Penelitian ini juga menekankan pentingnya integrasi antara faktor sosial, kognitif, dan teknologi dalam mendukung keberlanjutan usaha UMKM dalam jangka panjang.

Menurut Widiyanti et al (2017, hlm. 131) mengatakan bahwa nilai-nilai kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Menurut Rahmawati et al.,(2024, hlm. 222) menarik simpulan dari penelitiannya sebagai berikut:

Nilai-nilai kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan seperti keberanian mengambil risiko, kreativitas, serta kemampuan melihat peluang usaha berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha yang dijalankan. Sementara itu, kemandirian usaha tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha, sehingga faktor ini belum tentu menjadi penentu utama dalam mempertahankan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, penelitian tersebut juga tidak menemukan adanya efek mediasi yang signifikan dalam hubungan

Pendekatan teori yang digunakan adalah teori inovasi dan teori kreativitas kewirausahaan, yang menekankan pada kemampuan individu dalam menciptakan pembaruan, nilai tambah, dan diferensiasi produk. Faktor-faktor yang memengaruhi antara lain pengetahuan, keterampilan, pengalaman usaha, dan lingkungan sosial. Inovasi produk dan kreativitas dipilih karena secara teoritis dan empiris terbukti berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha serta relevan dengan kebijakan pengembangan UMKM. Para ahli kewirausahaan menyatakan bahwa usaha kecil yang mampu berinovasi dan berpikir kreatif memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Berdasarkan latar belakang yang sudah paparkan, penulis tertarik untuk meneliti dan mengkaji topik ini dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Masyarakat di Desa Lebak Muncang”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah yang dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk pada usaha masyarakat yang ditunjukkan oleh minimnya pengembangan variasi produk, desain, dan kemasan, sehingga keberlanjutan usaha belum tercapai secara optimal
2. Kreativitas pelaku usaha masih terbatas, terutama dalam menciptakan ide baru, diferensiasi produk, dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perubahan selera konsumen, sehingga kurangnya daya tarik konsumen.
3. Usaha masyarakat cenderung berjalan secara tradisional, Sehingga konsumen kurang mengetahui produk tersebut.
4. Ketidakmampuan sebagian pelaku usaha dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, baik dari sisi permintaan konsumen maupun perkembangan teknologi
5. Belum semua usaha masyarakat mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan dan perubahan kebutuhan pasar.
6. Pendapatan usaha masyarakat masih cenderung fluktuatif dan belum menunjukkan tingkat kestabilan yang memadai dalam jangka panjang.
7. Penerimaan produk/usaha oleh masyarakat belum optimal, ditunjukkan dengan tingkat permintaan dan loyalitas konsumen yang masih terbatas.
8. Dalam menjalankan usaha, perhatian terhadap dampak lingkungan masih relatif rendah, baik dalam proses produksi, penggunaan bahan, maupun pengelolaan limbah usaha.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar peneliti lebih terarah dan mendalam, maka batasan masalah dalam penelitian ini yaitu 20 wirausaha baru Lebak Muncang yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI FKIP Universitas Pasundan 2024 dan 2025

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka peneliti menentukan rumusan masalah penelitian diantaranya

- a. Bagaimana kreativitas wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025 ?
- b. Bagaimana inovasi produk wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025 ?
- c. Bagaimana keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025 ?
- d. Seberapa besar pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025 ?
- e. Seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025 ?
- f. Seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi produk secara simultan terhadap keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025 ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk memahami dan menganalisis fenomena yang terjadi di masyarakat terkait dengan variabel yang diteliti. Dengan mempertimbangkan latar belakang permasalahan serta pentingnya topik ini dalam mendukung pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di lapangan, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai diantaranya.

- a. Untuk mengetahui kreativitas wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK

ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025

- b. Untuk mengetahui inovasi produk wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025
- c. Untuk mengetahui keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025
- d. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025
- e. Untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk terhadap keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025
- f. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kreativitas dan inovasi produk secara simultan terhadap keberlanjutan usaha wirausaha baru yang dibentuk oleh tim PPK ORMAWA HIMAKSI 2024 dan 2025

E. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada kajian kewirausahaan dan pengembangan usaha mikro dan kecil, dengan memperkaya referensi empiris mengenai peran inovasi produk dan kreativitas terhadap keberlanjutan usaha masyarakat di wilayah perdesaan. Manfaat Kebijakan selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan inovasi, kreativitas, dan keberlanjutan usaha, terutama dalam konteks ekonomi lokal

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku usaha masyarakat mengenai pentingnya inovasi produk dan kreativitas sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan

usaha dalam jangka panjang.

b. Bagi Lembaga Pendidikan dan Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dalam pembelajaran dan kajian ilmiah di bidang ekonomi, kewirausahaan, dan pengembangan UMKM, serta sebagai dasar bagi penelitian lanjutan dengan topik sejenis.

c. Bagi Penulis

Penulis ini akan memperluas pengetahuan dan wawasan peneliti, yang dapat diterapkan di masa depan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan variabel, metode, atau objek penelitian yang berkaitan dengan inovasi produk, kreativitas, dan keberlanjutan usaha.

F. Definisi Operasional

Menurut Agung dan Zarah (2016, hlm. 90) Definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrumen pengukuran.

Definisi operasional menjelaskan istilah-istilah yang terkait dengan setiap variabel secara rinci seperti berikut :

1. Kreativitas

Menurut Zabelina (Wiyono et al., 2020, hlm. 186) kreativitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan karya yang secara bersamaan baru dan bermakna atau berguna.

2. Inovasi Produk

Menurut Setyabudi dan Suranto (2018, hlm. 166) inovasi produk adalah proses penemuan ide untuk barang dan jasa, termasuk mengubah atau menambah sebagian dari sifat pokok yang sudah ada

3. Keberlanjutan usaha

Menurut Widiyanti et al (2017, hlm.122) keberlanjutan usaha adalah stabilitas keadaan perusahaan, dan keberlanjutan adalah sistem kelangsungan bisnis yang mencakup pertumbuhan, kesinambungan, dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan dan perluasan bisnis.

G. Sistematika Skripsi

Berdasarkan pada Buku Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI) Mahasiswa FKIP UNPAS (2024, hlm. 27-36) langkah penyusunan skripsi yang digunakan yaitu:

1. Bab I Pendahuluan

Pada bagian Bab I pendahuluan ini memiliki tujuannya membawa pembaca ke dalam suatu topik masalah yang di teliti. Fungsi dari pendahuluan ini adalah menjelaskan rasionalitas di balik dilakukannya penelitian, yakni adanya suatu masalah yang membutuhkan penyelidikan mendalam. Masalah penelitian ini ada karena terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan, dan dengan adanya pendahuluan diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pembaca mengenai permasalahan dan pembahasan yang ada. Pendahuluan ini sebaiknya dapat mempermudah pembaca dalam memahami pokok isi skripsi

2. Bab II Kajian Teori dan Kerangka Pemikiran

Pada bagian Bab II kajian teori ini berisi pembahasan teori, konsep, kebijakan, dan peraturan yang ditunjang oleh penelitian terdahulu terkait dengan penelitian. Adanya kajian teori peneliti mampu merumuskan definisi konsep dan definisi operasional variabel. Kajian teori juga dilanjutkan dengan perumusan kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian. Kajian teoretis yang disajikan dalam Bab II pada tatanan skripsi dipergunakan sebagai teori yang dipersiapkan untuk membahas hasil penelitian. Kajian teoretis yang disajikan dalam Bab II pada struktur skripsi berfungsi sebagai landasan teoritis yang telah disiapkan untuk menguraikan dan membahas hasil penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Pada bagian Bab III ini memuat informasi mengenai metodologi penelitian, desain penelitian, subyek serta tujuan penelitian, pengumpulan data, dan perangkat penelitian. Ini juga mencakup secara metode dan detail tahapan juga teknik yang digunakan untuk memecahkan masalah dan menarik kesimpulan.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian Bab IV ini menjelaskan gagasan pokok dari hasil penelitian yang berdasarkan hasil pengolahan dan penjabaran data dalam beberapa format yang dapat digambarkan sesuai dengan urutan pembentukan masalah penelitian dan untuk pembahasan hasil penelitian bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

5. Bab V Simpulan dan Saran

Pada bagian Bab V ini memberikan ringkasan tentang hasil penelitian dan memberikan saran kepada pembaca, peneliti, atau pembuat kebijakan mengenai temuan hasil analisis dan rekomendasi untuk masa mendatang.