

## ANALISIS KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA PADANG

Dinda Kurnia Putri<sup>1)</sup> Mega Putri Nolasary\*<sup>2)</sup> Fanny Wulanda<sup>3)</sup> Dwi Fuji Wahyuni<sup>4)</sup>

Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tamansiswa Padang

[megaputrinolasari01@gmail.com](mailto:megaputrinolasari01@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada *Coffee Shop* di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *sampling jenuh*, dengan jumlah responden adalah 78 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang di olah menggunakan SPSS versi 25.0. hasil penelitian dengan taraf signifikan 5% ditemukan bahwa: (1) kreativitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing, (2) inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, (3) kreativitas dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Hasil koefisien determinasi sebesar 68,8% sedangkan sisanya 31,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kreativitas , Inovasi Produk , Keunggulan Bersaing

### Abstract

*The purpose of this study is to determine the influence of creativity and product innovation on competitive advantage of coffee shop in Padang City. This research uses quantitative research methods with descriptive quantitative research types. Sampling was carried out using saturated sampling technique, with the number of respondents being 78 respondents. The data analysis techniques used are descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple linear regression processed using SPSS version 25.0. The results of research with a significant level of 5% found that: (1) creativity does not have a significant effect on competitive advantage , (2) product innovation has a positive and significant effect on competitive advantage, (3) creativity and product innovation simultaneously influences competitive advantage. The result of the coefficient of determination was 68,8% while the remaining 31,2% was influenced by other variables that were not studied in this study.*

**Keyword:** *creativity, product innovation, competitive advantage*

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sebuah isu yang sangat strategis, karena memiliki potensi yang besar untuk terus dikembangkan dan perlu mendapatkan sebuah pembimbingan, hal ini bertujuan untuk menggerakkan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum, sekaligus menjadi sumber utama penghasilan sebagian besar masyarakat di Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraannya dan UMKM telah banyak berkontribusi dalam

pergerakan perekonomian di Indonesia, UMKM juga mampu dengan maksimal menyerap tenaga kerja dalam skala yang lebih besar, sehingga UMKM membantu mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia (Hastuti, dkk 2020:179).

Salah satu UMKM yang berkembang pesat saat ini adalah *coffee sho*, dimana di Indonesia saat ini kehadiran *coffee shop* merupakan sebuah trend yang tidak terlepas dikalangan masyarakat apalagi anak muda. Berdasarkan data dinas pariwisata kota

padang dapat dilihat bahwa jumlah gerai coffee shop di kota Padang tetap stabil, dimana jumlah gerai yang terdaftar tidak mengalami peningkatan. Dilihat dari meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia maka pertumbuhan bisnis pada *coffee shop* di Indonesia juga meningkat maka diperlukan nya sebuah kreativitas. Memahami sebuah kreativitas maka diperlukan seorang yang kreatif dimana terbuka terhadap pengalaman, percaya diri, berani mengambil resiko, kesungguhan, gigih, independen dalam mengambil suatu resiko, menerima hal yang bertentangan, dan responsive terhadap suatu yang baru, sehingga mampu mengembangkan ide untuk menciptakan suatu peluang yang ada. Kreativitas sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga dapat mencapai keberhasilan suatu bisnis (Zimmerer dalam Joesyiana, 2020).

Berdasarkan data pertumbuhan *coffee shop* di kota Padang terdapat sebanyak 78 *coffee shop* yang terdata pada dinas pariwisata kota padang pada tahun 2022. Perkembangan coffee Shop di kota padang dikatakan stabil walaupun pada tahun 2021 ada beberapa coffee shop yang tutup namun pada tahun 2022 ada juga sejumlah coffee shop yang terbaru, maka dapat diketahui bahwa persaingan akan terus terjadi antar *coffee shop* di kota Padang. Fenomena tutup nya sejumlah coffee shop di kota padang pada tahun 2021 menunjukkan bahwa untuk mempertahankan coffee shop harus mempunyai kreativitas agar tetap bertahan dan tidak hanya kreativitas saja namun juga harus memiliki inovasi produk agar bisa menarik minat konsumen sehingga bisnis yang dijalankan tetap bertahan. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada *Coffee shop* di Kota Padang.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kewirausahaan

Kewirausahaan artinya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produk baru, menyusun operasi untuk pengadaan produksi baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. Seseorang dikatakan punya jiwa wirausaha bila jeli melihat peluang, pantang menyerah, kreatif dan inovatif, dan berani mengambil resiko, karekteristik inilah yang mendorong maju tidaknya sebuah usaha (Alifuddin dan Razak, 2015:29).

### 2. *Coffee Shop*

*Coffee Shop* merupakan sebuah café yang menyajikan berbagai macam jenis kopi yang diracik oleh barista yang bertugas membuat kopi di *coffee shop*. Meskipun istilah barista digunakan untuk menyebut orang yang menyiapkan kopi, namun secara teknis barista adalah seseorang yang terlatih secara professional untuk membuat espresso, dan memiliki keahlian tingkat tinggi untuk meracik kopi-kopi yang melibatkan berbagai macam campuran dan rasio semacam latte. Pada saat ini masyarakat Indonesia lebih cenderung menghabiskan waktu luangnya untuk bersosialisasi, dan mengunjungi tempat yang unik dengan bersantai di kafe atau kedai kopi favorit (Hasanah, Nobelson, dan Rosali 2020).

### 3. Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah

Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, menyebutkan beberapa definisi sebagai berikut (Sulastri, 2016:2):

- a) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan
- b) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki.

- c) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan
- d) anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- e) Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

#### 4. Kreativitas

Supriadi dalam Harahap (2022) mengemukakan bahwa kreativitas yaitu kecakapan individu untuk menciptakan penemuan baru yang dapat berbentuk ide maupun ciptaan nyata yang terbaru tidak mirip dengan yang banyak beredar umum.

#### 5. Inovasi Produk

Menurut Kotler dalam Fauzi (2022) mengemukakan bahwa Inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain.

#### 6. Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan untuk terus menjaga dan mempertahankan apa yang dimilikinya dengan membentuk dan memberdayakan sumberdaya berguna apa yang dimilikinya serta mendayagunakan kapabilitas atau kemampuan perusahaan yang bersifat superior atau unggul, dan tidak dapat ditiru oleh perusahaan lainnya (Barney dalam Trihudiyatmanto, 2019).

## METODE

### A. Jenis dan Sumber Data

Pada riset ini menggunakan data sekunder. Data laporan keuangan yang di publis di Bursa Efek Indonesia.

### B. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel penelitian ini terdiri dari perusahaan makanan yang diserukan untuk di boikot di pemberitaan Indonesia oleh oknum masyarakat yang perusahaan tersebut terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang sudah melewati pemilihan kriteria sampel yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan secara purposive sampling yaitu kelompok atau objek diambil berdasarkan kriteria tertentu (Jumirin,2011). Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti, dari 7 perusahaan yang terdampak boikot, 5 perusahaan yang dijadikan sebagai sampel penelitian..

### C. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif, yaitu untuk mengetahui kondisi kinerja keuangan perusahaan yang terdampak isu boikot sebelum dan sesudah terjadinya genosida yang dilakukan Israel terhadap masyarakat palestina dengan menggunakan analisis terhadap rasio keuangan dilihat dari aspek likuiditas (current ratio), rasio profitabilitas (ROA), rasio aktivitas (perputara aktiva tetap), rasio leverage (debt ratio).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Perhitungan Ratio

#### 1. Rasio Likuiditas (Current Ratio)

No	KODE PERUSAHAAN	2022	2023
1	PZZA	0,609	0,612
2	UNVR	0,608	0,551
3	MAPB	0,531	0,723
4	GRPM	2,4	48,679
5	FAST	0,791	0,48
6	MAPI	1,419	1,356

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel diatas dari 6 perusahaan, ada 3 perusahaan yang mengalami penurunan kemampuan menjamin hutang lancar yang ia miliki dengan asset

lancar yang dimiliki, yaitu perusahaan Unilever (UNVR),KFC Indonesia (FAST), dan Burger King (MAPI).

**2. Rasio Profitabilitas (ROA)**

NO	KODE PERUSAHAAN	2022	2023
1	PZZA	0,003	-0,041
2	UNVR	0,3	0,269
3	MAPB	0,053	0,031
4	GRPM	0,055	0,06
5	FAST	-0,014	-0,089
6	MAPI	0,122	0,08

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel diatas dari 5 perusahaan mengalami penurunan kemampuan menghasilkan laba yang dimiliki dengan asset yang ada yaitu Pizza Hut Indonesia (PZZA), Unilever Indonesia (UNVR),Starbuck Indonesia (MAPB), KFC Indonesia (FAST) dan Burger King (MAPI).

**3. Rasio Aktivitas (TATO)**

NO	KODE PERUSAHAAN	2022	2023
1	PZZA	1,439	1,509
2	UNVR	-1,209	-1,165
3	MAPB	1,343	1,232
4	GRPM	6,492	4,166
5	FAST	1,532	1,517
6	MAPI	1,281	1,21

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan dari tabel diatas terdapat 4 perusahaan yang mengalami penurunan rasio perputaran aset (TATO) sebelum dan sesudah terjadinya seruan boikot yaitu Starbuck Indonesia (MAPB), Coca Cola (GRPM), KFC Indonesia (FAST) dan Burger King (MAPI).

**4. Rasio Leverage (DER)**

NO	KODE PERUSAHAAN	2022	2023
1	PZZA	4,423	4,206
2	UNVR	187,691	174,087
3	MAPB	1,352	0,833
4	GRPM	0,623	0,0412
5	FAST	2,602	4,402
6	MAPI	1,153	1,217

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel diatas ada 3 perusahaan yang mengalami penutrunan rasio debt equity ratio yaitu Pizza Hut (PZZA), Unilever, Starbucks (MAPB), Coca Cola (GRPM).

**B. Uji Normalitas**

**1. Uji Normalitas Rasio Likuiditas**

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Tahun 2022	.310	6	.074	.778	6	.037
Tahun 2023	.480	6	.000	.509	6	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas data diatas, dapat terlihat bahwa nilai Shapiro-Wilk pada Sig. tahun 2022 bernilai 0.037 sedangkan pada tahun 2023 bernilai 0.000. Nilai Shapiro-Wilk pada Sig < 0.05 sehingga dapat disimpulkan data rasio likuiditas tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis selanjutnya menggunakan Uji Wilcoxon.

**2. Uji Normalitas Rasio Profitabilitas (ROA)**

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Tahun 2022	.275	6	.176	.840	6	.130
Tahun 2023	.243	6	.200 <sup>*</sup>	.925	6	.542

\*. This is a lower bound of the true significance.  
a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas data diatas, dapat terlihat bahwa nilai Shapiro-Wilk pada Sig. tahun 2022 bernilai 0.130 sedangkan pada tahun 2023 bernilai 0.542. Nilai Shapiro-Wilk pada Sig > 0.05 sehingga dapat disimpulkan data rasio profitabilitas (ROA) berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis selanjutnya menggunakan Uji Paired Sample T-test

**3. Uji Normalitas Rasio Aktivitas**

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Tahun 2022	.378	6	.008	.797	6	.055
Tahun 2023	.308	6	.077	.874	6	.244

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas data diatas, dapat terlihat bahwa nilai Shapiro-Wilk pada Sig. tahun 2022 bernilai 0.055 sedangkan pada tahun 2023 bernilai 0.244. Nilai Shapiro-Wilk pada Sig > 0.05 sehingga dapat disimpulkan data rasio aktivitas (TATO) berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis selanjutnya menggunakan Uji Paired Sample T-test

**4. Uji Normalitas Rasio Leverage**

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Tahun 2022	.480	6	.000	.512	6	.000
Tahun 2023	.490	6	.000	.519	6	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas data diatas, dapat terlihat bahwa nilai Shapiro-Wilk pada Sig. tahun 2022 bernilai 0.000 sedangkan pada tahun 2023 bernilai 0.000. Nilai Shapiro-Wilk pada Sig < 0.05 sehingga dapat disimpulkan data rasio leverage (DER) berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis selanjutnya menggunakan Uji Wilcoxon

### C. Uji Hipotesis

#### 1. Uji Wilcoxon Rasio Likuiditas

	Tahun 2023 - Tahun 2022
Z	-.105 <sup>b</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.917

a. Wilcoxon Signed Ranks Test  
b. Based on negative ranks.

Berdasarkan tabel dari hasil uji Wilcoxon Signed Rank Test dengan membandingkan uji likuiditas tahun 2022 dan tahun 2023, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0.917, maka  $0.917 > 0.05$ . Hal ini menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan pada rasio likuiditas sebelum dan sesudah seruan boikot.

#### 2. Uji Paired sample t test Rasio Profitabilitas

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Tahun 2022 & Tahun 2023	6	.978	

Dari tabel diatas menunjukkan hasil uji Paired Sample t-test pada rasio profitabilitas dengan membandingkan tahun 2022 dan tahun 2023. Hasil yang diperoleh untuk variabel profitabilitas dengan nilai Sig  $0.01 < 0.05$  sehingga disimpulkan data menunjukkan bahwa terdapat perbedaan profitabilitas yang signifikansi sebelum dan sesudah seruan boikot

#### 3. Uji Paired Sample t test Rasio Aktivitas

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Tahun 2022 & Tahun 2023	6	.976	.001

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji Paired Sample t-test pada rasio aktivitas

(TATO) dengan membandingkan tahun 2022 dan tahun 2023. Hasil yang diperoleh untuk variabel aktivitas dengan nilai Sig  $0.001 < 0.05$  sehingga disimpulkan data menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikansi efektifitas perusahaan menggunakan keseluruhan aktiva untuk menciptakan penjualan dan mendapatkan laba sebelum dan sesudah seruan boikot.

#### 4. Uji Wilcoxon Rasio Solvabilitas

	Tahun 2023 - Tahun 2022
Z	-.943 <sup>b</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	.345

a. Wilcoxon Signed Ranks Test  
b. Based on positive ranks.

Berdasarkan tabel dari hasil uji Wilcoxon Signed Rank Test dengan membandingkan Rasio Debt Equity Ratio tahun 2022 dan tahun 2023, dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0.345, maka  $0.345 > 0.05$ . Hal ini menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan pada rasio leverage (DER) sebelum dan sesudah seruan boikot.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa poin kesimpulan:

1. Tidak terjadi perbedaan signifikan rasio likuiditas (current ratio), kemampuan perusahaan menjamin hutang lancar dan aktiva lancar yang dimiliki sebelum dan sesudah seruan boikot.
2. Terjadi perbedaan signifikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebelum dan sesudah seruan boikot. Dari 6 perusahaan yang dijadikan sampel penelitian ada 5 perusahaan yang mengalami penurunan kemampuan menghasilkan laba dengan asset yang dimiliki.
3. Terjadi perbedaan yang signifikansi efektifitas perusahaan menggunakan keseluruhan aktiva untuk menciptakan penjualan dan mendapatkan laba sebelum dan sesudah seruan boikot (TATO).

4. Hal ini menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan pada rasio leverage (DER) sebelum dan sesudah seruan boikot.

#### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan berikut rumusan saran yang dapat diberikan:

1. Terdapat dampak kemampuan perusahaan menghasilkan laba (rasio profitabilitas) dan rasio aktivitas pada perusahaan yang diserukan untuk dibokoit pasca konflik palestina dan Israel. Hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperbaiki hal tersebut adalah melepaskan keterikatan sikap social perusahaan yang berada di Indonesia dengan perusahaan pusat sehingga dapat memperbaiki citra perusahaan ditengah masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA.

- Arifin, I. Z., & Marlius, D. (2018, December 4). Analisis kinerja keuangan pt. pegadaian cabang ulak karang. <https://doi.org/10.31227/osf.io/n2peu>.
- Astutik, E. P., Retnosari, Nilasari, A. P., & Hutajulu, D. M. (2019). Analisis pengaruh rasio likuiditas, solvabilitas, aktivitas dan size perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.22441/jimb.v5i1.5627>
- Badria, M., & Marlius, D. (2019). Analisis rasio likuiditas pada pt. bank perkreditan rakyat (Bpr) Lembang. 1–11. <https://doi.org/10.31219/osf.io/esvb7>
- Cui, Y., Khan, S. U., Li, Z., & Zhao, M. (2021). Environmental effect, price subsidy and financial performance: Evidence from Chinese new energy enterprises. *Energy Policy*, 149(November 2020), 112050. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.112050>
- Dewi, N. L. P. A., Endiana, I. D. M., & Arizona, I. P. E. (2015). Pengaruh Rasio Likuiditas, Rasio Leverage dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(November),1689–1699. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/537>.
- Fahmi, Irham. 2012. “Analisis Kinerja Keuangan” , Bandung: Alfabeta
- Handayani, R. (2018). Pengaruh return on assets (Roa), Leverage dan ukuran perusahaan terhadap tax avoidance pada perusahaan perbankan yang listing di bei periode tahun 2012-2015. *Jurnal Akuntansi*
- Maranatha, 10(1), 72–84. <https://doi.org/10.28932/jam.v10i1.930>
- Kasmir. 2017. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Rajawali Pers
- Rachmawati, S. (2018). Analisis perputaran piutang dan perputaran aktiva tetap terhadap profitabilitas pada pt. gudang garam.tbk. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 1(2), 81–91. <https://doi.org/10.36778/jesya.v1i2.20>