

ENTREPRENEURSHIP STRATEGY BASED ON CREATIVITY AND PRODUCT INNOVATION: AN EMPIRICAL STUDY ON THE SUSTAINABILITY OF BANYUWANGI TRADITIONAL BATIK MSMES

Viky Nuraini¹, Haris Hermawan², Jekti Rahayu³

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

Email: nurainiviky16@gmail.com

Artikel History:

Artikel masuk: 26/02/2025

Artikel revisi: 24/03/2025

Artikel diterima: 30/04/2025

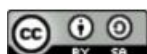
Keywords: Creativity, Product Innovation, Entrepreneurial Competence, Entrepreneurial Success

ABSTRAK

Batik Banyuwangi sebagai warisan budaya menghadapi tantangan persaingan global, di mana kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan menjadi penentu keberlanjutan UMKM. Namun, penelitian terdahulu belum secara komprehensif mengintegrasikan ketiga faktor tersebut dalam konteks pengrajin batik tradisional. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kesuksesan UMKM batik Banyuwangi, dengan metode explanatory research dan sampel jenuh 46 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji instrumen, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil menunjukkan ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan ($p < 0.05$) dengan kontribusi 70% terhadap kesuksesan usaha, sementara 30% dipengaruhi faktor eksternal. Novelty penelitian terletak pada pendekatan integratif dalam konteks batik tradisional yang mengombinasikan aspek kreativitas desain dengan inovasi berbasis kearifan lokal. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis bagi literasi kewirausahaan berbasis budaya dan praktis bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi kompetitif.

ABSTRACT

Banyuwangi Batik as a cultural heritage faces the challenge of global competition, where creativity, product innovation, and entrepreneurial competence are the determinants of the sustainability of MSMEs. However, previous research has not comprehensively integrated these three factors in the context of traditional batik artisans. This study aims to analyze the influence of creativity, product innovation, and entrepreneurial competence on the success of Banyuwangi batik MSMEs, using explanatory research methods and a saturated sample of 46 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using instrument tests, classical assumptions, multiple linear regression, and coefficient of determination (R^2). The results showed that the three variables had a positive and significant effect ($p < 0.05$) with a contribution of 70% to business success, while 30% were influenced by external factors. The novelty of the research lies in an integrative approach in the context of traditional batik that combines aspects of design creativity with innovations based on local wisdom. These findings provide a theoretical contribution to culture-based and practical entrepreneurial literacy for MSME actors in developing competitive strategies.



INTRODUCTION

Perekonomian di Indonesia sejak dahulu hingga sekarang sulit sekali di stabilkan kinerja perekonomiannya. Kewirausahaan telah menjadi kekuatan pendorong utama dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi Indonesia (Sujarwadi et al., 2024). Kewirausahaan adalah salah satu pilar utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan daya saing suatu negara. Kewirausahaan merupakan faktor yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan yang membentuk lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi (Harefa, 2020). Di Indonesia, kewirausahaan diharapkan dapat menjadi motor penggerak pembangunan ekonomi, terutama untuk mengurangi ketergantungan pada sektor formal dan menciptakan lapangan kerja baru. Sektor perdagangan, perindustrian, dan manufaktur menjadi penyumbang utama untuk membangun perekonomian negara Indonesia, karena dari sektor itulah dapat menguntungkan bagi pendapatan devisa negara (Sianipar et al., 2024). Beberapa sektor usaha seperti perdagangan, perindustrian, dan manufaktur sangatlah diminati oleh beberapa kalangan masyarakat untuk membuka usaha. Dengan melalui beberapa tahapan, mengidentifikasi, mengembangkan, dan kemudian menggabungkan inovasi dan peluang yang lebih baik untuk menghasilkan nilai mendalam yang menciptakan kekayaan dan kesejahteraan.

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian negara. Usaha ini bercirikan skala kecil, sumber daya terbatas, dan biasanya beroperasi di sektor tradisional seperti ritel dan kerajinan tangan. Terlepas dari ukurannya, perusahaan UMKM merupakan bagian yang signifikan dari PDB Indonesia dan menyediakan kesempatan kerja bagi sebagian besar penduduk (Wira Syuhada, 2023). Selain berkontribusi terhadap PDB, UMKM juga berperan dalam pemberdayaan masyarakat, menciptakan pasar baru, dan berkontribusi terhadap ekonomi nasional. Upaya yang dilakukan agar tujuan tercapai seseorang akan terus berusaha dalam melakukan berbagai usaha. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan (Amat & Yusuf, 2024). Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apa pun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. Dengan begitu besarnya andil UMKM dalam menopang perekonomian suatu daerah sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu daerah mana pun karena perannya sangat penting dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Kemampuan UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UMKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Rosyad & Priambodo, 2020).



Gambar 1 Grafik Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun 2020-2024

Sumber : Data Books, 2025

Berdasarkan data pada Gambar 1 yang bersumber dari Kadin Indonesia terlihat bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya pada periode 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020 jumlah UMKM di Indonesia tercatat 7 juta UMKM, pada tahun 2021 jumlah UMKM di Indonesia tercatat 16,4 juta UMKM, pada tahun 2022 jumlah UMKM di Indonesia tercatat 20,76 juta UMKM, pada tahun 2023 jumlah UMKM di Indonesia tercatat 24 juta UMKM, dan pada tahun 2024 jumlah UMKM di Indonesia tercatat 30 juta UMKM. Peningkatan yang terjadi di setiap tahunnya ini mencerminkan komitmen pemerintah dalam mendorong perkembangan perekonomian di Indonesia.

Industri batik Indonesia dikenal sebagai salah satu kekayaan budaya yang diakui dunia, dengan warisan seni yang mencerminkan keanekaragaman budaya dan kearifan lokal (Syallom et al., 2024). Sebagai salah satu industri kreatif, batik telah berkembang menjadi produk yang memiliki daya saing di pasar global. Di Indonesia, khususnya, batik tidak hanya dihargai sebagai kain tradisional, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya dan keberagaman. Salah satu daerah yang terkenal dengan potensi besar dalam industri batik adalah Banyuwangi, yang terletak di ujung timur Pulau Jawa. Kabupaten Banyuwangi memiliki keunggulan dalam hal budaya, seni, dan pariwisata yang berpotensi menjadi daya tarik untuk pengembangan industri batik (Silfia Ayu Utami, 2022). Banyuwangi dengan keberagaman seni dan tradisinya, memiliki sejarah panjang dalam pembuatan batik. Batik Banyuwangi kini semakin populer dan mulai dikenal oleh masyarakat luas, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Jika dilihat Banyuwangi merupakan kota yang mempunyai keanekaragaman budaya dan potensi wilayah yang dimiliki bisa mengembangkan pariwisata yang

dijadikan peluang bisnis untuk mensejahterakan masyarakatnya, sehingga membuat Banyuwangi semakin dikenal. Batik Banyuwangi mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini menunjukkan bahwa batik sebagai salah satu kebudayaan yang perlu dilestarikan dan sebagai ciri khas bangsa Indonesia (D Mawardi, 2021). Produk batik bahkan ditetapkan sebagai salah satu produk unggulan Kabupaten Banyuwangi untuk menuju Kota Batik, karena batik mempunyai banyak keunikan dan tertarik pada perkembangan batik. Meskipun demikian, keberhasilan dalam mengembangkan industri batik tidak hanya bergantung pada kekayaan tradisi dan potensi alam, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kesuksesan dalam berwirausaha pada UMKM industri batik di Banyuwangi tidak hanya dilihat dari segi keuntungan finansial semata, tetapi juga dari peran kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan pada industri batik tersebut.

Kreativitas merupakan kemampuan mengembangkan ide-ide baru dan cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan konsep-konsep baru dan penyelesaian yang inovatif terhadap tantangan (Sephia & Ardiansyah, 2023). Kreativitas juga upaya yang digunakan oleh wirausahawan untuk bisa menghasilkan produk, jasa, atau sistem baru. Kreativitas yang tinggi akan menciptakan produk yang memiliki nilai tambah yang tinggi juga. Kreativitas menjadi kekuatan yang mendasari banyak pengambilan keputusan bisnis yang berorientasi pada diferensiasi produk, strategi pemasaran, dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, kreativitas yang diterapkan oleh pengusaha batik Banyuwangi memegang peranan besar dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah dan daya tarik tersendiri. Banyak sekali kemenangan yang didapatkan oleh para pelaku UMKM industri batik berawal dari kecerdikan mereka dalam melacak perkembangan produk batik mereka. Menurut (Soriyani & Harahap, 2022) bentuk kreativitas ini harus didasarkan pada pemikiran baru dan tidak serupa dengan yang beredar. Dengan asumsi seorang pelaku UMKM industri batik dapat mengembangkan kreativitas untuk pencapaian bisnisnya. Maka pada saat itu, bisnis yang diawasi juga dapat terlihat berbeda dibandingkan dengan bisnis sejenis lainnya. Seorang pelaku UMKM industri batik yang mempertahankan bisnis harus memiliki tujuan mereka sendiri, yang secara umum adalah menghasilkan keuntungan. Mereka menciptakan keuntungan, untuk pemenuhan kebutuhannya karena apa yang mereka jual dapat diakui oleh pasar dan dari penjualan mendapatkan laba yang memenuhi keperluan mereka.

Inovasi produk adalah aktivitas sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Saat ini masih banyak sekali pengusaha yang kurang akan

inovasi produk yang dilakukan, karena produk atau model yang ditawarkan (Victor & Shelly Nikita, 2022). Inovasi produk memungkinkan UMKM batik di Banyuwangi untuk menghasilkan produk yang lebih menarik dan unik. Misalnya, dengan mengembangkan *desain* batik yang lebih modern atau mengkombinasikan motif tradisional dengan elemen kontemporer yang nantinya dapat menarik perhatian pasar yang lebih luas, baik di dalam negeri maupun internasional. Inovasi dalam *desain*, bahan, dan teknik produksi dapat membedakan produk mereka dari kompetitor dan menciptakan keunggulan kompetitif. Batik Banyuwangi memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi berbagai macam produk turunan, bukan hanya kain atau pakaian. Inovasi produk dapat berupa diversifikasi produk menjadi aksesoris, tas, sepatu, hingga perabot rumah tangga yang menggunakan motif batik khas Banyuwangi. Dengan memanfaatkan inovasi *desain*, kualitas bahan, serta penerapan teknik pewarnaan yang lebih modern dan menarik, UMKM batik di Banyuwangi dapat menciptakan produk yang lebih bernilai di mata konsumen. Dengan menciptakan produk yang inovatif, UMKM batik di Banyuwangi dapat memperkuat merek mereka melalui media sosial, *platform e-commerce*, dan *website*. Konten visual seperti foto dan video yang menampilkan proses pembuatan batik atau cerita di balik motif batik khas Banyuwangi dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Inovasi produk dalam industri batik di Banyuwangi berperan besar dalam meningkatkan kesuksesan berwirausaha bagi UMKM. Dengan melakukan inovasi produk dalam *desain*, UMKM batik dapat menciptakan produk yang lebih kompetitif, menarik bagi pasar global, dan lebih relevan dengan tren terkini (Santoso & Kurniawati, 2023). Selain itu, inovasi produk juga membantu UMKM batik untuk menjaga dan mengembangkan nilai-nilai budaya lokal yang menjadi identitas khas mereka.

Kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan dalam suatu perusahaan atau organisasi, sehingga memungkinkan perluasan dan keberhasilan perusahaan yang dikelola (Aini et al., 2023). Menurut (Lubis, 2021) Kompetensi wirausaha merujuk pada kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan atribut pribadi seseorang yang mencakup sikap, motivasi, nilai, dan perilaku yang diperlukan untuk berhasil dalam menjalankan kegiatan bisnis atau usaha. Kompetensi berwirausaha merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan UMKM, termasuk industri batik di Banyuwangi. Kompetensi ini mencakup berbagai keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara efektif. Pengusaha batik yang memiliki kompetensi dalam pemasaran dapat memperkenalkan produk mereka lebih luas, baik secara lokal maupun internasional. Mereka dapat memanfaatkan media sosial, *platform e-commerce*, serta pemasaran digital untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak. Pemasaran yang efektif dan penguatan merek (*branding*) dapat

meningkatkan *visibilitas* produk batik dan menarik pelanggan baru, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan (Wilujeng et al., 2024). Seorang pengusaha batik yang mampu menyesuaikan produk mereka dengan perubahan kebutuhan pasar dengan memperkenalkan produk batik yang ramah lingkungan atau berbasis pada tren mode terkini akan lebih berpeluang sukses. Wirausahawan batik yang sukses harus memiliki keberanian untuk mengambil risiko yang terukur dan ketahanan mental untuk menghadapi tantangan dalam menjalankan bisnis. Kompetensi kewirausahaan memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan berwirausaha, khususnya pada UMKM batik di Banyuwangi. Dengan kompetensi yang baik, UMKM batik tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga tumbuh dan beradaptasi dengan perubahan pasar, sehingga berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang mereka.

Produk batik ditetapkan sebagai salah satu produk unggulan Kabupaten Banyuwangi untuk menuju kota batik karena batik mempunyai banyak keunikan dan tertarik pada perkembangan batik. Batik dengan model yang modern dan beraneka ragam merupakan hasil kreativitas dan inovasi. Hasil kreativitas dan inovasi yang modern dipadupadankan dengan motif yang unik dan menarik. Motif batik Banyuwangi memiliki kurang lebih 20 motif, dengan salah satunya yang paling terkenal yaitu motif Gajah Uling yang berasal dari dua suku kata yaitu gajah yang berarti sesuatu yang besar dan oling berarti mengingat (mengingat Tuhan Yang Maha Besar). Hal itu menunjukkan sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan sehingga diharapkan dan mampu mengembangkan batik Banyuwangi ini. Oleh karena itu, para pelaku usaha batik di Banyuwangi harus memiliki peran kreativitas, inovasi, dan kompetensi untuk menyukseskan usahanya agar dikenal di seluruh Indonesia bahkan internasional.

Peneliti meneliti beberapa kecamatan yang ada di Banyuwangi dengan alasan di kecamatan tersebut terdapat konsentrasi tinggi produksi batik, memiliki tradisi batik yang lebih kuat dan pengrajin batik yang lebih banyak sehingga pada daerah tersebut dijuluki sebagai wisata batik. Setiap daerah di Banyuwangi memiliki ciri khas motif batik yang berbeda, mencerminkan budaya lokal dan tradisi yang ada. Peneliti tertarik untuk menggali bagaimana motif dan desain batik di daerah tertentu menggambarkan identitas budaya setempat, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi pasar atau daya tarik batik Banyuwangi. Peneliti juga memilih daerah tertentu karena keterlibatan masyarakat yang aktif dalam proses produksi batik, baik secara individu maupun dalam kelompok-kelompok pengrajin. Fokus pada kecamatan yang memiliki komunitas pengrajin yang solid memungkinkan peneliti untuk mempelajari aspek sosial dan budaya dalam pembuatan batik, termasuk keterampilan, pembelajaran antar generasi, dan pengaruh budaya lokal terhadap desain batik.

Fenomena khusus yang dapat diidentifikasi terdapat pada interaksi antara kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan dalam meningkatkan kesuksesan berwirausaha pada UMKM industri batik di Banyuwangi. Ketiga faktor ini saling terkait dan berkontribusi secara simultan dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha batik agar mampu memasarkan produknya hingga ke berbagai negara. Kreativitas dalam *desain* dan motif batik menjadi pendorong utama bagi diferensiasi produk, memberikan identitas khas yang tidak ditemukan di daerah lain. Inovasi produk, yang mencakup pengembangan *desain*, teknik pewarnaan, dan diversifikasi produk, seperti aksesoris atau perabot rumah tangga, memungkinkan produk batik Banyuwangi untuk lebih menarik dan relevan dengan tren pasar global. Sementara itu, kompetensi kewirausahaan, yang mencakup keterampilan manajerial, pemasaran, dan adaptasi terhadap perubahan pasar, memungkinkan pengusaha batik untuk mengelola usaha mereka secara efektif dan memperkenalkan produk mereka ke pasar yang lebih luas melalui media sosial dan *platform e-commerce*. Keberhasilan UMKM batik di Banyuwangi tidak hanya diukur dari segi keuntungan finansial, tetapi juga dari kemampuan untuk menggabungkan kreativitas, inovasi, dan kompetensi kewirausahaan untuk menciptakan produk yang bernilai tinggi, meningkatkan daya saing, dan mendukung perkembangan ekonomi lokal. Berdasarkan latar belakang di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Analisis Peran Kreativitas, Inovasi Produk, Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kesuksesan Berwirausaha Pada Umkm Pengrajin Batik Di Banyuwangi”

LITELATURE REVIEW

Hasil penelitian sebelumnya cenderung mengkaji hubungan masing-masing variabel ini secara terpisah, seperti kreativitas terhadap keberhasilan usaha (Novita Mawarni, 2022) atau inovasi produk terhadap kesuksesan berwirausaha (Lailatul Fajriyah, 2024). Namun, penelitian mengenai bagaimana ketiga variabel ini saling berinteraksi secara simultan dalam konteks UMKM batik masih terbatas. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi hubungan terpadu antara kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan. Namun, sedikit penelitian yang mengkaji bagaimana ketiganya saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap kesuksesan berwirausaha pada UMKM batik secara simultan. Penelitian ini dapat mengisi gap dengan mengkaji hubungan antara kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan dalam menciptakan kesuksesan usaha.

Kesuksesan Berwirausaha

Kesuksesan dalam berwirausaha merupakan hal yang sangat diinginkan oleh para wirausaha, baik itu usaha kecil hingga usaha dengan skala besar. Dalam mewujudkan kesuksesan berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pengalaman, modal sosial, inovasi, usia, dan tingkat pendidikan. Dengan

berwirausaha, selain dapat memberikan keuntungan bagi diri sendiri seperti mendapatkan penghasilan dari bisnis, juga turut memberikan keuntungan kepada orang-orang yang dijadikan sebagai pekerja maupun mitra bisnis (Ferry et al., 2021).

Peran Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk memunculkan ide-ide baru dan menemukan cara baru untuk memecahkan masalah ketika dihadapkan pada peluang (Nasution, 2022). Kreativitas adalah topik yang tidak hanya menyangkut *startup*, tetapi juga perusahaan dan bisnis secara umum. Kreatif berarti memiliki daya cipta atau kesanggupan memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu (Kusnadi & Yulia, 2020). Kemampuan menciptakan disebut kreativitas.

Inovasi Produk

Inovasi adalah kemampuan untuk melihat segala sesuatu dengan cara yang berbeda dari biasanya dan baru (*thinking out of the box*) (Grecia & Puspitosari, 2022). Menurut (Lorensa & Hidayah, 2022) inovasi merupakan cara untuk menerapkan produk dan gagasan yang baru. Inovasi merupakan penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat). Inovasi memainkan peran penting dalam kesuksesan wirausaha, karena inovasi mendorong pengembangan produk, layanan, dan model bisnis baru yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif di pasar.

Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan mencakup beragam keterampilan, pengetahuan, dan atribut pribadi yang penting bagi wirausahawan untuk menavigasi lingkungan bisnis yang kompleks dan dinamis secara efektif. Kompetensi ini melampaui keahlian teknis dan mencakup pemikiran strategis, inovasi, kecenderungan mengambil risiko, ketajaman keuangan, dan kemampuan berjaring (Gunartin et al., 2023).

METHODS

Menurut Sugiyono (2022) mendefinisikan desain penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang mengutamakan pengumpulan data dalam bentuk angka dan menggunakan analisis statistik untuk menarik kesimpulan. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang disebutkan, jenis penelitian yang digunakan ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). *Explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian di

sajikan dengan hasil analisis data dan terakhir diberikan kesimpulan serta saran. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS for Windows.

Populasi

Populasi merupakan sebuah generalisasi, dimana didalamnya ada objek ataupun subyek yang memiliki kriteria dan kualitas yang ditetapkan peneliti agar bisa dipelajari dan menarik kesimpulan yang sesuai (Sugiyono, 2022). Sesuai pengertian di atas, populasi pada penelitian ini adalah pelaku UMKM atau pemilik (owner) UMKM batik di beberapa kecamatan yaitu: Kecamatan Cluring, Glagah, Kabat, Rogojampi dan Banyuwangi.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dan ukuran sampel ialah sebuah upaya dalam melakukan penentuan besaran sampel yang dipilih untuk melakukan sebuah penelitiannya (Sugiyono, 2022). Dalam menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan metode sampel jenuh atau metode *sensus*. Menurut (Sugiyono, 2022) sampel jenuh merupakan Teknik dalam menentukan sampel dengan seluruh anggota populasinya dipilih menjadi sampel. jadi dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel UMKM Batik di Kabupaten Banyuwangi yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 46 reponden.

Definisi Operasional Variabel

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dengan cara menumbuhkan ide-ide kreatif untuk memecahkan suatu masalah atau pekerjaan. Kreativitas merupakan faktor yang mampu mempengaruhi seseorang untuk menekuni dunia bisnis. Kreativitas merupakan faktor yang mampu mempengaruhi dan menjadi pendorong seseorang dalam menekuni dunia usaha. Dimana orang yang punya kreativitas cenderung mempunyai banyak cara dan ide untuk mencapai apa yang diinginkannya dan menjadi seorang wirausaha sangat membutuhkan kreativitas yang tinggi, agar usaha yang dibangunnya dapat mencapai hasil yang diinginkan (Keling & Sentosa, 2020). Menurut (Wahyuni & Kusumasari, 2023) terdapat beberapa indikator yang menunjukkan peran kreativitas pada UMKM batik meliputi:

1. *Desain Produk*

Kreativitas dalam hal *desain* sangat penting untuk membedakan produk batik dari yang lain. *Desain* ini mencakup penggunaan motif yang unik dan baru.

Penggabungan elemen tradisional dan modern, serta keberanian untuk mencoba *desain* yang tidak biasa.

2. Eksperimen Dengan Teknik Pewarnaan

Penggunaan bahan pewarnaan alami, pewarna sintesis, atau metode pewarnaan yang tidak konvensional dapat menghasilkan warna dan tekstur batik yang menarik. Hal ini memberikan nilai tambah dan keunikan pada produk batik.

3. Peningkatan Kualitas Produk

Kreativitas juga berhubungan dengan upaya untuk meningkatkan kualitas produk batik, baik dari segi ketahanan bahan, ketepatan Teknik pembuatan, maupun kehalusan proses pengerjaan. Pengrajin yang kreatif akan berusaha untuk menghasilkan baik dengan kualitas terbaik yang dapat bersaing di pasar lokal maupun internasional.

4. Pemanfaatan Teknologi

Kreativitas dalam UMKM batik melibatkan penggunaan teknologi modern, seperti Teknik *digital printing* atau penggunaan social media untuk promosi. Teknologi ini membantu UMKM batik untuk memperluas pasar dan mempermudah proses produksi, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.

5. Pengembangan Keterampilan Pengrajin

Kreativitas dalam UMKM batik tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada pengembangan keterampilan pengrajin. Pentingnya pelatihan dan pemberdayaan pengrajin batik untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan karya yang lebih berkualitas.

Inovasi Produk

Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Menurut (Lorensa & Hidayah, 2022) inovasi merupakan cara untuk menerapkan produk dan gagasan yang baru. Inovasi memainkan peran penting dalam kesuksesan wirausaha, karena inovasi mendorong pengembangan produk, layanan, dan model bisnis baru yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Penelitian telah menunjukkan bahwa inovasi adalah faktor kunci dalam keberhasilan usaha kewirausahaan di berbagai industri dan konteks. Beberapa indikator menurut (Rahmadani & Subroto, 2022) yang menunjukkan peran inovasi produk pada UMKM batik meliputi:

1. Pengembangan *Desain* yang Unik dan Berbeda

Inovasi produk dalam UMKM batik terlihat dari kemampuan untuk mengembangkan *desain* batik yang unik dan berbeda dari produk batik konvensional. Pentingnya menciptakan *desain* yang tidak hanya

mempertahankan nilai tradisional, tetapi juga dapat beradaptasi dengan tren modern untuk menarik minat pasar yang luas.

2. Penggunaan Bahan Baku Baru dan Ramah Lingkungan

Inovasi produk juga tercermin dalam penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan. Pengrajin batik lebih banyak tertarik untuk menggunakan bahan alami atau bahan yang lebih *sustainable*, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga mendukung keberlanjutan *industry* batik.

3. Penerapan Teknologi dalam Proses Produksi

Pentingnya penerapan teknologi baru dalam proses produksi batik, seperti penggunaan *digital printing* atau teknologi pewarnaan modern. Inovasi ini memungkinkan UMKM batik untuk mempercepat produksi, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan produk dengan kualitas lebih konsisten.

4. Pemasaran dan Penjualan melalui *Platform Digital*

Penggunaan *social media* dan *e-commerce* memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik secara lokal maupun internasional sehingga meningkatkan daya saing produk batik di pasar global.

5. Kolaborasi dengan Desainer atau Artis Luar

Peran kolaborasi antara pengrajin batik dan desainer atau artis luar untuk menciptakan *desain* yang lebih modern dan eksklusif. Kolaborasi ini membawa ide-ide segar dan memperkaya ragam produk batik, sekaligus menciptakan produk batik yang lebih inovatif dan bernilai tinggi di pasaran.

Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi berwirausaha merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kesuksesan UMKM, termasuk industri batik di Banyuwangi. Kompetensi ini mencakup berbagai keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara efektif. Kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan dalam suatu perusahaan atau organisasi, sehingga memungkinkan perluasan dan keberhasilan perusahaan yang dikelola. Berikut beberapa indikator kompetensi kewirausahaan menurut (Wahyuni & Kusumasari, 2023) yang terlihat pada UMKM batik:

1. Kemampuan *Manajerial* dalam Pengelolaan Usaha

Kompetensi kewirausahaan pada UMKM batik sangat berkaitan dengan kemampuan pengusaha dalam mengelola usaha secara efektif. Ini termasuk manajemen keuangan, pengelolaan sumber daya manusia, serta perencanaan dan pengendalian operasional usaha. Pengelolaan yang baik akan memastikan kelancaran proses produksi dan keberlangsungan usaha batik.

2. Kemampuan Inovasi dan Adaptasi

Kompetensi kewirausahaan juga mencakup kemampuan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Pengusaha batik yang kompeten dapat melihat peluang untuk berinovasi, baik dalam hal *desain* produk, teknik produksi, maupun strategi pemasaran, sehingga usaha mereka tetap relevan di pasar yang terus berubah.

3. Kemampuan dalam Pengambilan Keputusan

Kompetensi kewirausahaan juga melibatkan kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat dan cepat. Keputusan ini terkait dengan banyak aspek, mulai dari pemilihan bahan baku yang terbaik hingga memilih strategi pemasaran yang paling efektif. Keputusan yang baik dapat mempengaruhi kelangsungan dan perkembangan usaha.

4. Kemampuan Membuat Jaringan dan Kolaborasi

Pengusaha batik yang memiliki kompetensi kewirausahaan yang tinggi juga harus mampu membangun dan memelihara jaringan dengan berbagai pihak, seperti pemasok bahan baku, konsumen, dan mitra bisnis lainnya. Kolaborasi dengan pihak lain, termasuk desainer atau pemasar, dapat membuka peluang baru untuk pengembangan usaha batik.

5. Kemampuan dalam Mengelola Risiko

Pengusaha batik perlu memiliki kemampuan untuk mengelola risiko yang mungkin muncul dalam bisnis mereka. Menghadapi risiko, baik yang terkait dengan fluktuasi harga bahan baku maupun perubahan tren pasar, adalah bagian dari kompetensi kewirausahaan yang harus dimiliki oleh pelaku UMKM batik untuk menjaga stabilitas dan keberlanjutan usaha.

Kesuksesan Berwirausaha

Kesuksesan berwirausaha adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya (P. Julius F, Nagel, 2021). Kesuksesan berwirausaha merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, kesuksesan berwirausaha menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya. Beberapa indikator kesuksesan berwirausaha menurut (Hamidah Suryani, 2020) antara lain:

1. Kualitas produk

Kualitas batik yang dihasilkan berperan penting dalam menentukan kesuksesan UMKM. Produk batik yang berkualitas baik akan mendapatkan pengakuan dan permintaan pasar yang lebih tinggi.

2. Inovasi Produk

Kemampuan untuk berinovasi dalam desain dan teknik pembuatan batik menjadi kunci penting dalam memenangkan persaingan di pasar yang terus berubah.

3. Pemasaran yang efektif
Penggunaan strategi pemasaran yang tepat, baik secara offline maupun online, menjadi faktor penentu kesuksesan UMKM batik dalam menjangkau pasar yang lebih luas.
4. Peningkatan Daya Saing
UMKM batik yang berhasil memiliki daya saing yang kuat, baik di pasar lokal maupun internasional, berkat kemampuan beradaptasi dengan tren pasar dan perubahan konsumen.
5. Pengelolaan Keuangan yang Baik
Keberhasilan dalam mengelola keuangan menjadi salah satu indikator kesuksesan utama. Pembukuan yang rapi dan perencanaan keuangan yang matang memungkinkan UMKM batik bertahan dalam jangka panjang.

RESULT

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
		Std. Error	Beta
1 (Constant)	7.505	0,844	
Kreatifitas (X1)	0,296	0,033	0,609
Inovasi Produk (X2)	0,279	0,033	0,515
Kopetensi Kewirausahaan (X3)	0,086	0,036	0,161

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan pada tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda diatas dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 7,505 + 0,296 X1 + 0,279 X2 + 0,086 X3$$

Berikut adalah penjelasan dari persamaan diatas :

1. Persamaan variabel tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar positif 7,505 yang artinya apabila variabel Kreatifitas (X1), Inovasi Produk (X2), Kopetensi Kewirausahaan (X3), nilainya tetap (konstan) atau tidak terdapat perubahan, maka Kesuksesan Berwirausaha (Y) memiliki nilai sebesar 7,505.
2. Koefisien Kreatifitas, sebesar 0,296 dan positif artinya jika variabel Kreatifitas (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya (Inovasi Produk, Kopetensi Kewirausahaan) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel Kreatifitas (X1) akan meningkatkan nilai dari variabel

- Kesuksesan Berwirausaha (Y) sebesar 0,296. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,296.
3. Koefisien Inovasi Produk sebesar 0,279 dan positif artinya jika variabel Inovasi Produk (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya (Kreatifitas, Kopetensi Kewirausahaan) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel Inovasi Produk (X2) akan meningkatkan nilai dari variabel Kesuksesan Berwirausaha (Y) sebesar 0,279. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,279.
 4. Koefisien Kopetensi Kewirausahaan sebesar 0,086 dan positif artinya jika variabel Kopetensi Kewirausahaan (X3) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya (Kreatifitas, Inovasi Produk) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel Kopetensi Kewirausahaan (X3) akan meningkatkan nilai dari variabel Kesuksesan Berwirausaha (Y) sebesar 0,086. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,086.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 2 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi	t hitung	t tabel
Kreatifitas (X1)	0,000	0,05	8,929	2,018
Inovasi Produk (X2)	0,000	0,05	8,349	2,018
Kopetensi Kewirausahaan (X3)	0,000	0,05	2,393	2,018

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4. dapat diperoleh hasil uji t (Parsial). Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kreatifitas (X1), Inovasi Produk (X2), Kopetensi Kewirausahaan (X3) secara individual atau parsial terhadap variabel *dependent* Kesuksesan Berwirausaha (Y). Hasil uji t sebelumnya menunjukkan bahwa nilai signifikansinya $< 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel 2,018. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Kreatifitas (X1), Inovasi Produk (X2), Kopetensi Kewirausahaan (X3) secara individual atau parsial terhadap variabel *dependent* Kesuksesan Berwirausaha (Y).

Hasil Koefisien Determinasi (Uji R²)

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi R²

Model Summary			
Mode	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.587	0.544	0.697

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 5. maka dapat diperoleh nilai adjusted R-square sebesar 0,697 atau 69,7% dan dibulatkan menjadi 70% Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel *independent* (Kreatifitas, Inovasi Produk, Kopetensi Kewirausahaan) dalam penelitian ini mempengaruhi variabel *dependent* (kesuksesan berwirausaha) sebesar 70%. Sebaliknya, sebesar 30% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel *independent* (kesuksesan berwirausaha).

DISCUSSION

Pengaruh Kreativitas Terhadap Kesuksesan Berwirausaha

Peran kreativitas pada suatu usaha sangat berpengaruh penting dalam menciptakan kesuksesan berwirausaha. Peran kreativitas produk merupakan peran penting untuk memperkuat identitas usaha dan daya saing UMKM. Kreativitas adalah upaya yang digunakan oleh wirausahawan untuk bisa menghasilkan produk, jasa, atau sistem baru. Kreativitas yang tinggi akan menciptakan produk yang memiliki nilai tambah yang tinggi juga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kreatifitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 8,929 > dari t tabel sebesar 2,018. Maka berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Kreatifitas berpengaruh signifikan terhadap variabel Kesuksesan Berwirausaha. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan hubungan yang positif, artinya jika kreativitas pada diri wirausaha batik di Kabupaten Banyuwangi terus ditingkatkan maka akan berdampak pada kesuksesan wirausahanya.

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin yang lebih dominan menjalankan usaha bisnis batik di Kabupaten Banyuwangi yakni Perempuan dikarenakan perempuan seringkali memiliki motivasi yang berbeda dalam berwirausaha. Perempuan mungkin termotivasi oleh keinginan untuk mencapai prestasi dan adanya frustrasi dalam pekerjaan sebelumnya. Sementara itu, laki-laki mungkin lebih termotivasi oleh faktor-faktor seperti kemandirian dan pengakuan, berdasarkan karakteristik umur, Kerentanan usia lebih dominan 41-50 tahun, hal ini menunjukkan dalam berwirausaha bersifat relatif dan individual. Kesuksesan berwirausaha tidak hanya bergantung pada usia, tetapi juga pada kombinasi faktor lain seperti kompetensi, motivasi, dukungan, dan lingkungan. Setiap rentang usia memiliki kelebihan dan keterbatasan tersendiri yang perlu disadari dan dikelola dengan baik. Program-program dukungan kewirausahaan yang efektif perlu mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan spesifik dari setiap rentang usia untuk memaksimalkan potensi kesuksesan wirausahawan.

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai indikator kreativitas, meskipun belum ada penelitian yang secara khusus meneliti dampak kreativitas pada kesuksesan wirausaha batik di Kabupaten Banyuwangi, secara umum, kreativitas diyakini memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis batik di mana pun, termasuk di Banyuwangi. Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif, menemukan solusi yang unik, serta melihat peluang yang tidak terlihat oleh orang lain. Dalam konteks bisnis batik, kreativitas dapat terwujud dalam berbagai aspek meliputi, desain motif memungkinkan pengrajin batik untuk menciptakan motif-motif baru yang unik dan menarik, yang berbeda dari motif-motif tradisional yang sudah ada. Motif-motif inovatif ini dapat menarik minat konsumen yang mencari sesuatu yang segar dan modern. Banyuwangi dikenal dengan motif batik yang khas, dan pengembangan motif baru yang terinspirasi dari budaya dan alam Banyuwangi dapat menjadi keunggulan kompetitif. Kreativitas dalam pemilihan dan kombinasi warna dapat menghasilkan batik yang lebih menarik secara visual dan sesuai dengan tren mode saat ini. Eksplorasi warna-warna alami atau kombinasi warna yang berani dapat menciptakan daya tarik tersendiri. Kreativitas dapat mendorong pengrajin untuk mengembangkan teknik pembuatan batik yang baru dan efisien, yang dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi. Kreativitas tidak hanya terbatas pada desain kain batik, tetapi juga pada pengembangan produk-produk turunan dari batik, seperti pakaian, aksesoris, tas, atau dekorasi rumah. Diversifikasi produk ini dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Kreativitas dalam strategi pemasaran dan promosi dapat membantu bisnis batik untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun merek yang kuat, dengan menggunakan media sosial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mawarni 2022), (Suhartatik 2021), (Tamara 2024) dan (Hariyanto 2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kesuksesan Berwirausaha

Peran inovasi produk sangat mempengaruhi produk dalam usaha, ini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan dalam berwirausaha. Inovasi adalah pendorong utama kesuksesan wirausaha di berbagai industri dan konteks. Hal ini memungkinkan para wirausahawan untuk mengembangkan produk, layanan, dan model bisnis baru yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif di pasar, yang pada akhirnya mengarah pada pertumbuhan dan kesuksesan bisnis (Iskandar et al., 2021). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Inovasi Produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 8,349 > dari t tabel sebesar 2,018. Maka berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Kesuksesan Berwirausaha.

berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan hubungan yang positif, yang artinya jika Inovasi produk terus di tingkatkan pada usaha batik di Kabupaten Banyuwangi akan berdampak pada kesuksesan usahanya.

Hasil penelitian berdasarkan karakteristik menghasilkan temuan bahwa perempuan yang lebih dominan dalam menjalankan usaha bisnis Batik di Kabupaten Banyuwangi, hal ini dikarenakan, perempuan mungkin lebih dominan dalam inovasi produk karena faktor historis, akses ke sumber daya, atau jaringan yang lebih luas. Laki-laki mungkin lebih cenderung fokus pada inovasi produk yang melibatkan teknologi atau rekayasa, sementara itu perempuan mungkin lebih fokus pada inovasi yang berkaitan dengan desain, fungsionalitas, atau keberlanjutan. Dilihat pada rentan usia yakni berusia 41-50 Tahun Hal tersebut dikarenakan Pengalaman dan Jaringan memiliki pengalaman bisnis yang lebih banyak dan jaringan yang lebih luas, sehingga lebih mampu mengidentifikasi peluang pasar dan mengembangkan inovasi yang relevan. Mereka juga cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil risiko, sehingga inovasi mereka mungkin lebih terukur dan memiliki potensi keberhasilan yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator variabel inovasi produk menghasilkan temuan bahwa Inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha batik di Kabupaten Banyuwangi. Para pembatik di Banyuwangi mengambil langkah inovatif untuk mempertahankan eksistensi batik tulis dan cap di tengah gempuran batik printing. Inovasi ini diwujudkan dengan menghadirkan desain-desain yang lebih modern dan relevan dengan tren *fashion* saat ini, serta memanfaatkan media sosial sebagai *platform* promosi. Pembatik di Banyuwangi juga berupaya untuk melestarikan tradisi batik sekaligus menciptakan generasi penerus yang cinta akan budaya lokal dengan menggandeng *guide* dan mengadakan pelatihan untuk memperkenalkan teknik membatik kepada wisatawan dan generasi muda. Selain itu, mereka berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan alami dan proses pembuatan yang ramah lingkungan. Dengan inovasi dan semangat pantang menyerah, produk-produk dari Banyuwangi diharapkan semakin diminati oleh pasar nasional maupun internasional. Inovasi juga bisa diwujudkan dengan menciptakan motif-motif batik yang mengangkat kekayaan alam dan budaya lokal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nuraeni, 2022), (Lailatul, 2024), (Ripal, 2023 dan (Amanda, 2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha.

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kesuksesan Berwirausaha

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Kesuksesan dalam berwirausaha tidak hanya bergantung

pada modal finansial, tetapi juga pada kompetensi yang dimiliki oleh wirausahawan. Kompetensi kewirausahaan, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan karakteristik personal, menjadi faktor kunci dalam mengelola usaha secara efektif dan mencapai kinerja yang unggul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Kopetensi Kewirausahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 bahwa nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2,393 > dari t tabel sebesar 2,018. Maka berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Kopetensi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kesuksesan Berwirausaha. berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan hubungan yang positif, artinya jika kompetensi wirausaha lebih ditingkatkan akan berdampak terhadap kesuksesan dalam berwirausahaan.

Berdasarkan karakteristik responden jenis kelamin perempuan lebih dominan dalam menjalankan wirausaha batik di kabupaten Banyuwangi, hal ini dikarenakan Industri batik di Banyuwangi didominasi oleh pengrajin perempuan. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian sebagai wirausahawan. Kompetensi yang relevan bagi perempuan dalam bisnis batik meliputi keterampilan teknis membatik, kemampuan desain motif, manajemen keuangan, pemasaran, dan kemampuan membangun jaringan. Selain itu, karakteristik seperti ketelitian, kesabaran, dan kemampuan berkomunikasi yang baik juga penting. Berdasarkan rentang usia 41-50 Tahun Lebih dominan hal ini dikarenakan Wirausahawan dewasa memiliki pengalaman yang lebih banyak, jaringan yang lebih luas, dan pemahaman yang lebih mendalam tentang pasar. Kompetensi yang perlu dikembangkan meliputi inovasi produk, manajemen strategis, kepemimpinan, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai indikator pada variabel kompetensi berwirausaha, menghasilkan temuan bahwa Pengembangan motif baru Para pembatik muda di Banyuwangi berinovasi dengan menghadirkan desain-desain yang lebih modern dan relevan dengan tren *fashion* saat ini. Diversifikasi Produk: Pengrajin batik di Banyuwangi melakukan diversifikasi produk handmade berbahan baku kain batik lokal, seperti tas, sandal, gantungan kunci, udeng khas Banyuwangi, dan tempat tisu. Diversifikasi ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan pengrajin. penggunaan bahan alami dan ramah lingkungan para pembatik di Banyuwangi berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan alami dan proses pembuatan yang ramah lingkungan. pemanfaatan teknologi digital pemanfaatan media sosial sebagai *platform* promosi. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga terus berupaya meningkatkan kemampuan pengrajin batik dalam hal peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan. Pengrajin melakukan penguatan bisnis melalui pengemasan produk yang beragam. Hal ini menunjukkan

bahwa kompetensi berwirausaha sangat memberika pengaruh yang signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha, hasil penelitian ini didukung penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Rolyesh, 2024), (Maryadi, 2022), (Hendayana, 2024), (Julius, 2021) dan (Wiryawan, 2024) hasil penelitian menghasilkan temuan bahwa Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan interpretasi yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, hasil penelitian menunjukan bahwa variabel Kreatifitas, Inovasi Produk, Kopetensi Kewirausahaan, berpengaruh positif dan signifikan secara individu terhadap variabel kesuksesan berwirausaha, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut ini: Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kreatifitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha pada usaha Batik di Kabupaten Banyuwangi, dapat dilihat dari hasil uji t, dengan demikian hipotesis telah terbukti. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Inovasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha pada usaha Batik di Kabupaten Banyuwangi, dapat dilihat dari hasil uji t, dengan demikian hipotesis telah terbukti. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Kopetensi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha pada usaha Batik di Kabupaten Banyuwangi, dapat dilihat dari hasil uji t, dengan demikian hipotesis telah terbukti.

Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami peran kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi kewirausahaan terhadap kesuksesan UMKM batik Banyuwangi, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan 46 responden dengan teknik pengambilan sampel jenuh, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke seluruh populasi pengrajin batik di Indonesia. Kedua, pendekatan kuantitatif yang mengandalkan kuesioner memiliki keterbatasan dalam menggali perspektif mendalam dari pelaku usaha, yang mungkin lebih terungkap melalui metode kualitatif seperti wawancara mendalam. Ketiga, penelitian ini belum memasukkan beberapa faktor eksternal yang potensial seperti pengaruh kebijakan pemerintah, perkembangan pasar digital, atau dampak perubahan tren konsumen terhadap kinerja UMKM. Keempat, pengukuran variabel dependen (kesuksesan usaha) hanya didasarkan pada persepsi responden tanpa melibatkan data objektif seperti laporan keuangan atau pertumbuhan aset usaha. Terakhir, sifat penelitian yang cross-sectional membatasi kemampuan untuk menganalisis perkembangan dinamika kewirausahaan dalam jangka panjang.

Temuan ini membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan memperluas cakupan sampel ke wilayah penghasil batik lainnya, menambahkan variabel moderasi seperti literasi digital atau modal sosial, serta mengadopsi pendekatan mixed-methods untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Penelitian longitudinal juga diperlukan untuk mengamati evolusi faktor-faktor penentu kesuksesan UMKM batik dari waktu ke waktu.

BIBLIOGRAPHY

- Aini, N., Ketut Suardika, I., & Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma, S. (2023). Pengaruh Sikap Kewirausahaan Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Tempe Di Taman Sari. *Jurnal Jnana Satya Dharma*, 11(2), 125–131.
- Amat, L., & Yusuf, H. (2024). Analisis Perspektif Hukum Dagang Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia Analysis of the Perspective of Trade Law in the Development of Micro , Small and Medium Enterprises (Umkm) in Indonesia. 1249–1264.
- Amura. (2021). Peran Kreativitas Dalam Proses Kewirausahaan Dan Cara Menginspirasi Ide Hebat.
- Antonyraj, S. M., & Kumar, M. R. (2023). Peer-Reviewed, Multidisciplinary & Multilingual Journal A Study On Micro Small Medium Enterprises Pre And Post Globalization Era. <http://vidyajournal.org>
- Eko Purwanto. (2020). Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri 4.0 Eko Purwanto.
- Ferry, R., Atmaja, B., & Saputro, S. H. (2021). Analisis Faktor yang Berpengaruh dalam Kesuksesan Berwirausaha (Vol. 5, Issue 1). <http://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant>
- Grecia & Puspitosari. (2022). Pengaruh Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi Dan Pengambilan Resiko Terhadap Kinerja Ukm.
- Gunartin, Pratikto, H., Winarno, A., & Restuningdiah, N. (2023). The Role of Entrepreneurial Competencies: Successful Key Smes a Literature Review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e01955. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.1955>
- Hamidah Suryani, dan. (2020). Pengaruh Hasil Belajar Mata Kuliah Tailoring Terhadap Minat Berwirausaha Busana Tailor Pada Mahasiswa Konsentrasi Tata Busana Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga the Correlation Between Tailoring Course Learning Achievement and Entrepreneurial Interest of Fashion Education Students of Home Economics Department. *Journal HomeEc*, 15(2), 1907–5081.
- Harefa. (2020). ekonomi pembangunan.
- Harnida, M., Al, M. A., & Banjarmasin, B. (2023). Navigating Disruptive Innovation: Challenges And Opportunities For Micro, Small & Medium Enterprises (Msmes).

- Iskandar, Y., Joeliaty, Kaltum, U., & Hilmiana. (2021). The relationship between intellectual capital and performance of social enterprises: A literature review. In Academic Journal of Interdisciplinary Studies (Vol. 10, Issue 5, pp. 309–330). Richtmann Publishing Ltd. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0141>
- Keling & Sentosa. (2020). The Influence of Entrepreneur Learning, Self-Efficacy and Creativity Toward Students Entrepreneurial Interests of Tarbiyah and Teachers Training Faculty, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kusnadi & Yulia. (2020). Kewirausahaan.
- Lorensa & Hidayah. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion. www.djkn.kemenkeu.go.id,
- Lubis. (2021). Pengaruh Modal Sosial, Human Capital, Dan Kompetensiwirausaha Terhadap Kesuksesan Umkm Di Kota Medan.
- Nasution, R. U. (2022). Strategi Memulai Bisnis Baru dalam Berwirausaha. JURNAL Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan, 3(3), 163. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i3.164>
- P. Julius F, Nagel, A. S. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Makanan Minuman Di Surabaya. Prosiding Hubisintek, 5-6. <https://www.ojs.uib.ac.id/index.php/Hubisintek/article/view/1484/1138>
- Purnomo, A. (2020). Teori Kewirausahaan Destruksi Kreatif: Penghancuran Cara Lama untuk Jalan Baru. AdBispreneur, 4(3), 207.
- Rachmat, Z., Baali, Y., Rukmana, A. Y., Wonua, A. R., Sudirjo, F., Handiman, U. T., Ekopriyono, A., & Irawan, I. A. (2023). Pengembangan pengembangan kewirausahaan kewirausahaan (Issue 8).
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP), 10(2), 167–181. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p167-181>
- Ratiah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 5(2), 152–163. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>
- Ravshanovna, R. D. (2023). Modern Competencies Of Future Entrepreneurs. Frontline Social Sciences and History Journal, 03(05), 67–70. <https://doi.org/10.37547/social-fsshj-03-05-09>
- Rosyad, S., & Priambodo, W. (2020). Pengembangan Sentra Industri UKM Krupuk Terasi Dalam Menghadapi Era New Normal: Studi Ukm Budi Jaya Makmur Di Desa Buden-Lamongan. Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 4(2), 284–287. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10537>
- Santoso, A., & Kurniawati, E. (2023). Pemberdayaan dan Partisipasi Perempuan

- Pengusaha Kecil Industri Kreatif Berorientasi Peningkatan Kinerja Pemasaran Berbasis Orientasi Pasar. *Jurnal Riptek*, 17(1), 43–60. <https://doi.org/10.35475/ripte.v17i1.198>
- Sephia, S., & Ardiansyah, T. (2023). Analisis Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kesuksesan Wirausaha Di Indonesia. 4(2), 2023.
- Sianipar, R. C. J., Kotel, P. A., & Pratama, A. P. (2024). Kinerja Industri Manufaktur pada Masa Pandemi Covid-19. *Parahyangan Economic Development Review*, 2(1), 16–28. <https://doi.org/10.26593/pedr.v2i1.7391>
- Silfia Ayu Utami, B. (2022). Model Pengembangan Desa Wisata Tamansari Banyuwangi sebagai Upaya Pemulihan Ekonomi Desa Pasca Pandemi Covid-19. *Oeconomicus Journal of Economics*, 7(1), 91–100. <https://doi.org/10.15642/oje.2022.7.1.91-100>
- Soriyani, H., & Harahap, N. (2022). Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di Desa Patumbak Kampung Kecamatan Patumbak Kabupaten Deli Serdang. *Value*, 2(2), 61–70. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.219>
- Sujarwadi, A., Ramdani, R., & Rustini, T. (2024). Peran Kewirausahaan dalam Mendorong Kesejahteraan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 2754–2758.
- Syallom, A. C., Meilinia, P. E., Putri, N. A., & Yasin, M. (2024). Pembuatan Desain Batik untuk Menjadi Ikon Desa yang Memfilosofikan Desa Padi. *Prosiding Patriot Mengabdi*, 3(1), 540–545.
- Victor & Shelly Nikita. (2022). Analisis Pengaruh Inovasi Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang di Asia Megamas Medan.
- Wahyuni, N. D., & Kusumasari, I. R. (2023). Peran Kreativitas Dan Inovasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Sandalku Handmade. *Journal of Community Service (JCOS)*, 1(3), 289–298. <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.621>
- Wilujeng, I. P., Zutiasari, I., Dhewi, T. S., Ratna, A., & Gandono, A. L. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Penerapan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Pengrajin Batik Tulis di Lingkungan Cungking , Kabupaten Banyuwangi , Provinsi Jawa Timur. 4(5), 1203–1212.
- Wira Syuhada. (2023). Strategi Peningkatan Kualitas PelakuUMKM di Kabupaten Bekasi. <https://doi.org/10.37366/jespb.v8i01.753>