

**PENGARUH KREATIVITAS, INOVASI, DAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM) TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA
PRODUK UMKM PEDAGANG BAKSO DI WILAYAH KM 12
PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



**Diajukan Oleh :
MUHAMMAD REZA FAHLEVI
NPM : 2201110152**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Reza Fahlevi
No Pokok/Npm : 2201110152
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media sosial
(instagram) Terhadap Keunggulan Bersaing Pada
Produk UMKM Pedagang Bakso Di Wilayah KM 12
Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 29-07-2026 Pembimbing 1 : Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si.
NIDN : 0012116501

Tanggal 29-07-2026 Pembimbing II : Muhammad Ridwan, SE., MM
NIDN : 0219116101

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 29-07-2026



Dr.Hj. Msy. Mikial, SE, M. Si.Ak.CA.CSRS
NIDN: 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 29-07-2026

Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si.
NIDN : 0226028303

052/PSIDFEB/2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Reza Fahlevi
No Pokok/Npm : 2201110152
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media sosial
(instagram) Terhadap Keunggulan Bersaing Pada
Produk UMKM Pedagang Bakso Di Wilayah KM 12
Palembang

Penguji Skripsi

Tanggal 29-07-2026.....Ketua Penguji : Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si.

NIDN 0012116501

Tanggal 29-07-2026.....Penguji II : Muhammad Ridwan, SE., MM.

NIDN : 0219116101

Tanggal 29-07-2026.....Penguji III : Dr. Diatmiko Noviantoro, S.E., M.Si.

NIDN : 0110117204

Mengetahui,

Dekan
Tanggal 29-07-2026


Dr. Hj. Msy. Mikial, SE, M. SLAk.CA.CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi
Tanggal 29-07-2026


Dr. Yolanda Vevbitha, S.E., M.Si.
NIDN : 0226028303

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Reza Fahlevi

No Pokok/Npm : 2201110152

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Juni 2026



Muhammad Reza Fahlevi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Seseorang hanya benar-benar kalah ketika ia memutuskan untuk menyerah, karena mimpi tidak akan pernah mati selama masih ada keberanian untuk mengejarnya, dan setiap perjuangan hari ini adalah langkah menuju mimpi yang dahulu hanya berani dibayangkan.”

Kupersembahkan kepada:

- Kedua Orang Tuaku
- Saudara dan Saudariku
- Diriku sendiri
- Pendidik dan Pembimbing
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Media Sosial (IG) terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk UMKM Pedagang Bakso Di Wilayah KM 12 Palembang ” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor Kreativitas, Inovasi, dan Media Sosial (IG) terhadap Keunggulan Bersaing, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen Kewirausahaan serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pelaku usaha dan pengelola yang lebih efektif.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, penyusunan penelitian ini tidak akan berjalan dengan baik. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini peneliti dengan kerendahan hati mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Edrizal AE, MS Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr.Hj. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak.CA.CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti..

4. Ibu Hj. Nina Fitriana, SE,M.Si. selaku Pembimbing I, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak muhammad Ridwan, SE., M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti yang sudah memberikan bantuan.
7. Kedua orang tuaku dan Saudara-saudari ku , serta keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan baik secara moral dan materil serta doa dan nasihat nasihat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik.

Akhir kata penulis mengucapkan, semoga semua bantuan yang diberikan secara moral dan material serta jerih payah yang telah diberikan dapat berguna dan memberi manfaat kepada penulis serta menjadi bantuan yang berkah dan akan mendapatkan pahala dan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Palembang, Juni 2026

Muhammad Reza Fahlevi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.	xii
ABSTRACT	xii
RIWAYAT HIDUP	xiv
BAB .I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB.II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Kreativitas	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Inovasi	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Media Sosial (Instagram)	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1 Keunggulan Bersaing	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berfikir	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB.III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 sumber data	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	Error! Bookmark not defined.

defined.

3.3.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sample.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Sampling	Error! Bookmark not defined.
3.4 Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5 Variabel dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.7.1 Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2 Uji Realibilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Analisis deskripsif statistik	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Analisis statistik inferensial	Error! Bookmark not defined.
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.1 Uji Normalitas Data	Error! Bookmark not defined.
3.9.10 Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

BAB.IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2. Hasil Uji Instrument Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.2. Hasil Uji Realiabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2. Hasil Analisis Statistik Inferensial.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3. Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
4.3.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas ...	Error! Bookmark not defined.
4.3.5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..	Error! Bookmark not defined.
4.3.6. Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.

defined.

defined.

defined.

defined.

4.3.7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi....**Error! Bookmark not defined.**

4.4. Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

4.4.1. Hasil Uji Simultan (Uji F)..... **Error! Bookmark not defined.**

4.4.2. Hasil Uji Parsial (Uji t) **Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... **Error! Bookmark not defined.**

5.2 Saran..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
1.1. Konsumen Pedagang Bakso Di Wilayah Km 12 Palembang Error! Bookmark not defined.	
2.1. Penelitian Yang Relevan	31
3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian	37
3.2. Konsumen di bulan April	40
3.3. Operasional Variabel	45
3.4. Skala Likert	50
3.5. Interpretasi Nilai (r)	55
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Error! Bookmark not defined.	
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Error! Bookmark not defined.	
4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas (X1) Error! Bookmark not defined.	
4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi (X2)..... Error! Bookmark not defined.	
4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (IG) (X3)..... Error! Bookmark not defined.	
4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y).. Error! Bookmark not defined.	
4.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X1). Error! Bookmark not defined.	
4.8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi (X2)..... Error! Bookmark not defined.	
4.9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial (IG) (X3)..... Error! Bookmark not defined.	
4.10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keunggulan Bersaing (Y).. Error! Bookmark not defined.	
4.11. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.

4.12. Hasil Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
4.13. Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
4.14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.15. Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi (r)	Error! Bookmark not defined.
4.16. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	Error! Bookmark not defined.
4.17. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	Error! Bookmark not defined.
4.18. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Berpikir	35
4.1. Uji Heteroskedastisitas	76

ABSTRAK

Muhammad Reza Fahlevi, Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media sosial (instagram) Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk UMKM Pedagang Bakso Di Wilayah KM 12 Palembang. Di bawah bimbingan Ibu Nina Fitriana, SE.,M. Si dan Bapak Muhammad Ridwan, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas, inovasi, dan media sosial (Instagram) terhadap keunggulan bersaing pada produk UMKM pedagang bakso di wilayah KM 12 Palembang, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM pedagang bakso di wilayah KM 12 Palembang sebanyak 6.595 konsumen, dengan jumlah sampel sebanyak 99 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan triangulasi. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kreativitas, inovasi, dan media sosial (Instagram) berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Bersaing. Secara parsial, hanya Kreativitas yang berpengaruh signifikan, sedangkan inovasi, dan media sosial (Instagram) tidak berpengaruh. Nilai koefisien determinasi (R^2)

sebesar 0,758 menunjukkan bahwa model menjelaskan 75,8% variasi Keunggulan Bersaing, sehingga Kreativitas menjadi faktor yang paling dominan.

*Kata Kunci : Kreativitas , Inovasi , Media Sosial , Keunggulan Bersaing ,
UMKM Pedagang Bakso.*

ABSTRACT

Muhammad Reza Fahlevi, "The Influence of Creativity, Innovation, and Social Media (Instagram) on the Competitive Advantage of Meatball Vendors in the KM 12 Area of Palembang." Under the guidance of Ms. Nina Fitriana, SE., M.Si., and Mr. Muhammad Ridwan, SE., MM.

This study aims to determine and analyze the influence of creativity, innovation, and social media (Instagram) on the competitive advantage of meatball vendors in the KM 12 area of Palembang, both simultaneously and partially. The research method used is a quantitative method with an associative approach. The population in this study were 6,595 consumers of meatball vendors in the KM 12 area of Palembang, with a sample size of 99 respondents determined using the Slovin formula. Data collection techniques were observation, interviews, questionnaires, documentation, and triangulation. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2) tests, F tests, and t tests using SPSS.

The results showed that creativity, innovation, and social media (Instagram) simultaneously had a significant effect on Competitive Advantage. Partially, only Creativity had a significant effect, while innovation and social media (Instagram) had no effect. The coefficient of determination (R^2) value of 0.758 indicates that the model explains 75.8% of the variation in Competitive Advantage, making Creativity the most dominant factor.

Keywords: Creativity, Innovation, Social Media, Competitive Advantage, UKMK meatball traders.

RIWAYAT HIDUP

MUHAMMAD REZA FAHLEVI dilahirkan di kota Sekayu pada tanggal 11 Desember 2000, merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Fairus Muis dan Ibu Epi Epriyanti.

Peneliti menyelesaikan pendidikan di SD MI Istiqomah Sekayu pada tahun 2012, kemudian Peneliti melanjutkan pendidikan di SMP IT Al-Furqon Palembang dan lulus pada tahun 2015. Peneliti lulus dari SMA 1 Sekayu pada tahun 2018. Peneliti kemudian melanjutkan pendidikan S1 pada tahun 2022 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, juli 2026

Penulis,

Muhammad Reza fahlevi

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada masa modern seperti pada zaman sekarang ini, orang bisa mengerjakan beraneka ragam aktivitas di dalam rumah maupun di dalam kantor tanpa perlu turun secara langsung menggunakan kendaraan lain dan berpanas-panasan di jalan. Dengan adanya teknologi internet, orang bisa mengerjakan banyak hal seperti bersosialisasi, bercakap-cakap dengan kawan jauh ataupun dekat, membaca buku, mendapat berbagai informasi, dan belanja menggunakan online. Perubahan teknologi sudah mengubah gaya interaksi dalam komunikasi dari face to face jadi screen to face. Hal ini yang mengakibatkan peningkatan pemakaian internet dan pemakaian media sosial di Indonesia yang berdampak atas meningkatnya minat belanja menggunakan online.

Perkembangan perekonomian di era globalisasi dan digitalisasi saat ini menunjukkan dinamika yang sangat cepat, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menjadi penggerak utama ekonomi daerah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM republik indonesia (2023), UMKM menyumbang lebih dari 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Hal ini

menunjukkan bahwa keberadaan UMKM sangat penting dalam mendukung stabilitas ekonomi.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan signifikan adalah sektor kuliner. Usaha kuliner memiliki prospek yang menjanjikan karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Di antara berbagai jenis usaha kuliner, usaha bakso menjadi salah satu yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia. Bakso dikenal sebagai makanan yang memiliki cita rasa khas, harga terjangkau, serta mudah ditemukan di berbagai daerah, termasuk di Kota Palembang.

Wilayah KM 12 Palembang merupakan salah satu kawasan yang cukup ramai dan strategis, baik dari segi lalu lintas maupun aktivitas ekonomi masyarakat. Banyaknya pedagang bakso yang beroperasi di wilayah ini menunjukkan tingginya minat pelaku usaha dalam menjalankan bisnis tersebut. Namun, kondisi ini juga menimbulkan tingkat persaingan yang semakin ketat antar pedagang. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu bersaing dan mempertahankan eksistensi di tengah banyaknya kompetitif. Data.

TABEL 1.1
KONSUMEN PRODUK UMKM PEDAGANG BAKSO DI
WILAYAH KM 12 PALEMBANG

Periode november- april (2025 - 2026)

NO	NAMA USAHA	JUMLAH KONSUMEN 6 BULAN					
		november	desember	januari	februari	maret	april
1	Bakso sukomto	1.020	1.290	930	900	930	960
2	Bakso dan mie ayam memet	1.530	1.200	1.410	1.260	1.110	1.290
3	Bakso mas tamo	690	900	810	840	900	1.020
4	Bakso dan mie ayam soker	2130	2.370	2.520	2.190	2.280	2.460
5	Bakso mila	810	750	930	960	990	870

Dari tabel di atas bisa di simpulkan bahwa :

1. Bakso Sukomto konsumen paling sedikit di bulan februari 2026 dengan total 900 dan konsumen terbanyak ada di bulan desember 2025 dengan total 1.290.
2. Bakso dan mie ayam memet konsumen paling sedikit di bulan maret 2026 dengan total 1.110 dan konsumen terbanyak ada di bulan november 2025 dengan total 1.530.

3. Bakso mas tarno konsumen paling sedikit di bulan november 2025 dengan total 690 dan konsumen terbanyak ada di bulan april 2026 dengan total 1.020.
4. Bakso dan mie ayam soker konsumen paling sedikit di bulan november 2025 dengan total 2.130 dan konsumen terbanyak ada di bulan januari 2026 dengan total 2.520.
5. Bakso mila konsumen paling sedikit di bulan desember 2025 dengan total 750 dan konsumen terbanyak ada di bulan maret 2026 dengan total 990.

Dalam menghadapi persaingan, keunggulan bersaing menjadi faktor kunci yang harus dimiliki oleh setiap pelaku usaha. Menurut Porter (1985), keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu usaha untuk menciptakan nilai lebih dibandingkan pesaingnya, baik melalui harga yang lebih rendah maupun diferensiasi produk. Pelaku usaha yang memiliki keunggulan bersaing akan lebih mampu menarik konsumen, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan profitabilitas usahanya.

Salah satu faktor yang dapat dipengaruhi keunggulan bersaing adalah kreativitas. Kreativitas merupakan kemampuan individu atau pelaku usaha dalam menghasilkan ide-ide baru yang unik dan bermanfaat. Menurut Zimmerer (2008), kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam melihat peluang dan masalah. Dalam konteks usaha bakso, kreativitas dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti menciptakan variasi menu yang unik (bakso mercon, bakso beranak, bakso isi keju), penyajiannya yang menarik, hingga konsep tempat usaha yang berbeda dari saingan.

Inovasi produk merupakan membuat barang baru yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga timbul minat beli kepada barang tersebut, yang diharapkan bisa direalisasikan dengan keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Di samping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara insidental.

Selain kreativitas, inovasi juga memiliki peran penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Inovasi merupakan implementasi dari ide kreatif yang diwujudkan dalam bentuk produk, proses, atau layanan baru. Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi adalah setiap ide, produk, atau jasa yang dianggap baru oleh seseorang. Inovasi dalam usaha bakso dapat berupa penggunaan bahan baku berkualitas, peningkatan kualitas rasa, sistem pelayanan yang lebih cepat, hingga penggunaan teknologi dalam proses pemesanan. Pelaku usaha yang mampu berinovasi akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen.

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi turut dipengaruhi pola pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Media sosial menjadi salah satu sarana pemasaran yang efektif dan efisien karena mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif rendah. Salah satu platform media sosial yang

banyak digunakan adalah Instagram. Instagram merupakan media berbasis visual yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video secara menarik.

Menurut Tjiptono (2019), media sosial merupakan alat komunikasi pemasaran yang digunakan untuk membangun hubungan dengan konsumen dan meningkatkan kesadaran merek. Dalam konteks usaha bakso, penggunaan Instagram dapat membantu pelaku usaha dalam mempromosikan produk, menampilkan keunikan usaha, serta berinteraksi langsung dengan konsumen melalui fitur komentar, direct message, story, dan reels. Dengan strategi konten yang tepat, Instagram dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan daya saing usaha.

Namun demikian, tidak semua Produk UMKM pedagang bakso di wilayah KM 12 Palembang mampu memanfaatkan kreativitas, inovasi, dan media sosial secara optimal. Berdasarkan observasi awal, terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara pedagang yang ramai dan yang kurang diminati oleh konsumen. Pedagang yang ramai umumnya memiliki variasi produk yang lebih menarik, pelayanan yang lebih baik, serta aktif dalam mempromosikan usahanya melalui media sosial. Sementara itu, pedagang yang kurang berkembang cenderung masih menggunakan cara-cara konvensional tanpa adanya pembaruan dalam produk maupun strategi pemasaran.

Perbedaan kondisi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan media sosial diduga memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian yang lebih mendalam guna

mengetahui sejauh mana pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di wilayah KM 12 Palembang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian dalam bidang manajemen kewirausahaan, khususnya terkait dengan faktor-faktor yang dipengaruhi keunggulan bersaing UMKM. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pelaku usaha bakso dalam meningkatkan daya saing usahanya melalui pengembangan kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan media sosial.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Media Sosial (Instagram) terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk UMKM Pedagang Bakso di Wilayah KM 12 Palembang.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kreativitas, inovasi, dan media sosial Instagram berpengaruh secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang?

2. Apakah kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang?
3. Apakah inovasi berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang?
4. Apakah media sosial (Instagram) berpengaruh secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis, membuktikan, dan mengetahui :

1. Pengaruh kreativitas, inovasi, dan media sosial (Instagram) secara simultan terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang
2. Pengaruh kreativitas secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang
3. Pengaruh inovasi secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang
4. Pengaruh media sosial (Instagram) secara parsial terhadap keunggulan bersaing pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih luas dalam bidang kewirahusahaan mengenai kreativitas, inovasi, dan media sosial (IG) terhadap keunggulan persaingan pada Produk UMKM pedagang bakso di km 12 Palembang

2. Bagi pedagang

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan pada pedagang dalam meningkatkan kreativitas , inovasi dan kegunaan sosial media (IG) untuk persaingan promosi agar konsumen atau pun calon konsumen mempunyai alasan untuk selalu merasa nyaman aman waktu membeli di tempat Perusahaan.

3. Bagi Civitas akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti Selayak nya dengan menambahkan variable lain yang berbeda dengan penelitian yang ada kreativitas, inovasi, media sosial (IG) dan dapat digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifen, S. R., Purwanty, V. D., & Suci, D. A. (2019). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Azzahra, I. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Dimsum Kecamatan Medan Johor). Universitas Medan Area.
- 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>
- Effendy, J. A., & Sutanto, V. (2021). Pengaruh Lingkungan Kewirausahaan terhadap Kinerja Organisasi dengan Intrapreneurial Competency sebagai Variabel Mediasi pada Student Union Universitas Ciputra. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*.
- 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>
- Fatkhurahman. (2023). Keunggulan Bersaing UMKM. CV. Karya Nofa.
- Fitria, N., Setiawan, T., & Azhmy, M. F. (2022). Pengaruh Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dengan Kualitas Produk sebagai Moderasi pada UKM Kuliner di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 2(3), 170–180.
- Gemina, D., & Harini, S. (2021). Keberhasilan usaha industri mikro kecil menengah makanan ringan. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 2021(1)
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Di ponegoro. Habibi, Maksum dan

- Gunadi.2013.Pengantar Ekonomi dan Bisnis, Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen SMK Kelas X.Jakarta.
- Ghozali, (2018), Aplikasi Analisis dengan program SPSS. Penerbit : Universitas Dipenogoro. Semarang
- Magfira, K., & Farild, M. (2024). Pengaruh proaktif, inovatif, dan keberanian mengambil risiko terhadap kinerja pada pelaku UMKM di Kota Makassar dengan strategi sebagai variabel moderasi. Study of Scientific and Behavioral Management (SSBM)
- Nurul Hidayah, “Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store” (Skripsi Yogyakarta: UII, 2018)
- 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
- Rayhan Diki Irawan & Ilham Abdul Kahfi " Pengaruh Strategi Inovasi Produk Pizza Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pizza Hut Delivery Pasa Mahasiswa Universitas Pamulang ", Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Vol. 3 No. 2, 2024
- Rismawan, Fitriadi, B. W., & Barlian, B. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing: Survei pada Konsumen Samudra Bordin Tasikmalaya. ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(12), 4307–4311. DOI: 10.56799/jim.v1i12.918.
- Rizky, A (2020). Survei: 54% UMKM Pakai Media Sosial untuk Pacu Penjualan saat Pandemi. Katakata.co.id. Retrieved September 29, 2020
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif (Vol. 3). Cv. Alfabeta.
- Suryati, Adelina. Etty M. Sekar M. (2022). Keunggulan Kompetitif: Konsep dan Studi Kasus. CV. Adanu Abimata.
- Sutomo, Serba-Serbi Manajemen Bisnis, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2012).
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (O. Andi (ed.); Edisi 4, p. 140).
- 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>

Wawan Dhewanto, dkk, Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro
(Bandung: Alfabeta, 2015)