



Pengaruh Kreativitas, Media Sosial, dan Keterampilan Berwirausaha terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Olahan Ikan Kecamatan Puger

Achmad Jamaludin^{1*}, Toni Herlambang², Wenny Murtaliningtyas³

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

Alamat: Gumuk Kerang, Karangrejo, Kec. Sumber Sari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68124

Korespondensi penulis: jamludinjamal39@gmail.com

Abstract. *Fish processing MSMEs in Puger District, Jember Regency, have great potential to develop amidst the increasingly tight competition in the local food industry. However, many business actors still face challenges in maintaining and improving their competitiveness. This study aims to analyze the influence of creativity, social media, and entrepreneurial skills on the competitive advantage of fish processing MSMEs in the region. The research method used is a quantitative approach with multiple linear regression analysis techniques. Data were collected by distributing questionnaires to MSME actors and analyzed using the SPSS program. The results of the study showed that the three independent variables of creativity, social media, and entrepreneurial skills have a significant effect on competitive advantage. This finding indicates that improvements in these three aspects can drive MSME competitiveness more optimally. However, its effectiveness is still hampered by limited resources, low digital literacy, and minimal access to training. Therefore, cross-sector synergy is needed to strengthen the capacity of MSME actors so that they are able to compete sustainably.*

Keywords: *Creativity, Social Media, Entrepreneurial Skills, Competitive Advantage.*

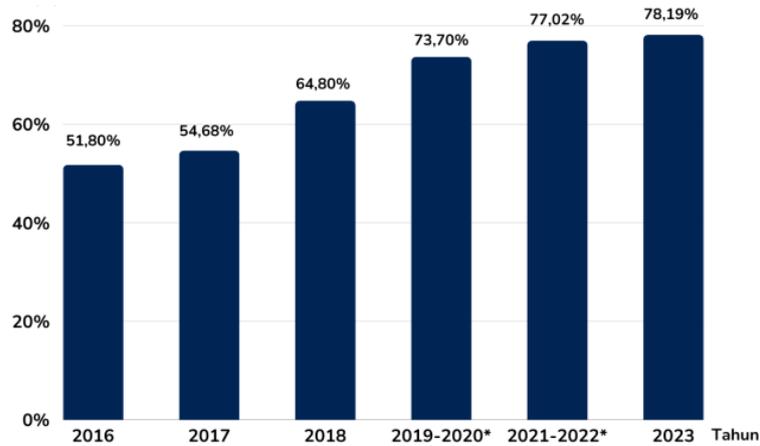
Abstrak. UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger, Kabupaten Jember, memiliki potensi besar untuk berkembang di tengah persaingan industri pangan lokal yang semakin ketat. Namun, masih banyak pelaku usaha yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di wilayah tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM dan dianalisis menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan dalam ketiga aspek tersebut dapat mendorong daya saing UMKM secara lebih optimal. Namun demikian, efektivitasnya masih terhambat oleh keterbatasan sumber daya, rendahnya literasi digital, dan minimnya akses pelatihan. Oleh karena itu, diperlukan sinergi lintas sektor untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM agar mampu bersaing secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kreativitas, Media Sosial, Keterampilan Berwirausaha, Keunggulan Bersaing.

1. LATAR BELAKANG

UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya di Indonesia di mana sektor ini menyumbang secara signifikan terhadap PDB dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar (S. Anggraeni & Muzdailfah, 2023). UMKM juga berfungsi sebagai solusi dalam mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah-daerah yang sulit dijangkau investasi besar. Namun, keberadaan UMKM masih menghadapi tantangan serius seperti keterbatasan modal, lemahnya kapasitas manajerial, dan akses terbatas terhadap teknologi serta informasi, sehingga menghambat daya saing mereka di tengah persaingan global (Ramadhan, 2025). Untuk itu, strategi penguatan melalui inovasi, pemanfaatan media sosial, dan peningkatan keterampilan kewirausahaan

menjadi sangat penting agar UMKM dapat memanfaatkan kemajuan teknologi, termasuk pesatnya penetrasi internet di Indonesia, sebagai peluang untuk memperkuat eksistensi dan daya saingnya di pasar lokal maupun internasional.



Sumber: <http://surl.li/hwuskf>

Gambar 1. Perkembangan Tingkat Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2016-2023

Gambar 1. menggambarkan peningkatan tajam penggunaan internet di Indonesia dari 51,80% pada 2016 menjadi 78,19% pada 2023, yang mencerminkan meluasnya akses digital di masyarakat. Tren ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan operasional, pemasaran, dan manajemen bisnis. Internet menjadi sarana penting bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, serta memanfaatkan platform seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi finansial guna memperkuat daya saing di tingkat lokal maupun global.

Rendahnya daya saing UMKM di Indonesia menjadi sorotan utama di tengah persaingan dengan produk impor yang lebih murah dan beragam. Lebih dari 60% UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, sehingga kesulitan menjangkau pasar luas (Darmayanti *et al.*, 2022), ditambah dengan minimnya inovasi produk dan kurangnya pelatihan kewirausahaan yang membuat sekitar 45% pelaku UMKM tidak memiliki kemampuan manajerial memadai (Fadhillah *et al.*, 2021). Di Jawa Timur, meskipun menjadi provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak, sekitar 40% pelaku usaha belum menggunakan media sosial secara efektif untuk pemasaran (Diana *et al.*, 2022), dan sebagian besar UMKM masih menghasilkan produk yang kurang inovatif (Ayu *et al.*, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi digital, kreativitas, dan keterampilan kewirausahaan sangat penting untuk memperkuat daya saing UMKM baik di tingkat nasional maupun daerah.

Keunggulan bersaing menjadi fondasi penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat, terutama dengan banyaknya produk impor yang

lebih variatif. Menurut (Fatimah *et al.*, 2020), keunggulan ini dapat dibentuk melalui inovasi produk, efisiensi operasional, serta adaptasi terhadap perubahan pasar. Kreativitas turut menjadi elemen kunci dalam menciptakan produk yang unik dan menarik, serta memperkuat strategi pemasaran, terutama melalui media sosial (Alimuddin *et al.*, 2023). Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok memungkinkan UMKM menjangkau pasar lebih luas dengan biaya rendah, serta membangun hubungan personal dengan konsumen (Dwinov *et al.*, 2024). Selain itu, keterampilan berwirausaha, termasuk manajemen keuangan dan strategi bisnis, sangat menentukan keberhasilan jangka panjang UMKM di tengah dinamika pasar yang terus berubah (Mardikaningsih, 2023). Kolaborasi antara kreativitas, digitalisasi, dan kapabilitas wirausaha menjadi strategi terpadu untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan bersaing UMKM, seperti studi (Abrori, 2024) yang menunjukkan bahwa inovasi produk secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM sektor makanan olahan, serta penelitian (Bowo, 2024) yang menekankan peran media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi konsumen. (Ridwansyah & Anggraeni, 2023) menyoroti pentingnya keterampilan berwirausaha, termasuk manajemen keuangan dan pengambilan keputusan, sebagai penopang utama keberlanjutan usaha. Namun, sebagian besar penelitian tersebut masih mengkaji ketiga aspek ini secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menawarkan pendekatan yang lebih holistik, yakni mengintegrasikan kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha sebagai strategi terpadu dalam membangun keunggulan bersaing UMKM secara berkelanjutan.

Kecamatan Puger di Kabupaten Jember memiliki potensi besar sebagai sentra UMKM olahan ikan berkat kekayaan sumber daya perikananannya. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih bergantung pada metode tradisional dalam produksi dan pemasaran, dengan 55% di antaranya belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal menurut data Dinas Perikanan Jember. Produk yang dihasilkan pun umumnya masih konvensional dan minim inovasi, seperti ikan asin dan kerupuk ikan, sehingga kurang mampu bersaing dengan daerah lain yang telah menghadirkan olahan inovatif seperti frozen food atau makanan ringan berbasis ikan. Berdasarkan observasi peneliti diketahui bahwa 65 unit UMKM olahan ikan di Puger, yang menunjukkan penyebaran luas pelaku usaha namun belum diimbangi dengan strategi pemasaran dan inovasi yang kuat. Oleh karena itu, penelitian ini

bertujuan menganalisis pengaruh kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha terhadap keunggulan bersaing UMKM di sektor ini. Dengan pendekatan strategis yang mengintegrasikan ketiga faktor tersebut, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas, memperluas pasar, dan memperkuat peran ekonomi lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide orisinal, relevan, dan bernilai dalam konteks tertentu, yang mencakup aspek individu, proses, dan lingkungan (Tuzzahrok & Murniningsih, 2021). Dalam dunia kewirausahaan, kreativitas tidak hanya dinilai dari ide baru, tetapi juga dari kemampuan untuk mengimplementasikannya menjadi solusi inovatif (Gemina & Harini, 2021). Teresa Amabile menyebutkan bahwa kreativitas dalam kewirausahaan dipengaruhi oleh keahlian, proses berpikir kreatif, dan motivasi intrinsik sebagai komponen utama yang saling melengkapi dalam menciptakan inovasi yang berdaya saing tinggi (Ramadhan, 2025).

Media Sosial

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan partisipasi aktif, interaksi dua arah, dan penciptaan konten oleh pengguna, dengan kemampuan untuk memperluas jejaring sosial dan mempercepat penyebaran informasi (Fadhillah et al., 2021). Dalam konteks bisnis, media sosial dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas merek dan membangun hubungan pelanggan secara langsung dan efisien (Darmayanti et al., 2022). Teori Uses and Gratifications dari Blumler dan Katz (1974) memperkuat pemahaman bahwa pengguna menggunakan media sosial untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti hiburan, informasi, dan ekspresi diri.

Keterampilan Berwirausaha

Keterampilan berwirausaha mencakup kemampuan teknis, manajerial, dan interpersonal yang memungkinkan individu mengelola usaha secara efektif serta beradaptasi terhadap perubahan pasar (P. Julius F, Nagel, 2021). Menurut (Darmayanti et al., 2022), keterampilan ini meliputi kemampuan mengenali peluang, mengalokasikan sumber daya, dan berinovasi dalam menciptakan nilai. Theory of Effectuation dari Sarasvathy (2001) menekankan pentingnya kemampuan adaptasi, pengambilan risiko yang terukur, dan tindakan proaktif dalam menciptakan bisnis yang tangguh dan berkelanjutan.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai lebih yang sulit ditiru oleh pesaing, melalui strategi biaya rendah, diferensiasi, atau fokus pasar (Arifin et al., 2019). Dalam pendekatan Resource-Based View, Jay Barney menyatakan bahwa keunggulan ini diperoleh dari sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisasi dengan baik (Ernawati et al., 2022). Elemen seperti inovasi, efisiensi operasional, dan kualitas produk menjadi indikator penting dalam membangun keunggulan yang berkelanjutan di tengah persaingan global.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji hipotesis melalui pengukuran variabel-variabel dengan data numerik dan teknik analisis statistik. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menganalisis hubungan antara variabel independent kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha terhadap variabel dependen, yaitu keunggulan bersaing, secara objektif dan terstruktur (Sugiyono, 2019). Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal, dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner dan data sekunder dari dokumen resmi serta literatur akademik. Populasi penelitian mencakup 65 UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger, dan seluruh populasi dijadikan sampel dengan teknik *total sampling* (Sugiyono, 2021), guna memastikan keterwakilan penuh dan menghindari bias. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5, serta dokumentasi untuk melengkapi analisis. Data kemudian diolah melalui tahap editing, tabulasi, dan dianalisis dengan bantuan SPSS versi 27.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen benar-benar mampu mengukur indikator yang sesuai, dengan membandingkan nilai *r hitung* terhadap *r tabel* pada tingkat signifikansi 5% (Ghozali, 2018). Jika nilai *r hitung* lebih besar, maka instrumen dinyatakan valid. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha*, di mana nilai di atas 0,6 menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang baik (Sugiyono, 2018). Dengan tahapan ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh dari kuesioner bersifat akurat dan konsisten untuk dianalisis lebih lanjut. Metode dan tahapan yang digunakan ini mendukung validitas hasil penelitian serta memberikan kontribusi

signifikan terhadap pengembangan teori dan praktik dalam peningkatan daya saing UMKM melalui kreativitas, pemanfaatan media sosial, dan keterampilan kewirausahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecamatan Puger di Kabupaten Jember merupakan wilayah pesisir yang kaya akan potensi ekonomi, khususnya di sektor perikanan dan industri olahan ikan, dengan hasil tangkapan laut yang melimpah dan dukungan infrastruktur seperti pelabuhan dan tempat pelelangan ikan. Keunggulan geografis ini mendorong tumbuhnya UMKM yang memproduksi berbagai olahan ikan, seperti ikan asin, kerupuk ikan, dan abon, yang menjadi sumber penghidupan utama masyarakat. Namun, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam hal inovasi produk, keterampilan manajerial, dan pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran digital. Banyak pelaku usaha masih menggunakan metode produksi konvensional tanpa diversifikasi, serta belum mengoptimalkan platform digital seperti Instagram atau marketplace untuk menjangkau pasar lebih luas. Rendahnya literasi kewirausahaan juga menyebabkan lemahnya perencanaan bisnis, pencatatan keuangan, dan strategi penetapan harga. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh kreativitas, pemanfaatan media sosial, dan keterampilan berwirausaha terhadap keunggulan bersaing UMKM di Puger. Diharapkan, integrasi ketiga faktor tersebut dapat meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta memperkuat posisi Kecamatan Puger sebagai pusat industri olahan hasil laut yang inovatif dan kompetitif di tingkat nasional.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		65	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	3.18064363	
Most Extreme Differences	Absolute	.049	
	Positive	.045	
	Negative	-.049	
Test Statistic		.049	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.965	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.960
		Upper Bound	.969
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data Olahan SPSS (2025)

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dilakukan untuk menilai apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal, dan hasilnya menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05, yang menandakan tidak terdapat perbedaan signifikan antara distribusi data dan distribusi normal. Selain itu, nilai Test Statistic yang rendah sebesar 0.049 serta Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0.965, yang berada dalam rentang kepercayaan 99% (0.960–0.969), semakin mengonfirmasi bahwa residual memenuhi asumsi normalitas. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi validitas model regresi, karena distribusi residual yang normal memastikan bahwa estimasi parameter tidak bias, serta memungkinkan penggunaan teknik statistik inferensial yang lebih akurat. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk menguji pengaruh kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha terhadap keunggulan bersaing, serta dapat memberikan hasil yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Tabel 2. Uji Multikolinieritas

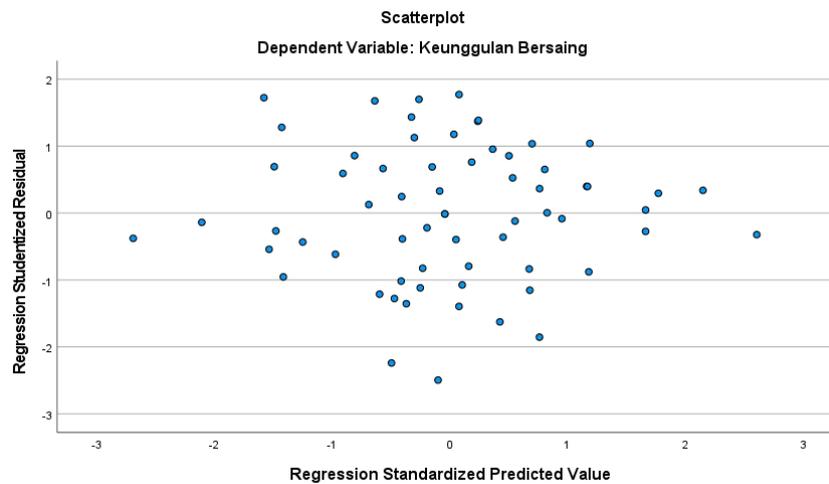
Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	30.221	3.227		9.366	.000			
Kreativitas	-.369	.141	-.318	-2.610	.011	.741	1.350	
Media Sosial	-.467	.117	-.449	-3.975	.000	.860	1.163	
Keterampilan Berwirausaha	-.609	.125	-.595	-4.874	.000	.737	1.357	

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data Olahan SPSS (2025)

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan tidak adanya hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai VIF antara 1.163 hingga 1.357 dan nilai tolerance di atas 0.1, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antara kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha. Hal ini berarti masing-masing variabel independen dapat berfungsi sebagai prediktor yang berdiri sendiri tanpa memengaruhi satu sama lain secara signifikan, sehingga model regresi yang digunakan dinyatakan stabil dan andal. Dengan demikian, model

regresi ini layak digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keunggulan bersaing UMKM di Kecamatan Puger.



Sumber: Data Olahan SPSS (2025)

Gambar 2. Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan antar pengamatan. Berdasarkan Gambar 4.5 Scatterplot, titik-titik residual tampak tersebar secara acak di sekitar angka nol tanpa membentuk pola tertentu, seperti menyebar lebar, menyempit, atau melengkung. Pola sebaran ini menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas, yang berarti model memenuhi asumsi homoskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dapat dianggap valid dan estimasi parameter yang dihasilkan tidak bias. Hal ini memperkuat keandalan analisis terhadap pengaruh kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.221	3.227		9.366	.000
	Kreativitas	-.369	.141	-.318	-2.610	.011
	Media Sosial	-.467	.117	-.449	-3.975	.000
	Keterampilan Berwirausaha	-.609	.125	-.595	-4.874	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data Olahan SPSS (2025)

Berdasarkan analisis regresi linier berganda dalam Tabel 3, diperoleh persamaan $Y = 30.221 - 0.369X_1 - 0.467X_2 - 0.609X_3$, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independen kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha berpengaruh negatif dan

signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel, jika tidak dikelola secara optimal, justru dapat menurunkan daya saing. Kreativitas yang tidak diiringi strategi pemasaran yang matang (Sig. 0.011), penggunaan media sosial yang kurang tepat (Sig. 0.000), serta keterampilan berwirausaha yang masih lemah (Sig. 0.000) semuanya berkontribusi negatif terhadap keunggulan bersaing UMKM. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk tidak hanya mengembangkan ketiga aspek tersebut secara terpisah, melainkan mengintegrasikannya dengan pendekatan yang strategis dan berbasis kebutuhan pasar agar dampaknya positif terhadap pertumbuhan dan daya saing usaha.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.221	3.227		9.366	.000
	Kreativitas	-.369	.141	-.318	-2.610	.011
	Media Sosial	-.467	.117	-.449	-3.975	.000
	Keterampilan Berwirausaha	-.609	.125	-.595	-4.874	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber: Data Olahan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji t parsial, ketiga variabel independent kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger, namun dengan arah pengaruh negatif, yang menandakan bahwa pengelolaan yang kurang tepat terhadap ketiga variabel tersebut dapat menurunkan daya saing usaha:

1. Kreativitas (X1): Berpengaruh signifikan (Sig. 0.011) dengan koefisien negatif -0.369, yang menunjukkan bahwa tanpa strategi inovasi dan pemasaran yang sesuai pasar, kreativitas justru dapat menurunkan daya saing.
2. Media Sosial (X2): Signifikan (Sig. 0.000) dengan koefisien -0.467, yang berarti pemanfaatan media sosial yang tidak efektif atau tidak strategis dapat berdampak buruk pada visibilitas dan engagement produk.
3. Keterampilan Berwirausaha (X3): Sangat signifikan (Sig. 0.000) dengan koefisien -0.609, menandakan bahwa rendahnya kemampuan manajerial dan pengambilan keputusan bisnis dapat menjadi hambatan besar dalam meningkatkan daya saing.

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.831	.898	3.25792
a. Predictors: (Constant), Keterampilan Berwirausaha, Media Sosial, Kreativitas				
b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing				

Sumber: Data Olahan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil analisis dalam Tabel 5, diperoleh nilai R Square sebesar 0.831, yang menunjukkan bahwa 83.1% variasi dalam keunggulan bersaing UMKM dapat dijelaskan oleh variabel kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha, sementara sisanya 16.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.898 mengonfirmasi bahwa model regresi memiliki kekuatan prediktif yang tinggi tanpa memerlukan penambahan variabel baru. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap daya saing UMKM di Kecamatan Puger, meskipun pelaku usaha tetap perlu memperhatikan faktor eksternal lain seperti regulasi, kondisi pasar, dan perilaku konsumen guna menjaga keberlanjutan usaha.

Pembahasan

Pengaruh Kreativitas (X1) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) UMKM Olahan Ikan Kecamatan Puger

Penelitian ini menegaskan bahwa kreativitas memegang peran signifikan dalam membentuk keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger. Meskipun nilai koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa kreativitas yang tidak dikelola dengan baik dapat berpotensi menurunkan daya saing, justru hal ini membuka pemahaman baru bahwa pentingnya arah dan penerapan kreativitas yang tepat sangat menentukan. Beberapa pelaku UMKM yang mengembangkan variasi produk baru atau mengemas ulang produk dengan cara yang menarik belum sepenuhnya berhasil memaksimalkan potensi pasarnya. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan literasi digital dan minimnya akses terhadap sumber daya penunjang inovasi. Jika kreativitas tidak didukung oleh strategi pemasaran yang tepat dan pemahaman terhadap kebutuhan pasar, maka potensi tersebut akan sulit memberi dampak terhadap peningkatan daya saing.

Dalam konteks praktisnya, kreativitas terbukti menciptakan peluang diferensiasi produk yang dibutuhkan untuk menarik perhatian pasar yang kompetitif. Temuan ini diperkuat oleh hasil studi sebelumnya seperti (Faidah, 2024) yang menyatakan bahwa kreativitas dalam inovasi produk dan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing

UMKM. Begitu pula (Tamara et al., 2024) menunjukkan bagaimana kreativitas dalam desain, bahan baku, serta konten promosi digital mampu memberi keunggulan kompetitif yang signifikan. Namun, seperti yang juga ditemukan dalam penelitian ini, kendala seperti keterbatasan sumber daya, pelatihan yang tidak merata, dan kurangnya dukungan kelembagaan menghambat optimalisasi kreativitas pelaku usaha. Dengan demikian, pengembangan kreativitas perlu diintegrasikan dengan dukungan ekosistem kewirausahaan yang lebih matang agar bisa memberikan pengaruh yang nyata bagi keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger.

Pengaruh Media Sosial (X2) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) UMKM Olahan Ikan Kecamatan Puger

Media sosial terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan, pemanfaatan yang kurang optimal justru bisa memberikan dampak negatif. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang strategi digital marketing, sehingga penggunaannya hanya sebatas unggahan produk tanpa memperhatikan interaksi yang berkelanjutan. Padahal, media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok dapat dimanfaatkan untuk membangun loyalitas konsumen, menyebarkan informasi produk, serta menciptakan citra merek yang kuat. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan kapasitas dalam mengelola media sosial secara profesional agar keberadaan digital mereka dapat memberi dampak nyata bagi peningkatan daya saing.

Penelitian ini diperkuat oleh hasil studi (Ayu et al., 2024) yang menunjukkan pentingnya pemanfaatan strategi konten, fitur interaktif, dan pendekatan teknologi dalam meningkatkan efektivitas pemasaran melalui media sosial. Dalam penelitian-penelitian tersebut, pemanfaatan media sosial secara strategis mampu meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM. Akan tetapi, seperti halnya dalam konteks Kecamatan Puger, masih banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan fitur iklan berbayar, sistem analitik, atau pendekatan promosi berbasis data secara maksimal. Temuan ini menunjukkan adanya peluang pengembangan kapasitas digital yang masih terbuka lebar. Diperlukan pelatihan khusus yang berorientasi pada praktik pemasaran digital agar pelaku UMKM tidak hanya hadir di media sosial, tetapi mampu menciptakan pengaruh nyata terhadap posisi bersaing usaha mereka di pasar yang semakin digital.

Pengaruh Keterampilan Berwirausaha (X3) terhadap Keunggulan Bersaing (Y) UMKM Olahan Ikan Kecamatan Puger

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterampilan berwirausaha memainkan peranan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger. Namun, nilai koefisien regresi yang negatif mengindikasikan bahwa rendahnya keterampilan ini justru bisa menjadi faktor penghambat keberhasilan usaha. Banyak pelaku UMKM di Kecamatan Puger yang masih mengelola usaha secara tradisional dan belum memiliki strategi manajemen usaha yang baik. Minimnya pencatatan keuangan, lemahnya pengambilan keputusan bisnis, serta ketidaktahuan dalam mengelola risiko menjadi tantangan utama. Dalam situasi seperti ini, keterampilan kewirausahaan tidak cukup hanya pada niat menjalankan usaha, tetapi juga harus didukung oleh kompetensi teknis dan manajerial yang memadai agar dapat meningkatkan daya saing di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Penelitian ini sejalan dengan temuan (P. Julius F, Nagel, 2021), yang semuanya menekankan pentingnya kapasitas manajerial, inovasi, dan pelatihan kewirausahaan dalam memperkuat posisi UMKM di pasar. Dalam studi-studi tersebut, pelatihan dan pendampingan terbukti mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola bisnis secara efektif. Akan tetapi, seperti yang ditemukan di Kecamatan Puger, keterbatasan dalam akses pelatihan dan minimnya dukungan kelembagaan menjadi kendala besar. Oleh karena itu, untuk mendorong peningkatan keterampilan berwirausaha, perlu ada kolaborasi yang kuat antara pemerintah daerah, akademisi, dan lembaga pendukung UMKM guna menyediakan program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Dengan begitu, pelaku UMKM tidak hanya dapat bertahan tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan dan bersaing secara kompetitif di pasar olahan ikan yang semakin berkembang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kreativitas, media sosial, dan keterampilan berwirausaha memberikan kontribusi signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha untuk menghasilkan produk yang unik dan bernilai tambah, sementara media sosial membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat hubungan dengan konsumen melalui promosi digital. Di sisi lain, keterampilan berwirausaha memegang peran krusial dalam mengelola bisnis secara strategis dan berkelanjutan. Meski ketiga faktor ini saling melengkapi dalam mendorong daya saing UMKM, kenyataan di lapangan

menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha di Kecamatan Puger masih menghadapi keterbatasan dalam penerapan ketiganya secara optimal, terutama terkait rendahnya literasi digital, kurangnya pelatihan kewirausahaan, serta minimnya pemanfaatan kreativitas dalam inovasi produk.

Peningkatan keunggulan bersaing UMKM memerlukan sinergi berkelanjutan dari berbagai pihak, baik dari pelaku usaha sendiri, pemerintah, akademisi, maupun sektor swasta. Upaya yang dapat dilakukan mencakup pelatihan inovasi produk, pendampingan digital marketing, dan edukasi kewirausahaan yang aplikatif. Pemerintah daerah perlu menciptakan ekosistem bisnis yang mendukung pertumbuhan UMKM, sementara perguruan tinggi dapat memfasilitasi pengabdian masyarakat melalui pendampingan usaha serta program inkubasi bisnis berbasis riset. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti kualitas pelayanan atau adopsi teknologi agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM. Dengan langkah strategis dan kolaboratif, UMKM olahan ikan di Kecamatan Puger memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi penggerak utama perekonomian lokal yang tangguh dan kompetitif.

DAFTAR REFERENSI

- Abrori, I. (2024). Pendampingan peningkatan produktivitas UMKM melalui efisiensi dan diferensiasi produk Poo Donuts. *Community Development Journal*, 5(6), 12145–12153.
- Alimuddin, H., Abdullah, A., & Razak, F. (2023). Pelatihan digital marketing untuk meningkatkan daya saing produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal IPMAS*, 3(3), 174–182. <https://doi.org/10.54065/ipmas.3.3.2023.361>
- Anggraeni, S., & Laily, M. (2023). The role of trust in digital technology in mediating between creativity and innovative behavior towards competitive advantage: Studies in the coastal area of Sedati Sub-district. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 4279–4289. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Arifen, S. R., Purwanty, V. D., & Suci, D. A. (2019). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59–66.
- Ayu, A., Putri, M., Winahyu, P., & Umamy, S. H. (2024). Pengaruh kreativitas, penggunaan media sosial dan pemanfaatan e-commerce terhadap keberhasilan wirausaha pada UMKM Manik-Manik Balung Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 14(2), 63–70.

- Bowo, F. A. (2024). Systematic literature review: Menyelami pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen di sektor usaha kecil. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 909–921.
- Darmayanti, S., Putri, N. R., Febriyanti, F. R., Listiawan, E., Chandra, V. A., & Putra, R. B. (2022). Penerapan sistem pemasaran media sosial dan kreativitas terhadap keunggulan bersaing pada UMKM Bintang Nauli Boneka. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2(1), 291–300. <https://doi.org/10.31004/innovative.v2i1.3427>
- Diana, D., Hakim, L., & Fahmi, M. (2022). Analisis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 67–74. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.67-74>
- Dwinov, T., Ramitha, A., Siregar, A., & Cahyadi, W. (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.
- Ernawati, E., Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan keunggulan kompetitif UMKM melalui strategi orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2), 144–153. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i2.1338>
- Fadhillah, Y., Yacob, S., & Lubis, T. A. (2021). Orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan media sosial terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai intervening pada UKM di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12175>
- Faidah, A. N. (2024). Pengaruh kreativitas, inovasi produk, dan kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha (Studi pada industri UMKM kain Sasirangan di Kota Banjarmasin). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(2).
- Fatimah, F., Tyas, W. M., Widyabakti, M. A., & Ma'rifah, N. (2020). Manajemen inovasi bernafaskan Islam melalui analisis SWOT pada UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 57–64. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3534>
- Gemina, D., & Harini, S. (2021). Keberhasilan usaha industri mikro kecil menengah makanan ringan. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 2021(1), 99–110.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Undip.
- Julius, F. P., & 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>
- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi inovasi dan pemasaran media sosial untuk meningkatkan keunggulan. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67. <https://jurnal.stiamak.ac.id/index.php/jbh/article/view/101/85>

- Ramadhan, I. A. (2025). Pengaruh kreativitas digital dan self-efficacy terhadap competitive advantage dimediasi opportunity pada produk UMKM yoghurt di Bandung Timur. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 3891–3909.
- Ridwansyah, Y. S., & Anggraeni, E. (2023). Analisis manajemen keuangan dan pembiayaan pada pengembangan kewirausahaan dan UMKM di Pekon Snar Petir. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Tamara, R., Wiryawan, D., & Nabila, N. I. (2024). Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan kreativitas terhadap pengembangan usaha pada UMKM binaan Siger Innovation Hub. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 897–913.
- 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>