

DRIVING FACTORS OF BUSINESS PERFORMANCE: HOW INNOVATION, EXPERIENCE, AND CREATIVITY AFFECT BAMBOO CRAFT ENTERPRISES IN BANYUWANGI

Feni Dwi Agustin¹, Feti Fatimah², Wenny Murtaliningtyas³.

^{1,2,3}) Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia

Email Korespondensi : fenidwiagustin08@gmail.com

Artikel History:

Artikel masuk: 26/02/2025

Artikel revisi: 24/03/2025

Artikel diterima: 30/04/2025

Keywords:

*Innovation, Experience,
Entrepreneurial Creativity,
Business Success.*

ABSTRAK

Industri kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi ekonomi yang signifikan namun menghadapi tantangan yang terus-menerus, termasuk inovasi yang terbatas, kurangnya pengalaman manajerial, dan rendahnya kreativitas kewirausahaan dalam strategi bisnis. Studi ini membahas kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya saing pengrajin lokal dengan memeriksa secara empiris bagaimana inovasi, pengalaman, dan kreativitas kewirausahaan memengaruhi kesuksesan bisnis. Dengan menggunakan pendekatan asosiatif kuantitatif, data dikumpulkan melalui total sampling dari pengusaha kerajinan bambu ($N=XX$) dan dianalisis melalui regresi linier ganda. Hasilnya menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut secara signifikan berdampak pada kesuksesan bisnis: inovasi meningkatkan relevansi pasar, pengalaman meningkatkan manajemen adaptif, dan kreativitas kewirausahaan memperkuat strategi produk dan pemasaran. Studi ini berkontribusi pada literatur tentang industri kreatif dengan memvalidasi kerangka kerja untuk pengembangan usaha mikro di pedesaan Indonesia. Kebaruannya terletak pada pengintegrasian faktor-faktor ini dalam konteks kerajinan bambu—sektor yang sering diabaikan dalam studi kewirausahaan—sambil menawarkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi pembuat kebijakan dan program dukungan bisnis untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

ABSTRACT

The bamboo craft industry in Banyuwangi Regency holds significant economic potential but faces persistent challenges, including limited innovation, lack of managerial experience, and low entrepreneurial creativity in business strategies. This study addresses the urgent need to enhance the competitiveness of local artisans by empirically examining how innovation, experience, and entrepreneurial creativity influence business success. Using a quantitative associative approach, data were collected via total sampling from bamboo craft entrepreneurs ($N=XX$) and analyzed through multiple linear regression. The results confirm that all three variables significantly impact business success: innovation increases market relevance, experience improves adaptive management, and entrepreneurial creativity strengthens product and marketing strategies. This study contributes to the literature on creative industries by validating a framework for micro-enterprise development in rural Indonesia. Its novelty lies in integrating these factors within the context of bamboo crafts—a sector often overlooked in entrepreneurial studies—while offering actionable insights for policymakers and business support programs to foster sustainable growth.



INTRODUCTION

Era globalisasi yang semakin dinamis menempatkan UMKM sebagai tulang punggung perekonomian, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional serta peran strategis dalam pelestarian budaya lokal (Zakiah, 2024). Di tengah tantangan revolusi industri 4.0, UMKM dituntut untuk terus berinovasi, mengandalkan pengalaman, dan mengembangkan kreativitas agar tetap relevan dan kompetitif (Utari *et al.*, 2024). Grafik pertumbuhan UMKM periode 2018–2023 (Kementerian Perekonomian, 2023) menunjukkan tren positif, dari 63 juta menjadi sekitar 66 juta unit, meskipun sempat melambat pada 2020 akibat pandemi COVID-19. Namun, lonjakan pertumbuhan pascapandemi menegaskan resiliensi UMKM sebagai penggerak pemulihan ekonomi nasional, didorong oleh kebijakan akses pembiayaan, pelatihan, dan digitalisasi (Aisha *et al.*, 2024).

Indonesia sebagai negara berpenduduk terbesar keempat di dunia, memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, namun masih menghadapi tingkat kegagalan usaha yang tinggi, yakni 30% di tahun pertama dan 50% dalam lima tahun pertama, yang disebabkan oleh rendahnya inovasi, kreativitas, dan pengalaman dalam menghadapi pasar (Mubarok, Sari, Wibowo, 2025). Banyak pelaku UMKM kesulitan bersaing dengan produk impor yang lebih murah dan menarik secara visual (Habibi *et al.*, 2022), sehingga peningkatan keterampilan kewirausahaan menjadi kebutuhan mendesak untuk memperkuat daya saing dan keberhasilan usaha.

Jawa Timur menempati posisi ketiga sebagai provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia pada tahun 2022, yakni sebanyak 1.153.576 unit, mencerminkan potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui sektor usaha kecil dan menengah. Keberadaan UMKM di berbagai daerah juga turut berperan dalam penciptaan lapangan kerja dan pengurangan kemiskinan (Erawati *et al.*, 2024), namun tingginya angka tersebut sekaligus menunjukkan tantangan besar dalam aspek daya saing, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Di sektor kerajinan, pertumbuhan yang stagnan dalam tiga tahun terakhir disebabkan oleh minimnya inovasi dan pemanfaatan teknologi, meskipun permintaan pasar terus meningkat (Julius & Nagel, 2021). Keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan menciptakan nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen serta strategi pemasaran dan pengelolaan usaha yang tepat.

Keberhasilan usaha sangat bergantung pada kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, di mana inovasi, pengalaman, dan kreativitas berperan sebagai elemen kunci dalam menjaga keberlanjutan usaha (Dwinov *et al.* 2024). Inovasi menjadi pilar utama dalam kewirausahaan karena mampu meningkatkan daya saing dan menciptakan diferensiasi produk, bahkan melalui pendekatan sederhana yang relevan dengan pasar lokal (Syafei & Jalaludin, 2021). Ketiga faktor tersebut

memberikan fleksibilitas strategis bagi pelaku usaha untuk menghadapi tantangan, mengelola risiko, dan menciptakan nilai tambah yang dapat meningkatkan keberhasilan usaha, khususnya di sektor kerajinan yang sangat bergantung pada keunikan dan daya tarik produk.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pendekatan effectuation yang mengedepankan kreativitas dan pengalaman menjadi kunci adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis (Setiany, 2024), sementara inovasi dalam orientasi kewirausahaan berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan usaha kecil dan menengah (Hendriati 2024). Selain itu, inovasi sederhana yang relevan dengan konteks lokal dinilai penting untuk meningkatkan daya saing UMKM (Hindarwati *et al*, 2021), dan kreativitas organisasi terbukti mendorong pertumbuhan bisnis melalui pengelolaan sumber daya yang lebih efisien (Kirana *et al* 2023). Namun, belum banyak studi yang mengkaji secara simultan pengaruh inovasi, pengalaman, dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha, khususnya dalam konteks kerajinan bambu berbasis kearifan lokal, sehingga penelitian ini bertujuan mengisi gap tersebut dan memberikan wawasan baru untuk memperkuat strategi keberlanjutan usaha di sektor kerajinan.

Kabupaten Banyuwangi dikenal sebagai salah satu sentra kerajinan bambu di Indonesia, di mana produk kerajinan dari daerah ini tidak hanya memenuhi pasar lokal tetapi juga mulai memasuki pasar nasional. Namun, banyak pelaku usaha kerajinan bambu menghadapi tantangan besar, seperti kurangnya pengalaman dalam mengelola usaha berkelanjutan dan minimnya kreativitas dalam desain produk, sehingga sulit bersaing dengan daerah lain. Tantangan terbesar yang dihadapi meliputi kesulitan dalam inovasi produk (60%), minimnya kreativitas desain (50%), kurangnya pengalaman usaha (45%), keterbatasan akses pelatihan kewirausahaan (40%), serta tingginya persaingan dengan produk dari daerah lain (35%). Data ini menunjukkan perlunya pendekatan strategis untuk meningkatkan keberhasilan usaha melalui pelatihan, pengembangan desain, dan dukungan inovasi. Penelitian ini melibatkan 67 unit usaha kerajinan bambu dari tujuh kecamatan utama di Kabupaten Banyuwangi, mencakup berbagai jenis usaha yang merepresentasikan dinamika inovasi, pengalaman, dan kreativitas di sektor ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh inovasi, pengalaman, dan kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan usaha kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini bertujuan memperkaya kajian teoritis tentang kewirausahaan berbasis kearifan lokal serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi pengembangan UMKM kerajinan bambu agar lebih adaptif dan kompetitif di pasar nasional dan internasional.

LITERATURE REVIEW

Inovasi

Inovasi telah menjadi fokus penting dalam berbagai bidang, mulai dari manajemen hingga kewirausahaan, dengan Schumpeter (1934) dalam (Utomo, 2021) mendefinisikan inovasi sebagai kombinasi baru sumber daya untuk menciptakan produk, proses, atau pasar baru yang mendorong terjadinya creative destruction. Sejalan dengan itu, (Lestari, 2022) menjelaskan inovasi sebagai implementasi produk baru, proses, metode pemasaran, atau organisasi yang diperbaiki, memperluas pemahaman bahwa inovasi tidak hanya mencakup aspek teknologi, tetapi juga aspek sosial dan organisasi. Berbagai perspektif ini menunjukkan bahwa inovasi adalah elemen kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif, mempercepat adaptasi bisnis terhadap perubahan pasar, dan meningkatkan keberlanjutan, baik dalam skala besar maupun sektor UMKM, termasuk industri kerajinan, di mana inovasi desain dan proses produksi sederhana berperan penting dalam meningkatkan daya saing.

Pengalaman

Pengalaman merupakan elemen kunci dalam menentukan keberhasilan individu dan organisasi, terutama dalam bidang kewirausahaan, di mana pengalaman dianggap sebagai modal penting yang memberikan pelaku usaha kemampuan untuk mengenali peluang, mengelola risiko, dan membuat keputusan strategis berdasarkan pembelajaran dari masa lalu (Gunawan, 2022). Menurut (Sofia Zahra *et al*, 2023), pengalaman mendorong wirausahawan untuk mengadopsi pendekatan *effectuation* dalam pengambilan keputusan, mengandalkan sumber daya yang tersedia dan pelajaran yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya untuk menghadapi tantangan bisnis yang kompleks. Dengan memahami berbagai dimensi pengalaman mulai dari pengalaman kerja, pendidikan, sosial, hingga kreatif pelaku usaha dapat mengoptimalkan kekuatan mereka dalam menghadapi dinamika pasar dan meningkatkan keberhasilan usaha, meskipun tetap perlu menjaga keterbukaan terhadap pendekatan baru untuk menghindari jebakan kompetensi.

Kreativitas Berwirausaha

Kreativitas berwirausaha merupakan kemampuan menghasilkan ide-ide baru yang orisinal, berguna, dan relevan dalam menghadapi tantangan bisnis (Rahmatullah & Hasyim, 2023), serta menjadi keterampilan inti dalam menciptakan produk, layanan, atau proses yang unik sehingga menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif (Tuzzahrok & Murniningsih, 2021). Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UMKM), kreativitas sangat menentukan kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar, diferensiasi produk, dan pengembangan strategi bisnis inovatif. Kreativitas berwirausaha mencakup aspek berpikir di luar kebiasaan,

keberanian mengambil risiko, fleksibilitas terhadap perubahan, dan pemanfaatan peluang pasar, yang semuanya memainkan peran penting dalam mempertahankan daya saing di tengah lingkungan bisnis yang semakin dinamis. Dengan menerapkan kreativitas secara efektif di berbagai dimensi seperti produk, proses, manajemen, pemasaran, hingga strategi sosial, pelaku usaha dapat membangun fondasi bisnis yang lebih berkelanjutan dan relevan di pasar modern.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha merupakan konsep multidimensional yang mencakup pencapaian tujuan bisnis dari aspek finansial, operasional, strategis, dan keberlanjutan, di mana (Amanda & M. Nawawi, 2022) menyatakan bahwa keberhasilan usaha adalah hasil dari pengelolaan inovasi, pemasaran, dan produktivitas secara efektif, sementara (Gohae, 2021) menekankan pentingnya fleksibilitas dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dalam praktiknya, keberhasilan usaha tidak hanya diukur melalui pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas, tetapi juga melalui pencapaian kepuasan pelanggan, loyalitas karyawan, inovasi produk, dan kontribusi sosial serta lingkungan. Dalam konteks UMKM, keberhasilan lebih ditekankan pada kemampuan bertahan jangka panjang, pemberdayaan masyarakat lokal, dan penciptaan nilai tambah dengan keterbatasan sumber daya. Dengan memahami berbagai dimensi dan indikator keberhasilan usaha, pelaku usaha dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan usaha dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

METHODS

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi, pengalaman, dan kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan usaha kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi (Sugiyono, 2019). Penelitian ini mengidentifikasi inovasi (X1), pengalaman (X2), dan kreativitas berwirausaha (X3) sebagai variabel independen, serta keberhasilan usaha (Y) sebagai variabel dependen. Definisi operasional masing-masing variabel disusun berdasarkan indikator terukur seperti kebaruan produk, pengalaman industri, dan relevansi ide. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung, kuesioner berbasis skala Likert, dan dokumentasi dari sumber resmi, dengan data primer diperoleh dari 67 pelaku usaha kerajinan bambu menggunakan metode total sampling (Sugiyono, 2021). Analisis data dilakukan melalui bantuan SPSS, mencakup uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta regresi linier berganda untuk menguji hubungan antar variabel (Creswell & Creswell, 2018).

Dalam pengujian hipotesis digunakan uji t untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel secara parsial, dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi inovasi, pengalaman, dan kreativitas berwirausaha terhadap keberhasilan usaha. Teknik ini memberikan pemahaman empiris tentang faktor-faktor mana yang paling dominan mempengaruhi keberhasilan usaha kerajinan bambu di Banyuwangi (Ghozali, 2018). Dengan menggunakan kombinasi data primer dan sekunder, penelitian ini berusaha menghasilkan temuan yang valid dan relevan, serta memberikan dasar bagi pengembangan strategi usaha yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

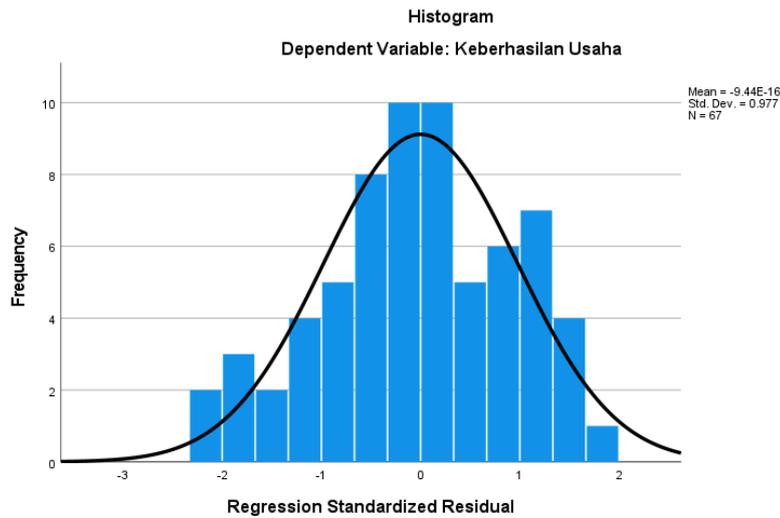
RESULTS

Tabel 1 Analisis Karakteristik Responden

| Karakteristik | Kategori | Frekuensi (n=67) | Persentase (%) |
|--------------------------|----------------------|---------------------|-------------------|
| Usia | < 20 tahun | 5 | 7.5 |
| | 21-30 tahun | 15 | 22.4 |
| | 31-40 tahun | 17 | 25.4 |
| | 41-50 tahun | 18 | 26.9 |
| | > 50 tahun | 12 | 17.9 |
| Pendidikan | SD/Sederajat | 4 | 6.0 |
| | SMP/Sederajat | 10 | 14.9 |
| | SMA/Sederajat | 27 | 40.3 |
| | Diploma | 14 | 20.9 |
| | Sarjana/Pascasarjana | 12 | 17.9 |
| Lama Berwirausaha | < 6 bulan | 10 | 14.9 |
| | 6 bulan - 1 tahun | 18 | 26.9 |
| | 1-3 tahun | 23 | 34.3 |
| | > 3 tahun | 16 | 23.9 |

Sumber : Data Olahan (2025)

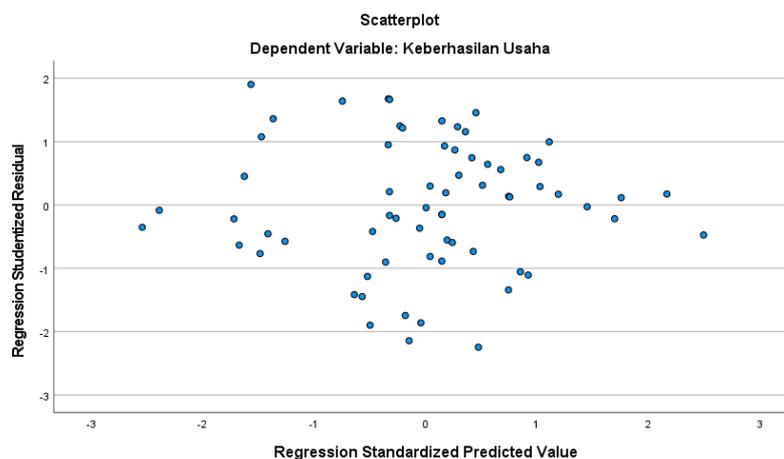
Berdasarkan karakteristik responden pengrajin kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi menunjukkan dominasi usia produktif, terutama pada rentang 31–50 tahun, yang mencerminkan kematangan profesional dan pengalaman bisnis, sementara minat generasi muda masih relatif rendah. Dari segi pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA, diikuti diploma dan sarjana, yang menunjukkan potensi adaptasi terhadap inovasi dan teknologi, meskipun pengrajin berpendidikan rendah tetap mengandalkan keterampilan praktis. Berdasarkan lama berwirausaha, sebagian besar telah menjalankan bisnis lebih dari satu tahun, namun tetap terdapat pelaku baru yang membutuhkan dukungan pelatihan dan akses modal untuk memperkuat pertumbuhan dan daya saing industri kerajinan bambu di Banyuwangi.



Sumber : SPSS27 (2025)

Gambar 1 Uji Normalitas Histogram

Gambar menunjukkan hasil uji normalitas menggunakan histogram, di mana distribusi residual membentuk pola bell-shaped yang simetris, dengan nilai mean mendekati nol dan standar deviasi sebesar 0,977, sehingga mengindikasikan bahwa data residual berdistribusi normal. Berdasarkan pola ini, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam regresi telah terpenuhi dan model regresi valid untuk analisis lebih lanjut.



Sumber : SPSS27 (2025)

Gambar 2. Uji Heterokdastisitas Scatterplot

Berdasarkan Gambar 2., hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan bahwa sebaran residual bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu, yang menandakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Ini berarti varians residual bersifat konstan di seluruh rentang nilai prediksi,

sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dan reliabel, serta estimasi pengaruh variabel independen terhadap keberhasilan usaha tidak terganggu oleh ketidakseimbangan varians.

Tabel 2. Uji t

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 23.239 | 2.476 | | 9.387 | .000 |
| Inovasi | .313 | .119 | .309 | 2.638 | .011 |
| Pengalaman | .504 | .105 | .517 | 4.787 | .000 |
| Kreativitas Berwirausaha | .529 | .106 | .598 | 5.006 | .000 |

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : SPSS27 (2025)

Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa ketiga variabel independent Inovasi, Pengalaman, dan Kreativitas Berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha kerajinan bambu di Banyuwangi. Inovasi terbukti berperan dalam membantu pelaku usaha menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar, sementara pengalaman memberikan bekal penting dalam menghadapi tantangan bisnis secara lebih strategis. Kreativitas berwirausaha menjadi variabel paling dominan, menunjukkan bahwa ide-ide inovatif dan kemampuan menciptakan keunikan sangat menentukan daya saing usaha. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh sinergi antara pembaruan, pengalaman praktis, dan kemampuan berpikir kreatif yang berkelanjutan.

Tabel 3 Uji F

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 276.464 | 3 | 92.155 | 11.951 | .000 ^b |
| | Residual | 485.804 | 63 | 7.711 | | |
| | Total | 762.269 | 66 | | | |

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Kreativitas Berwirausaha, Pengalaman, Inovasi

Sumber : SPSS27 (2025)

Berdasarkan hasil uji F simultan, diperoleh nilai F hitung sebesar 11,951 dengan signifikansi 0,000, yang jauh di bawah ambang 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kreativitas Berwirausaha, Pengalaman, dan Inovasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Artinya, model regresi yang dibangun mampu menjelaskan variasi keberhasilan usaha secara substansial, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Sum of Squares Regression yang cukup besar dibandingkan Residual. Dengan demikian, model ini dinilai layak dan relevan untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut, karena ketiga variabel independen memberikan kontribusi nyata dalam menjelaskan keberhasilan usaha kerajinan bambu di Banyuwangi.

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi R²

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .802 ^a | .863 | .832 | 2.77690 |

a. Predictors: (Constant), Kreativitas Berwirausaha, Pengalaman, Inovasi

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber : SPSS27 (2025)

Hasil uji koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa sebesar 86,3% variasi dalam keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh variabel inovasi, pengalaman, dan kreativitas berwirausaha, sementara nilai Adjusted R² sebesar 83,2% mengindikasikan model tetap kuat meski mempertimbangkan jumlah variabel independen. Hal ini menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki kontribusi signifikan dan dominan terhadap keberhasilan usaha pengrajin bambu di Banyuwangi. Sementara itu, 13,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar model, seperti kebijakan, ekonomi, dan aspek sosial budaya. Dengan standar error sebesar 2,77690, model regresi ini dinilai memiliki akurasi yang cukup baik untuk digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan dan peningkatan daya saing usaha kerajinan bambu.

DISCUSSION

Pengaruh Inovasi (X1) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada Pengrajin Kerajinan Bambu di Kabupaten Banyuwangi

Dalam konteks usaha kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi inovasi menjadi elemen krusial yang secara langsung memengaruhi keberhasilan usaha pengrajin. Tidak hanya sebatas pada penciptaan produk baru, inovasi mencakup

pembaruan desain, pengemasan, hingga strategi pemasaran yang responsif terhadap selera pasar modern. Para pengrajin yang berhasil mengintegrasikan nilai tradisional dengan sentuhan kontemporer, seperti produk furnitur bambu bergaya minimalis atau aksesoris dekoratif berbasis budaya lokal, menunjukkan kemampuan adaptif yang tinggi. Seperti ditegaskan oleh (Awa *et al*, 2024), inovasi memungkinkan pelaku UMKM sektor kerajinan memperkuat daya saing hingga menembus pasar ekspor. Hal ini juga tercermin dalam perkembangan produk kerajinan bambu Banyuwangi yang kini mampu berpindah dari ranah tradisional menuju industri kreatif berbasis budaya. Penelitian (Nuratri & Sofiaty, 2024) turut menguatkan bahwa inovasi tidak hanya berdampak pada pertumbuhan finansial, tetapi juga dalam membentuk brand yang kuat, memperluas jaringan pasar, dan memperkuat loyalitas pelanggan melalui pengalaman konsumen yang unik dan personal.

Efektivitas inovasi tidak terlepas dari sinergi antara kapabilitas internal dan dukungan eksternal. Banyak inovasi lahir dari pelatihan, kolaborasi industri kreatif, dan inkubasi usaha yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun pihak swasta. Meski begitu, masih terdapat tantangan signifikan seperti keterbatasan sumber daya, kecemasan akan pergeseran nilai budaya, serta rendahnya keberanian mencoba hal baru. Oleh karena itu, inovasi dalam usaha kerajinan bambu perlu dirancang secara kontekstual yakni tetap menjaga akar tradisi sembari menjawab kebutuhan pasar modern. Inovasi yang demikian tidak hanya menjaga keberlanjutan bisnis, tetapi juga memperkuat identitas lokal melalui bentuk, fungsi, dan narasi produk yang autentik. Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa inovasi adalah fondasi strategis dalam transformasi pengrajin bambu menjadi pelaku industri kreatif yang adaptif, kompetitif, dan berdaya saing berkelanjutan.

Pengaruh Pengalaman (X2) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada Pengrajin Kerajinan Bambu di Kabupaten Banyuwangi

Pengalaman terbukti memberikan kontribusi penting terhadap keberhasilan usaha pengrajin bambu di Kabupaten Banyuwangi, tidak hanya sebagai akumulasi waktu berwirausaha, tetapi juga sebagai sumber keterampilan teknis, kemampuan manajerial, dan pemahaman mendalam terhadap pasar. Pengrajin yang berpengalaman cenderung lebih adaptif dalam menghadapi perubahan tren, lebih efisien dalam proses produksi, serta lebih cermat dalam mengelola risiko dan membangun jaringan usaha. Hasil ini sejalan dengan temuan (Ariantini, 2020) dan (Kirana *et al*, 2023) yang menegaskan bahwa pengalaman tidak hanya memperkuat kemampuan dalam pengambilan keputusan, tetapi juga harus didukung oleh inovasi agar tidak terjebak dalam stagnasi bisnis.

Penelitian (Aisyi *et al*, 2024) juga memperkuat bahwa pengalaman membantu pelaku usaha menyusun strategi lebih matang dalam menghadapi persaingan pasar

dan mengembangkan kualitas produk. Meskipun begitu, pengalaman saja tidak cukup tanpa adanya semangat untuk terus belajar dan beradaptasi. Pengrajin yang mampu menggabungkan pengalaman dengan inovasi dan keterbukaan terhadap perubahan memiliki peluang lebih besar untuk mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu, pengalaman dalam usaha kerajinan bambu bukan hanya mencerminkan ketekunan, tetapi juga menjadi dasar penting untuk menciptakan produk yang relevan, kompetitif, dan berkelanjutan di tengah tantangan industri kreatif saat ini.

Pengaruh Kreativitas Berwirausaha (X3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada Pengrajin Kerajinan Bambu di Kabupaten Banyuwangi

Kreativitas berwirausaha menjadi pilar penting dalam mendorong keberhasilan usaha pengrajin kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi. Di tengah tantangan globalisasi dan perubahan selera pasar, kreativitas tidak hanya diwujudkan dalam inovasi produk, tetapi juga dalam teknik produksi, desain, pemasaran, dan pengemasan. Kemampuan pengrajin untuk berpikir di luar kebiasaan dan menciptakan nilai tambah memungkinkan produk bambu tampil lebih modern tanpa kehilangan akar budaya lokal. Kreativitas ini memperkuat daya tarik produk di berbagai segmen pasar dan menjadi pembeda utama antara pengrajin yang stagnan dan mereka yang berkembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Ardy *et al*, 2023), yang menekankan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah, terutama dalam menciptakan daya saing dan memperkuat loyalitas pelanggan. Meskipun demikian, kreativitas tidak tumbuh begitu saja. Diperlukan dukungan berupa pelatihan, akses informasi, dan lingkungan yang mendorong eksplorasi ide baru. Dengan penguatan ekosistem tersebut, pengrajin akan lebih berani mengeksplorasi peluang baru, termasuk digitalisasi dan praktik bisnis berkelanjutan, sehingga produk bambu dari Banyuwangi mampu bersaing secara nasional maupun global.

Pengaruh Inovasi (X1), Pengalaman (X2), dan Kreativitas Berwirausaha (X3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) pada Pengrajin Kerajinan Bambu di Kabupaten Banyuwangi

Keberhasilan usaha pengrajin kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi sangat dipengaruhi oleh kekuatan inovasi, pengalaman, dan kreativitas berwirausaha. Inovasi memungkinkan pengrajin untuk memperbaiki produk dan proses agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar modern, sementara pengalaman memberikan pemahaman mendalam tentang pengelolaan usaha dan pengambilan keputusan yang bijak. Kreativitas berwirausaha menjadi penggerak utama dalam menciptakan produk yang unik, menarik, serta memperkuat identitas budaya lokal. Ketiga faktor ini saling melengkapi dan menciptakan sinergi yang menjadikan usaha

kerajinan bambu tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan bersaing secara kompetitif. Kombinasi inovasi, pengalaman, dan kreativitas tidak hanya meningkatkan nilai produk dan memperluas pasar, tetapi juga membangun ekosistem ekonomi kreatif yang memperkuat posisi Banyuwangi sebagai pusat kerajinan bambu berbasis kearifan lokal di tingkat nasional maupun internasional.

CONCLUSION AND SUGGESTION

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa inovasi, pengalaman, dan kreativitas berwirausaha berperan signifikan dalam meningkatkan keberhasilan usaha pengrajin kerajinan bambu di Kabupaten Banyuwangi. Ketiga variabel ini saling melengkapi dalam membentuk daya saing yang kuat, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Inovasi mendorong pengrajin menciptakan produk yang lebih relevan dan menarik, pengalaman memberikan wawasan dalam menghadapi dinamika pasar, sementara kreativitas memperkuat strategi pemasaran dan pengembangan produk. Secara simultan, ketiganya membentuk dasar yang kokoh bagi pengrajin dalam meraih keberhasilan, baik dari sisi peningkatan pendapatan, pencapaian pasar, hingga keberlanjutan usaha jangka panjang.

Untuk itu diperlukan upaya kolaboratif antara pengrajin, pemerintah, dan lembaga pendukung guna mengoptimalkan peran inovasi, pengalaman, dan kreativitas dalam pengembangan usaha kerajinan bambu. Pengrajin perlu didorong untuk lebih terbuka terhadap pelatihan, adaptasi teknologi, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Pemerintah juga diharapkan memperkuat dukungan dalam bentuk akses pembiayaan, promosi produk, serta pendampingan usaha berkelanjutan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel kajian dan menggunakan pendekatan mixed-method agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap strategi peningkatan keberhasilan usaha kerajinan bambu secara lebih luas dan kontekstual.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, studi ini hanya berfokus pada tiga variabel utama (inovasi, pengalaman, dan kreativitas wirausaha), sehingga faktor lain seperti akses permodalan, kebijakan pemerintah, atau dinamika pasar belum dipertimbangkan. Kedua, penggunaan total sampling—meskipun memastikan cakupan responden yang luas—berpotensi mengabaikan variasi kualitas data jika terdapat perbedaan signifikan dalam karakteristik pengrajin yang tidak teridentifikasi. Ketiga, pendekatan kuantitatif dengan survei mungkin tidak sepenuhnya menangkap nuansa kualitatif, seperti motivasi subjektif pengrajin atau tantangan budaya lokal. Terakhir, temuan ini terbatas pada konteks geografis Kabupaten Banyuwangi, sehingga generalisasi ke wilayah lain memerlukan studi lanjutan dengan cakupan lebih luas. Rekomendasi

untuk penelitian mendatang mencakup metode mixed-methods dan perluasan variabel untuk analisis yang lebih holistik.

BIBLIOGRAPHY

- Aisha, I., Istighfan, Y., Karimatussya, I., Kurniawan, A., Kholil, M., & Wihartati, W. (2024). *Penguatan Ekonomi Lokal Desa Sendangdawung Melalui Workshop dan Pendampingan UMKM Strengthening the Local Economy of Sendangdawung Village Through Workshops and Mentoring for MSMEs*. 4.
- Aisyi, R., Ummah, R., Humaira, R., Bila, S., Al, A. F., & Lhokseumawe, I. (2024). Pelatihan Digital Marketing bagi Pedagang Kecil di Gampong Keude Karieng untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 106–116.
- Ardy, M., Games, D., & Sari, D. K. (2023). Inovasi Produk, Kreativitas, Orientasi Berwirausaha, Orientasi Pasar, Lokasi Dan Keberhasilan Usaha. *Journal Publicuho*, 6(3), 908–915. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i3.216>
- Ariantini, N. P. O. (2020). Pengaruh Pengajaran Kewirausahaan Terhadap Kemampuan Berwirausaha Alumni Akademi Komunitas MAPINDO. *Journal Research of Management*, 7(2), 58–69.
- Awa, Palahudin, Naila Sya'diah, C. Z., & Fauziah, N. R. (2024). Keberhasilan Usaha Berdasarkan Digital Marketing, Kreativitas, dan Inovasi pada UMKM Konveksi di Kabupaten Bogor. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 7813–7830.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Dwinov, T., Ramitha, A., Siregar, A., Cahyadi, W., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Bina, E., Kota, K., & Tinggi, T. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Keterampilan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening Pada UMKM Kota Tebing Tinggi. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 7(1), 1563–1577.
- Erawati, T., Putri, F. K., Jannah, I., Pandia, S. P., Seran, A. E., & Kaleka, F. A. (2024). Faktor Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Study Literatur Review. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 4(4), 13316–13329.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivarite dengan program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gohae, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi). *Jurnal Uniraya*, 5 No 1(1), 51–57.
- Habibi, F. A., Sumowo, S., & Murtaliningtyas, W. (2022). Studi Empiris Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Sun Osing Banyuwangi Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(10), 2023. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i10.2251>
- Hendriati, Y. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Pertumbuhan UMKM di Kawasan JABODETABEK. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 7188–7202.

- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 54. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5308>
- Indra Gunawan. (2022). Sistematika Literature Review Dampak Kepercayaan Diri pada Kesuksesan Pengusaha. *Journal of Management and Bussines*, 6(4), 1–23.
- Kirana, A. Y., Saifudin, M., Mukhlisin, M. M., Fatmawati, N., & Ansori, M. I. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Lestari, S. (2022). Implementasi Konsep Kebijakan Smart City Terhadap Efektivitas Mall Pelayanan Publik DKI Jakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(1), 1349–1358.
- Marti Utari, Lailatur Rahmi, Ferizka Tiara Devani, Egga Asoka, & Zulkarnain, M. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Penjualan UMKM (Studi Kasus “OH MY PIE CROFFLE”). *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(2), 78–86. <https://doi.org/10.70182/jca.v1i2.3>
- Mubarok, Sari, Wibowo, M. (2025). Comparative Study of Artificial Intelligence (AI) Utilization in Digital Marketing Strategies Between Developed and Developing Countries: A Systematic Literature Review. *Ilomata International Journal of Management*, 6(1), 156–173. <https://doi.org/10.61194/ijjm.v6i1.1534>
- Nuratri, B., & Sofiati, E. (2024). Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan Kiaracodong Kota Bandung. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(September), 457–464.
- P. Julius F, Nagel, A. S. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Makanan Minuman Di Surabaya. *Prosiding HUBISINTEK*, 2(1), 5–6. <https://www.ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1484/1138>
- Putri Amanda, D., & M. Nawawi, Z. (2022). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 2(2), 146–149. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i2.1906>
- Rahmatullah, R., & Hasyim, S. H. (2023). Kepercayaan Diri, Kreativitas dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial. *Indonesian Journal of ...*, 5(2), 157–166. <https://journal.ilinstitute.com/index.php/IJoLEC/article/view/2026%0Ahttps://journal.ilinstitute.com/index.php/IJoLEC/article/download/2026/698>
- Setiany, Y. I. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pengalaman Usaha dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada UMKM Kuliner di Kota Banjarbaru. *Kindai*, 20(2), 159–172.
- Sofia Zahra, Zyhan Risty Andini, Leoni Sabrilina Putri, & Mansur Keling. (2023). Menggali Potensi Kewirausahaan di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 54–63. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i1.592>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). Buku sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).

- Syafei, D., & Jalaludin, J. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah Pada Penjahit Pakaian Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 105–127. <https://doi.org/10.54895/jmbu.v2i2.1024>
- Tuzzahrok, F. S., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan terhadap Womenpreneur. *Jurnal Unimma*, 2013, 765–769.
<https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/6015>
- Utomo, K. P. (2021). Dasar Manajemen dan Kewirausahaan. In *Widina*.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Zakiah, R. A. (2024). Peluang dan Tantangan Usaha - Usaha Penjualan Produk Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 11(5).