

Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Kreativitas terhadap Keberlangsungan UMKM di Bundaran Tugu Keris Pekanbaru

Febricho Sianturi¹ Henny Indrawati² Fenny Trisnawati³

Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Riau, Pekanbaru, Riau, Indonesia^{1,2,3}

Email: febricho.sianturi5604@student.unri.ac.id¹ henny.indrawati@lecturer.unri.ac.id²
fenny.trisnawati@lecturer.unri.ac.id³

Abstrak

UMKM di Bundaran Tugu Keris, Pekanbaru mengalami penurunan dalam beberapa tahun terakhir, salah satu penyebabnya adalah persaingan yang semakin ketat, sehingga menuntut wirausahawan untuk memiliki motivasi dan juga kreativitas agar dapat mempertahankan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana motivasi berwirausaha dan kreativitas mempengaruhi keberlangsungan UMKM. Seluruh UMKM di Bundaran Tugu Keris, Pekanbaru merupakan populasi penelitian ini, yaitu 39 UMKM. Sedangkan sampel penelitian berjumlah 35 UMKM. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yang ditetapkan dengan kriteria sampel yaitu UMKM sudah berjalan lebih dari satu tahun. Analisis regresi linear berganda dan analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan, baik secara simultan maupun parsial, motivasi berwirausaha dan kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan UMKM. Jika pelaku bisnis memiliki motivasi berwirausaha dan kreativitas yang tinggi, maka dapat menjaga keberlangsungan UMKM.

Kata Kunci: Keberlangsungan UMKM, Motivasi Berwirausaha, Kreativitas



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, sebagaimana terlihat dari kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) negara (Aulia *et al.*, 2023). Namun, semakin banyak keberadaan UMKM dapat menimbulkan persaingan (Faizah dan Suib, 2019), termasuk UMKM di Bundaran Tugu Keris, Pekanbaru. Hal ini memberikan tantangan bagi pelaku UMKM dalam membuat usahanya bisa diminati banyak pengunjung agar produknya menjadi opsi utama yang dibeli (Ollivia *et al.*, 2025), bahkan pengunjung akan melakukan pembelian ulang jika merasa puas terhadap produk usaha tersebut (Safitri *et al.*, 2024), sehingga usahanya tetap berjalan atau terjaga keberlangsungannya. Keberlangsungan usaha dapat dipahami sebagai kondisi dimana usaha mampu bertahan dan terus berjalan (Prasetya *et al.*, 2025). Di sisi lain, adanya wisata kuliner baru yang berada tidak jauh dari Bundaran Tugu Keris, yaitu Madani *Street Food* di Jalan Cut Nyak Dien membuat persaingan menjadi semakin ketat sehingga bisa mengancam keberlangsungan UMKM di Bundaran Tugu Keris. Informasi ini diperoleh dari pra-survey yang dilakukan pada hari Sabtu, 13 Juli 2024 di Bundaran Tugu Keris. Pada tahun 2020 terdapat 50 UMKM di Bundaran Tugu Keris (Samsidar, 2021). Namun, berdasarkan pra-survei pada hari Sabtu, 18 Oktober 2025, jumlahnya ada 39, yang berarti terjadi penurunan jumlah UMKM dalam lima tahun terakhir. Keberlangsungan UMKM di Bundaran Tugu Keris tidak bisa diabaikan karena dampaknya yang luas. Jika banyak UMKM di kawasan tersebut yang tutup, maka akan banyak yang kehilangan pekerjaan, sehingga menambah jumlah pengangguran dan dampaknya tidak baik untuk perekonomian daerah (Rianda, 2020). Oleh karena itu, pelaku UMKM di Bundaran Tugu Keris perlu menjaga keberlangsungan usahanya.

Motivasi berwirausaha menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan UMKM. Menurut Nagel dan Suhartatik (2021), pelaku usaha yang memiliki motivasi akan bekerja semaksimal mungkin. Begitu juga dengan Sari *et al.* (2022) yang menyampaikan bahwa pelaku UMKM yang memiliki motivasi tinggi akan lebih bersemangat dalam merintis, menjalankan, serta mengembangkan usahanya, sehingga usaha tersebut dapat bertahan dalam jangka panjang. Selain motivasi, kreativitas juga menjadi faktor penting dalam keberlangsungan UMKM. Kemampuan pelaku UMKM menghasilkan ide-ide baru menjadi nilai tambah untuk dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat (Al-Dawiyah dan Sugianto, 2023). Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha dan kreativitas terhadap keberlangsungan UMKM. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan ilmiah dan memberikan manfaat dalam memahami makna motivasi berwirausaha dan kreativitas pada keberlangsungan UMKM. Manfaat praktis bagi pemilik UMKM, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam upaya peningkatan motivasi berwirausaha dan kreativitas pelaku usaha untuk keberlangsungan UMKM. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya dan digunakan sebagai acuan dalam memecahkan masalah yang ada kaitannya dengan penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan dilakukan di Bundaran Tugu Keris, Pekanbaru, pada bulan November 2025 hingga Februari 2026. Populasi penelitian terdiri dari 39 UMKM, sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria, yaitu UMKM yang telah menjalankan usahanya selama minimal satu tahun, sehingga diperoleh 35 UMKM sebagai sampel penelitian. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu motivasi berwirausaha dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, baik secara simultan maupun parsial.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan data keberlangsungan UMKM, motivasi berwirausaha dan kreativitas. Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner penelitian yang mencakup 3 indikator. Hasil analisis deskriptif variabel-variabel tersebut direkap pada Tabel 1. Selain itu, distribusi frekuensi keberlangsungan UMKM dapat dilihat pada Tabel 2, motivasi berwirausaha pada Tabel 3, dan kreativitas pada Tabel 4.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-Rata (<i>Mean</i>)
Keberlangsungan UMKM	36,91
Motivasi Berwirausaha	40,66
Kreativitas	35,40

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Variabel Keberlangsungan UMKM

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	37,8 – 45	Sangat Tinggi	13	37,1
2	30,6 – 37,8	Tinggi	18	51,4

3	23,4 – 30,6	Sedang	4	11,4
4	16,2 – 23,4	Rendah	-	-
5	9 – 16,2	Sangat Rendah	-	-
	Jumlah		35	100

Berdasarkan Tabel 2, keberlangsungan UMKM di Bundaran Tugu Keris berada pada kategori tinggi (51,4%) dengan rata-rata 36,91. Artinya, sebagian besar UMKM di Bundaran Tugu Keris berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan penjualan, bertambahnya jumlah pelanggan, dan perluasan media pemasaran. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa indikator peningkatan penjualan memiliki nilai paling tinggi.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi Berwirausaha

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	37,8 – 45	Sangat Tinggi	31	88,6
2	30,6 – 37,8	Tinggi	4	11,4
3	23,4 – 30,6	Sedang	-	-
4	16,2 – 23,4	Rendah	-	-
5	9 – 16,2	Sangat Rendah	-	-
	Jumlah		35	100

Pada Tabel 3, diketahui bahwa motivasi berwirausaha berada pada kategori sangat tinggi (88,6%) dengan rata-rata 40,66. Artinya, pelaku UMKM di Bundaran Tugu Keris memiliki dorongan kuat dalam menjalankan usahanya. Hal ini dapat dilihat dari adanya hasrat untuk berhasil dalam usaha yang dijalankan, adanya kebutuhan dalam berwirausaha, serta adanya tujuan di masa depan. Indikator dengan nilai paling tinggi adalah hasrat untuk berhasil.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Kreativitas

No	Interval	Kategori	Frekuensi	%
1	37,8 – 45	Sangat Tinggi	12	34,3
2	30,6 – 37,8	Tinggi	14	40
3	23,4 – 30,6	Sedang	9	25,7
4	16,2 – 23,4	Rendah	-	-
5	9 – 16,2	Sangat Rendah	-	-
	Jumlah		35	100

Berdasarkan Tabel 4, tingkat kreativitas pelaku UMKM di Bundaran Tugu Keris berada pada kategori tinggi (40%) dengan nilai rata-rata 35,40. Artinya, sebagian besar pelaku UMKM memiliki kreativitas yang tinggi dalam menjalankan usaha. Hal ini dapat dilihat dari kemampuan pelaku usaha menghasilkan hal baru (kebaruan), melihat peluang di masa depan (visioner), serta menemukan solusi atas permasalahan usaha (solutif).

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan setelah data memenuhi uji asumsi klasik. Beberapa asumsi klasik yang dilakukan harus menghasilkan data yang berdistribusi normal, linear, tidak adanya heteroskedastisitas, serta tidak terjadi multikolinearitas. untuk memastikan kelayakan data. Uji normalitas dilakukan dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* akan menampilkan nilai *Asymp. Sig.* pada hasil pengujiannya. Data dinyatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, apabila nilai yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas data motivasi berwirausaha, kreativitas, dan keberlangsungan UMKM dibuat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		35
Normal Parameters	Mean	,00
	Std. Deviation	4,062
Most Extreme Difference	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,064
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,081 dengan *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Uji linearitas difokuskan pada nilai *Deviation from Linearity*. Hubungan antar variabel dinyatakan linear jika nilai signifikansi *Deviation from Linearity* diatas 0,05, dan tidak linear jika dibawah 0,05. Hasil uji linearitas variabel bebas terhadap keberlangsungan UMKM dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Hasil Uji Linearitas

Uji Linearitas	Nilai Sig. Deviatin from Linearity
Motivasi Berwirausaha terhadap Keberlangsungan UMKM	0,103
Kreativitas terhadap Keberlangsungan UMKM	0,158

Berdasarkan Tabel 6, nilai signifikansi *Deviation from Linearity* motivasi berwirausaha terhadap keberlangsungan UMKM sebesar 0,103 atau lebih besar dari 0,05 dan kreativitas sebesar 0,158 juga lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara motivasi berwirausaha dan kreativitas dengan keberlangsungan UMKM bersifat linear. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode Glejser dengan melihat nilai signifikansi dari regresi variabel bebas terhadap nilai ABS (*Absolute Value*), yang diperoleh dari *unstandardized residual*. Jika nilai signifikansi diatas 0,05, maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi dibawah 0,05, maka terdapat gejala heteroskedastisitas. Hasil uji ini dapa dilihat pada pada Tabel 7.

Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas	Nilai Sig.
Motivasi Berwirausaha terhadap ABS (<i>Absolute Value</i>)	0,559
Kreativitas terhadap ABS (<i>Absolute Value</i>)	0,424

Berdasarkan Tabel 7, nilai signifikansi variabel motivasi berwirausaha sebesar 0,559 dan kreativitas sebesar 0,424. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Uji multikolinearitas difokuskan pada nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Colliearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Motivasi Berwirausaha	0,842	1,187
Kreativitas	0,842	1,187

Berdasarkan Tabel 8, nilai VIF untuk motivasi berwirausaha dan kreativitas masing-masing 1,187 atau lebih kecil dari 10, sedangkan nilai *tolerance* masing-masing sebesar 0,842 atau lebih besar dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel-variabel tersebut. Persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh motivasi berwirausaha dan kreativitas terhadap keberlangsungan UMKM. Hasil perhitungannya disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	Signifikan (F)	Signifikan (t)	R ²
Constanta	-4,486		0,658	
Motivasi Berwirausaha	0,736	0,000	0,010	0,397
Kreativitas	0,324		0,029	

Mengacu pada Tabel 9, dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut. $Y = -4,486 + 0,736X_1 + 0,324X_2$ Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila motivasi berwirausaha dan kreativitas bernilai nol, maka nilai keberlangsungan UMKM adalah -4,486. Nilai ini merupakan nilai awal keberlangsungan UMKM (Y) sebelum dipengaruhi oleh variabel motivasi berwirausaha (X_1) dan kreativitas (X_2). Nilai koefisien motivasi berwirausaha terhadap keberlangsungan UMKM sebesar 0,736, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada motivasi berwirausaha akan diikuti peningkatan keberlangsungan UMKM sebesar 0,736, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap. Sementara itu, nilai koefisien kreativitas sebesar 0,324, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada kreativitas diikuti dengan peningkatan keberlangsungan UMKM sebesar 0,324, dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap. Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan uji statistik F dan uji statistik t untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik F dilakukan untuk menilai pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan syarat nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan Tabel 9, nilai signifikansi F sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha (X_1) dan kreativitas (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

Uji statistik t dilakukan untuk menilai pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan ketentuan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan Tabel 9, motivasi berwirausaha (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,010 atau lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menjelaskan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM. Artinya, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh motivasi berwirausaha terhadap keberlangsungan UMKM diterima. Selain itu, kreativitas (X_2) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,029 atau lebih kecil dari 0,05. Maka, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM (Y). Artinya, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kreativitas terhadap keberlangsungan UMKM diterima. Tabel 9 juga menampilkan nilai R² sebesar 0,397 yang mengartikan bahwa motivasi berwirausaha dan kreativitas dalam penelitian ini mampu menjelaskan 39,7% variasi keberlangsungan UMKM di Bundaran Tugu Keris, sedangkan 60,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti penggunaan inovasi teknologi (Gimin *et al.*, 2024), promosi (Gultom *et al.*, 2025), strategi pemasaran (Alfarezza *et al.*, 2023) dan lain-lain.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Kreativitas terhadap Keberlangsungan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha dan kreativitas secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keberlangsungan UMKM. Dari hasil analisis

regresi linear berganda diketahui bahwa motivasi berwirausaha (X_1) memiliki koefisien beta yang paling besar dibandingkan kreativitas (X_2), yang berarti keberlangsungan UMKM (Y) lebih dominan dipengaruhi oleh motivasi berwirausaha. Pengaruh dominan motivasi berwirausaha menggambarkan bahwa usaha cenderung lebih mampu bertahan ketika pelaku usaha memiliki dorongan yang kuat dalam menjalankannya. Dorongan tersebut dilihat dari adanya hasrat untuk berhasil, kebutuhan dalam berwirausaha dan tujuan masa depan. Kreativitas juga memberikan kontribusi terhadap keberlangsungan UMKM, walaupun tidak sebesar variabel motivasi berwirausaha, yang terlihat dari kemampuan pelaku usaha menghasilkan hal baru atau berbeda dari yang telah ada sebelumnya, kemampuan melihat peluang usaha di masa depan, serta mampu menemukan solusi dari permasalahan usaha yang dialami. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi dapat menggerakkan pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya, sedangkan kreativitas pelaku usaha dapat memperkuat pertahanan usahanya dalam menghadapi persaingan. Menurut pernyataan Prasetya *et al.* (2025), keberlangsungan usaha merupakan kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang. Artinya, usaha tidak bisa bertahan secara instan, tetapi perlu didukung oleh upaya yang konsisten. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nagel dan Suhartatik (2021) yang menunjukkan bahwa motivasi dan kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Keberlangsungan UMKM

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, sehingga hipotesis diterima. Artinya, motivasi berwirausaha yang tinggi dapat menjaga keberlangsungan UMKM. Motivasi memunculkan rasa tanggung jawab sehingga pelaku usaha akan serius dalam menjalankan usahanya (Nurhayati *et al.*, 2023). Motivasi berwirausaha diindikasikan dengan adanya hasrat untuk berhasil yang mendorong pelaku UMKM untuk terus berupaya meningkatkan kinerja usahanya (Nagel dan Suhartatik, 2021). Perencanaan usaha merupakan salah satu bentuk upaya meningkatkan kinerja usaha (Indrawati, 2017). UMKM yang berhasil ialah cerminan dari konsistensi kondisi usaha tersebut (Zega *et al.*, 2023). Kebutuhan hidup juga mendorong pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya agar tetap berjalan. Selain itu, adanya tujuan masa depan juga memperkuat dorongan tersebut. Berbagai upaya akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai tujuan masa depan, misalnya dengan melakukan pemasaran digital, yang dimana hal ini dapat meningkatkan jangkauan pasar (Indrawati *et al.*, 2023), sehingga dapat menarik banyak pelanggan (Arrianda *et al.*, 2024), yang berdampak pada peningkatan penjualan dan hasilnya bisa berguna untuk kebutuhan sehari-hari dan diharapkan berguna juga untuk tujuan masa depan (Bunda *et al.*, 2024). Hasil penelitian ini sejalan dengan Prasetya *et al.* (2025) yang menemukan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keberlangsungan usaha.

Pengaruh Kreativitas terhadap Keberlangsungan UMKM

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM, sehingga hipotesis diterima. Hal ini berarti, semakin kreatif pelaku UMKM dalam menjalankan usaha, maka semakin mampu mempertahankan keberlangsungan UMKM. Kreativitas mendorong pelaku usaha untuk terus berkarya dan meningkatkan daya saing, sehingga usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga mampu bertahan dalam jangka panjang (Rafildo *et al.*, 2025). Kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan sesuatu yang baru, seperti menambah variasi produk yang dijual dan mengubah tampilan penyajian produk dapat meningkatkan

daya saing karena produk lebih berkualitas dan menarik minat pengunjung. Wati *et al.* (2025) memiliki pendapat yang sama dengan Marcella *et al.* (2024) yang menyampaikan bahwa produk berkualitas meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk. Pelaku UMKM yang mampu melihat peluang usaha di masa depan juga merupakan salah satu tanda kreativitas. Pelaku UMKM tidak hanya fokus pada kondisi usaha saat ini, tetapi juga mampu merencanakan sesuatu untuk jangka panjang, misalnya pemanfaatan inovasi teknologi. Meskipun urusan pendanaan menjadi hambatan pada inovasi teknologi, namun pelaku usaha tetap bisa menyediakan biaya inovasi teknologi secara mandiri jika ingin lebih mengembangkan usahanya yang dimana semua ini juga demi keberlangsungan usaha (Indrawati *et al.*, 2020). Kreativitas juga dilihat dari kemampuan pelaku usaha dalam menemukan solusi dari permasalahan yang dialami. Ketika menghadapi kesulitan, pelaku UMKM di Bundaran Tugu Keris tidak hanya menunggu keadaan berubah, tetapi berupaya mencari cara agar usaha tetap dapat terus berlangsung. Hasil penelitian ini didukung oleh Al-Dawiyah dan Sugianto (2023) serta Azzahra *et al.* (2021) yang mengemukakan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM. Artinya, motivasi berwirausaha yang tinggi dapat menjaga keberlangsungan UMKM. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM. Artinya, semakin kreatif pelaku UMKM dalam menjalankan usaha, maka semakin mampu mempertahankan keberlangsungan UMKM. Secara bersama-sama, motivasi berwirausaha dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan UMKM. Hal ini menunjukkan apabila pelaku UMKM memiliki motivasi dan kreativitas yang tinggi, maka akan semakin besar peluang usaha untuk tetap berlanjut atau tetap terjaga keberlangsungannya. Maka dari itu, penting bagi pelaku UMKM untuk memiliki motivasi dan kreativitas dalam menjalankan usaha. Selain itu, kontribusi variabel motivasi berwirausaha dan kreativitas terhadap keberlangsungan adalah sebesar 39,7%. Masih ada 60,3% kontribusi variabel yang lainnya, oleh karena itu peneliti selanjutnya bisa menambah variabel-variabel lain, seperti penggunaan inovasi teknologi, promosi, strategi pemasaran, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dawiyah, T., & Sugianto. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Usaha UMKM dalam Kerangka Maqashid Syariah. *Jurnal of Social Community*, 8(1), 472–489.
- Alfarezza, K., Indrawati, H., & Trisnawati, F. (2023). Strategi Pemasaran UMKM Keripik Tempe di Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 629–644.
- Arrianda, A., Indrawati, H., & Isjoni, M. Y. R. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Beta Coffee Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 14028–14036.
- Aulia, F., Indrawati, H., & Syabus, H. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Sampurna di Kabupaten Kampar. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 23(2), 291–302.
- Azzahra, C. I., Suyanto, & Darmayanti, E. F. (2021). Pengaruh Kreativitas, Modal Usaha, Diversifikasi Produk dan Kebijakan Pemerintah terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM (Studi pada UMKM Bidang Perdagangan di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 104–112.



- Bunda, W. P., Indrawati, H., & Isjoni, M. Y. R. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Volume Penjualan Usaha Bidang Kuliner. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13508–13513.
- Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019). UMKM dalam Persaingan di Era Globalisasi Ekonomi (Studi di UKM Hunay Probolinggo). *Upajiwa Dewantara*, 3(2), 127–135.
- Gimin, Caska, Indrawati, & Yasin. (2024). Technology Innovation to Improve SMEs Sustainability. *Journal of Science and Technology Policy Management*. Advance online publication
- Gultom, A. E., Indrawati, H., & Mujiono, M. (2025). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Aplikasi Gofood (Studi Kasus pada Mahasiswa PIPS FKIP Universitas Riau). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 11(1), 86–94.
- Indrawati, H. (2017). Micro and Small Enterprises (MSEs): What are the Best Indicators of Their Performance? *2nd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship*, 1(3), 309–314.
- Indrawati, H., Caska, & Suarman. (2020). Barriers to Technological Innovations of SMEs: How to Solve Them? *International Journal of Innovation Science*, 12(5), 545–564.
- Indrawati, H., Caska, Johan, V. S., & Gimin. (2023). Pemberdayaan UKM Jamur Sawit Krispi melalui Inovasi Pengemasan Produk dan Pemasaran Online. *Unri Conference Series: Community Engagement*, 5, 1–9.
- Marcella, N., Indrawati, H., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Bolu Kemojo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(12), 13463–13471.
- Nagel, P. J., & Suhartatik, A. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Makanan Minuman di Surabaya. *Seminar Nasional and Call For Paper HUBISINTEK*, 1024–1043.
- Nurhayati, S., Indrawati, H., & Asmit, B. (2023). Pengaruh Umur Usaha, Kualitas Produk, dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (UKM) Tahu dan Tempe di Kelurahan Bukit Batrem Kota Dumai. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 466–480.
- Ollivia, J., Mardiana, A., Sari, K., & Elaza, F. R. (2025). Peran Branding dalam Membangun Brand yang Kuat sebagai Langkah Strategis untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kecamatan Curug, Kab. Tangerang. *Jurnal Ekonomika & Bisnis (JEBS)*, 5(2), 498–503.
- Prasetya, I. D., Suharto, A., & Rusdiyanto. (2025). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi, dan Digital Marketing terhadap Keberlanjutan Usaha pada Kafe Shop di Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember. *Jurnal Simki Economic*, 8(2), 373–384.
- Rafildo, R., Indrawati, H., & Mujiono, M. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan E-commerce terhadap Daya Saing UMKM Konveksi di Kecamatan Tuah Madani. *Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata dan Pembelajaran Konseling*, 3(1), 354–360.
- Rianda, C. N. (2020). Analisis Dampak Pengangguran Berpengaruh terhadap Individual. *AT-TASYRI' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*, 12(1), 17–26.
- Safitri, R., Indrawati, H., & Isjoni, M. Y. R. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Mixue. *Managemen Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 6011–6023.
- Samsidar. (2021). *Pengaruh Usaha Kuliner Bundaran Keris Jalan Diponegoro Kota Pekanbaru terhadap Peningkatan Pendapatan Pedagang Kaki Lima*. Skripsi, Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Sari, S. H., Sumarno, & Suarman. (2022). Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Kepenuhan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(2), 516–535.



- Wati, R., Indrawati, H., & Syabrus, H. (2025). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada E-commerce (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Universitas Riau). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1455–1463.
- Zega, E. P. R. J., Indrawati, H., & Asmit, B. (2023). Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Lingkungan Eksternal pada Keberhasilan Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 6(1), 27–41.