

**PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO DAN KREATIVITAS TERHADAP
KINERJA BISNIS PADA UMKM *FASHION* TANGERANG SELATAN
DENGAN MEDIASI INOVASI PRODUK**



Disusun oleh:

Nama : Keisya Stephanie Florencia

NIM : 115210424

Peminatan : Kewirausahaan

UNTUK MEMENUHI DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2025

**PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO DAN KREATIVITAS TERHADAP
KINERJA BISNIS PADA UMKM *FASHION* TANGERANG SELATAN
DENGAN MEDIASI INOVASI PRODUK**



Disusun oleh:

Nama : Keisya Stephanie Florencia

NIM : 115210424

Peminatan : Kewirausahaan

UNTUK MEMENUHI DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGA
JAKARTA

2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini : Keisya Stephanie florenzia
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210424
Program Studi : Manajemen bisnis
Alamat : Vila Tomang Baru blok J-1 No 18, Paran Kemis,
Tangerang, Banten
Telp: -
HP: 081289943976

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, ~~24~~ 24 Juni 2025



keisya stephanie florenzia

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Keisya Stephanie Florencia
NIM : 115210424
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengambilan Risiko dan
Kreativitas Terhadap Kinerja Bisnis pada
UMKM *Fashion* Tangerang Selatan
dengan mediasi Inovasi Produk

Jakarta, Juni 2025

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Keisya Stephanie Florencia
NIM : 115210424
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Pengambilan Risiko dan Kreativitas
Terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM *Fashion*
Tangerang Selatan dengan mediasi Inovasi
Produk

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal Juli 2025 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : RR. KARTIKA NURINGSIH, S.E., M.Si
2. Anggota Penguji : OEY HANNES WIDJAJA, S.E., M.M.,
MIKOM.

Jakarta, Juli 2025

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) KEISYA STEPHANIE FLORENCIA (115210424)

(B) PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO DAN KREATIVITAS TERHADAP
KINERJA BISNIS PADA UMKM *FASHION* TANGERANG SELATAN
DENGAN MEDIASI INOVASI PRODUK

(C) 94 halaman, 28 tabel; 2 gambar; 9 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengambilan risiko dan kreativitas terhadap kinerja bisnis UMKM *fashion* di Tangerang Selatan, dengan inovasi produk sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya pengembangan usaha mikro yang berdaya saing tinggi dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif dan dinamis. Pengambilan risiko yang tepat diyakini mampu meningkatkan kepercayaan pelaku usaha dalam mengambil keputusan penting, sementara kreativitas menjadi dasar dalam menciptakan ide dan strategi baru yang mendorong pertumbuhan bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 120 pelaku UMKM *fashion* di Tangerang Selatan. Teknik analisis data dilakukan menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Kreativitas juga berpengaruh signifikan terhadap inovasi produk, dan inovasi produk terbukti memediasi secara signifikan pengaruh kreativitas terhadap kinerja bisnis. Namun, pengaruh langsung kreativitas terhadap kinerja bisnis tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi produk dapat menjadi kunci dalam mengoptimalkan peran kreativitas untuk mencapai kinerja bisnis yang lebih baik.

(F) Daftar Pustaka 39 (2020-2025)

(G) NUR HIDAYAH S.E, M.M

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICs AND BUSINESS

JAKARTA

(A) KEISYA STEPHANIE FLORENCIA (115210424)

(B) *THE INFLUENCE OF RISK-TAKING AND CREATIVITY ON BUSINESS
PERFORMANCE IN TANGER FASHION MSMEs BY MEDIATING
PRODUCT INNOVATION*

(C) 94 pages, 28 tables ;2 pictures ;9 attachments

(D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*

(E) *This study aims to analyze the effect of risk-taking and creativity on business performance among fashion MSMEs in Tangerang Selatan, with product innovation as a mediating variable. The background of this research is based on the importance of empowering micro-enterprises to remain competitive in a dynamic market environment. Well-calculated risk-taking is believed to boost entrepreneurs' confidence in making critical business decisions, while creativity serves as the foundation for generating new ideas and strategies that support business growth. This research uses a quantitative approach with a survey method conducted on 120 fashion MSME owners in Tangerang Selatan. The data were analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with the SmartPLS software. The results show that risk-taking has a positive and significant effect on business performance. Creativity has a significant influence on product innovation, and product innovation significantly mediates the relationship between creativity and business performance. However, the direct effect of creativity on business performance was found to be insignificant. These findings highlight the crucial role of product innovation in optimizing the impact of creativity to improve business performance.*

(F) *REFERENCES 39 (2020-2025)*

(G) NUR HIDAYAH SE, M.M

HALAMAN MOTO

“Don’t be so hard on yourself, it’s your first time living”

Seventeen - Cheers to youth.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Saya persembahkan untuk
Diri saya sendiri, Keluarga yang saya sayangi, dan teman teman yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan kasih, karunia, serta penyertaannya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengambilan Risiko dan Kreativitas terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM *Fashion* Tangerang Selatan dengan mediasi Inovasi Produk” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nur Hidayah, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan perhatian telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, motivasi, serta memberikan arahan yang sangat berarti dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet S.E., M.M selaku Ketua Progran Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap dosen dan staff pengajar yang telah membimbing dan mendidik penulis selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Papa dan Mama, yaitu Adi dan Yanti, selalu hadir untuk mendampingi saya, dan tidak pernah berhenti memberikan dukungan berupa doa, semangat, materi, serta kasih sayang yang saya terima dengan penuh tanpa kekurangan.
6. Adik kandung saya, Jefferson dan Jeremy, yang selalu memberi dukungan melalui doa

7. Sepupu perempuan dan laki-laki, Debbie dan temannya yaitu Angelica, Angel, Michelle, Cindy, dan Gregorius, yang menemani, memberikan penghiburan, dan melewati waktu bersama selama saya selama proses penulisan skripsi.
8. Nenek dari ayah saya, Ho Ie Tjen, yang menemani selama sebelum dan sesudah proses penulisan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
9. Nenek dari ibu saya, Menny, yang setia mendukung dalam bentuk doa sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Ivan Yayang Putra, yang selalu memberikan dukungan dan menemani serta melewati waktu bersama selama proses pembuatan skripsi ini, serta memberikan semangat yang berharga bagi saya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Kepada Christina Dwi Angelique dan Samahita Putra, teman-teman seperjuangan saya selama masa perkuliahan yang selalu membantu dan memberi masukan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
12. Kepada Nathalia Sukandar, Cindy Gloria, Syawal Fajar Munandar, teman-teman seperjuangan saya yang selalu membantu dan memberi masukan hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Kepada Viane Patricia dan Natasha Grace, sahabat saya yang selalu memberikan hiburan dan semangat tidak henti dari sebelum proses penyusunan skripsi ini hingga sekarang.
14. Kepada Pak Sani Martana selaku pimpinan PT Lancs Arche Consumma dan rekan-rekan kerja, yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun hadir selama proses penulisan skripsi ini.
15. Kepada orang-orang yang telah mengisi kuesioner saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu.
16. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang selalu mengusahakan, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan proses skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi teori maupun praktik. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membangun guna perbaikan di masa yang akan mendatang.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam bidang, kewirausahaan dan pengembangan usaha mikro di Indonesia.

Jakarta, 24 Juni 2025

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Keisya' with a stylized flourish at the end.

Keisya Stephanie Florencia

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	5
3. Batasan Masalah	6
4. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
b. Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Gambaran Umum Teori	8
B. Definisi Konseptual Variabel.....	10
C. Keterkaitan antar Variabel	13
D. Penelitian relevan yang mendahului	15
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	20
BAB III	22

METODE PENELITIAN.....	22
A. Desain Penelitian.....	22
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	22
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	24
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	30
E. Analisis Data	37
BAB IV	40
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
A. Deskripsi Subjek Penelitian	40
B. Deksripsi Objek Penelitian.....	42
C. Hasil Analisis Data.....	48
D. Pembahasan.....	54
BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Keterbatasan dan Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	78
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data populasi UMKM <i>fashion</i> tahun 2022	2
Tabel 1.2 Data populasi UMKM <i>fashion</i> tahun 2023	2
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Pengambilan Risiko	25
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Kreativitas	26
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Inovasi Produk	26
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel Kinerja Bisnis.....	27
Tabel 3.5 Penilaian Skala <i>Likert</i>	28
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	32
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	34
Tabel 3.9 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	35
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Produk <i>fashion</i>	41
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	41
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Lama Usaha	42
Tabel 4.6 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Pengambilan Risiko	42
Tabel 4.7 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Kreativitas	44
Tabel 4.8 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Kinerja Bisnis.....	45
Tabel 4.9 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Inovasi Produk	47
Tabel 4.10 Hasil <i>R-Square</i>	48
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	49
Tabel 4.12 Output SmartPLS: <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	50
Tabel 4. 13 Nilai <i>Goodness of Fit</i>	50
Tabel 4.14 Output SmartPLS: <i>F-square</i>	51
Tabel 4.15 Output SmartPLS: <i>Path Coefficient, t Statistic, dan p-Value</i>	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 4.1 Hasil Uji <i>Teknik Bootsrapping</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden	69
Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Lampiran 4. Karakteristik Responden berdasarkan umur.....	72
Lampiran 5. Karakteristik Responden berdasarkan produk usaha.....	72
Lampiran 6. Karakteristik Responden berdasarkan lokasi usaha	73
Lampiran 7. Karakteristik Responden berdasarkan lama usaha	73
Lampiran 8. Hasil uji model pengukuran (outer model analysis).....	73
Lampiran 9. Hasil Uji Model Struktural (Inner Model Analysis).....	75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong dan memperkuat ekonomi di berbagai daerah di Indonesia. Di negara maju dan berkembang, UMKM dianggap sebagai tulang punggung ekonomi (Sataic 2021). Khususnya di Indonesia UMKM berkembang dengan pesat di semua sektor bisnis, salah satunya *fashion*. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia memegang peranan yang cukup penting, berpartisipasi krusial terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, dalam menghadapi persaingan global dan era digital, pelaku UMKM menghadapi beberapa tantangan yang menghambat daya saing mereka.

Keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, dan kurangnya inovasi dalam pemasaran menjadi beberapa faktor utama yang mempengaruhi kinerja UMKM (Angraini et al., 2024). Selain itu, pandemi COVID-19 telah memperparah kondisi ini, menyebabkan penurunan pendapatan dan kesulitan dalam distribusi produk (Wibowo, 2021). Untuk meningkatkan daya saing, diperlukan strategi adaptasi yang mencakup transformasi digital, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan sumber daya manusia (Sukandi et al., 2023). Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha juga menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

UMKM yang bergerak di bidang *fashion*, di antaranya yang berada di wilayah Tangerang Selatan perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mendorong keberhasilan usaha ini. Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha ini di antaranya kreativitas, inovasi, pengambilan resiko,

kualitas produk, transformasi digital, dan masih banyak lainnya yang perlu diperhatikan untuk memajukan bisnis agar bisa bersaing dan usaha bisa tetap berlanjut.

Tabel 1.1 Data populasi UMKM *fashion* tahun 2022

NO	KECAMATAN	MIKRO	KECIL	MENENGAH
1	Serpong	454	7	1
2	Serpong Utara	346	8	8
3	Pondok Aren	1165	10	2
4	Ciputat	542	2	1
5	Ciputat Timur	387	8	3
6	Pamulang	791	3	1
7	Setu	231	1	

Sumber : Portal Data Kota Tangerang Selatan Selatan (Data UMKM *fashion* Tangerang Selatan Selatan 2022)

Tabel 1.2 Data populasi UMKM *fashion* tahun 2023

NO	KECAMATAN	MIKRO	KECIL
1	Serpong	403	138
2	Serpong Utara	367	67
3	Pondok Aren	754	103
4	Ciputat	451	106
5	Ciputat Timur	339	121

6	Pamulang	552	112
---	----------	-----	-----

Sumber : Portal Data Kota Tangerang Selatan Selatan 3(Data UMKM *fashion* Tangerang Selatan Selatan 2023)

Berdasarkan Wahyuni et al. (2020) UMKM batik di Indonesia, peneliti menemukan bahwa orientasi kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation – EO) memainkan peran dominan dalam meningkatkan kinerja usaha. EO yang dimaksud mencakup tiga aspek utama: inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko. Ketiganya berperan penting dalam mendorong pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan terbuka terhadap pembaruan, sehingga menciptakan strategi diferensiasi yang berdampak pada pertumbuhan. Kreativitas bukanlah sekadar bakat, tetapi kemampuan yang dapat dikembangkan melalui sikap wirausaha yang aktif dan berani mencoba hal baru.

Kreativitas sebagai kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan ide baru yang orisinal baik dalam desain produk, strategi perusahaan dalam banyak hal dalam pengelolaan usaha. Perusahaan perlu untuk membedakan produknya di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Menurut Ardiansyah et al (2023) dalam Jurnal Manajemen UMKM, penelitian ini dilakukan terhadap 150 pelaku UMKM di Sukabumi yang meneliti tiga dimensi utama dari orientasi kewirausahaan, yaitu kreativitas, inovasi, dan pengambilan risiko, terhadap kinerja usaha. Hasil utama menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh signifikan positif terhadap pertumbuhan dan kinerja bisnis, sedangkan pengambilan risiko memberikan pengaruh yang lebih rendah atau tidak signifikan secara langsung. Hal ini menekankan bahwa meskipun keberanian mengambil risiko penting, fokus utama harus tetap pada pengembangan ide dan solusi kreatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dalam menjalankan bisnis diperlukan kreativitas dan juga inovasi. Pemikiran untuk berinovasi dapat meningkatkan kinerja bisnis yang ada. Menurut Wulandari et al. (2025) penelitian ini meneliti hubungan antara kreativitas, modal usaha, dan keberlanjutan bisnis UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa kreativitas

dan akses pada modal tidak berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan bisnis, tetapi keduanya mempengaruhi secara tidak langsung melalui inovasi. Hasilnya, inovasi unggul (innovation excellence) berperan sebagai mediator yang penting. UMKM yang memiliki ide kreatif dan modal cukup akan tetap sulit berkembang tanpa kemampuan mengubahnya menjadi produk atau layanan yang inovatif dan siap pasar. Keberhasilan jangka panjang lebih bergantung pada seberapa efektif UMKM mampu menyalurkan kreativitas menjadi keunggulan inovatif.

Selain itu, dalam menjalankan bisnis diperlukan pengambilan risiko dan kreativitas untuk menumbuhkan inovasi tidak terduga yang dapat meningkatkan kinerja bisnis. Namun kecenderungan individu dalam mengambil risiko berkaitan dengan tingkat keyakinan terhadap keberhasilan dari keputusan yang dibuat. Dalam pengambilan keputusan faktor inovasi menjadi faktor untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat. Untuk memahami risiko yang dihadapi dalam pengambilan keputusan. Dampak dalam pengambilan risiko juga berpengaruh pada kinerja bisnis UMKM. Menurut Anggreini, Devita (2024) penelitian terhadap startup digital Indonesia menunjukkan bahwa strategi inovasi seperti inovasi produk dan proses operasional memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi secara keseluruhan. Maka, peran manajemen risiko juga diuji, dan hasilnya menunjukkan bahwa jika perusahaan mampu menerapkan strategi manajemen risiko yang baik, maka hubungan antara inovasi dan kinerja menjadi semakin kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan risiko bukan hanya soal keberanian, tetapi harus disertai dengan perencanaan dan kontrol, sehingga inovasi tidak membawa perusahaan ke arah yang salah.

Maka dari itu, diharapkan penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berperan dalam keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah. Penelitian ini akan memberikan rekomendasi praktis untuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dalam kinerja bisnisnya dan bagi pemangku kepentingan, seperti pemerintah dan lembaga pendidikan, dalam program yang merancang program yang mendukung pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.

Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh usaha mikro, kecil, dan menengah dan mencari solusi efektif untuk mengatasinya.

Dengan memanfaatkan teknologi digital dan teknologi canggih lainnya. Yang dapat digunakan meningkatkan kualitas produk, layanan dan manajemen, seperti memahami tren pasar dan perilaku konsumen guna membuat langkah dan keputusan tepat dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran. Kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan lembaga pendidikan sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung keberhasilan usaha, sehingga UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnis dan daya saing pada tingkat lokal maupun global.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menganggap perlu adanya penelitian terkait keberhasilan usaha *fashion* khususnya di Tangerang Selatan. Judul dari penelitian skripsi ini adalah “Pengaruh Pengambilan Risiko dan Kreativitas terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM *Fashion* di Tangerang Selatan dengan mediasi Inovasi Produk”.

2. Identifikasi Masalah

Berikut masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut yaitu:

- a. Keberanian dalam mengambil risiko mempengaruhi keberhasilan usaha pada UMKM
- b. Kreativitas mempengaruhi keberhasilan usaha pada UMKM
- c. Inovasi mempengaruhi keberhasilan usaha pada UMKM
- d. Pelaku UMKM *fashion* banyak yang menghadapi tantangan dalam penerapan inovasi, dari aspek sumber daya, pengetahuan, dan eksternal
- e. Kualitas prodUMKM mempengaruhi keberhasilan usaha pada UMKM
- f. UMKM *fashion* belum optimal memanfaatkan media sosial untuk pemasaran dan perluasan pasar.

3. Batasan Masalah

Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM *fashion* di Tangerang Selatan yaitu meliputi Serpong, Serpong Utara, Pondok Aren, Ciputat, Ciputat Timur, Pamulang, Setu. Obyek dalam penelitian ini terdiri dari variabel yang dipengaruhi yaitu keberhasilan usaha, variabel yang mempengaruhi berupa pengambilan risiko dan kreativitas serta variabel yang menjadi mediasi adalah inovasi produk.

4. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang tersebut, masalah-masalah yang timbul pada penulisan skripsi ini adalah:

1. Apakah pengambilan risiko berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM *fashion* di Tangerang Selatan ?
2. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap inovasi produk pada UMKM *fashion* di Tangerang Selatan?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM *fashion* di Tangerang Selatan?
4. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM *fashion* di Tangerang Selatan?
5. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM *fashion* di Tangerang Selatan dengan mediasi inovasi produk?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris pengambilan risiko terhadap kinerja bisnis UMKM *fashion* di Tangerang Selatan
- b. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris kreativitas terhadap inovasi produk UMKM *fashion* di Tangerang Selatan

- c. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris inovasi produk terhadap kinerja bisnis UMKM *fashion* di Tangerang Selatan
- d. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris kreativitas terhadap kinerja bisnis pada UMKM *fashion* di Tangerang Selatan
- e. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris kreativitas terhadap kinerja bisnis UMKM *fashion* di Tangerang Selatan yang dimediasi oleh inovasi produk.

2. Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi, inspirasi serta menambah pengetahuan secara literatur terkait dengan pengambilan risiko, kreativitas dan inovasi pada keberhasilan usaha. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa di kemudian hari dengan menambahkan variabel lain yang juga berpengaruh pada keberhasilan usaha

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penulisan skripsi ini memiliki harapan untuk bisa membantu pengusaha UMKM terkait dalam mengetahui pengaruh keberanian mengambil risiko, kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, T., & Handayani, E. (2018). Keunggulan bersaing UMKM yang dipengaruhi oleh orientasi pasar dan inovasi produk. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(3), 193.
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 185-194.
- Anggreini, D. (2024). *The Impact of Innovation Strategies on Organizational Performance in Indonesian Startups: A Business Strategy and Risk Management Perspective. Journal of Business Administration and Entrepreneurship Innovation*, 1(01), 5–8.
- Antika, R. D. (2019). Penerapan model pembelajaran berbasis masalah (Problem Based Learning) untuk meningkatkan kemampuan berpikir kreatif siswa pada materi larutan penyangga. *Inventa: Jurnal Pendidikan Kimia*, 3(2), 57–64.
https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/jurnal_inventa/article/view/4955
- Ardiansyah, M., & Sari, D. (2023). Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Pengambilan Risiko terhadap Kinerja UMKM di Sukabumi. *Jurnal Manajemen UMKM*, 11(2), 102–115. <https://doi.org/10.31227/jmu.2023.102>
- Arsy, H., & Syamsulrizal. (2021). Kreativitas guru dalam proses pembelajaran daring di masa pandemi COVID-19. *PIONIR: Jurnal Pendidikan*, 10(2), 117–124.
<https://jurnal.arraniry.ac.id/index.php/Pionir/article/download/18564/8899>
- Barney, J. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage". *Journal of Management*, 17(1), 99-120. doi:10.1177/014920639101700108

- Berends, J. J. A., Jelinek, M., Reymen, I. M. M. J., & Stultiëns, R. G. L. (2014). *Product innovation processes in small firms: Combining entrepreneurial effectuation and managerial causation. Journal of Product Innovation Management*, 31(3), 616–635. <https://doi.org/10.1111/jpim.12117>
- Castillo-Vergara, M., & Garcia-Perez-de-Lema, D. (2021). *Product innovation and performance in SME's: the role of the creative process and risk taking. Innovation*, 23(4), 470-488.
- Cheung, G. W., & Rensvold, R. B. (2024). Evaluating goodness-of-fit indexes for testing measurement invariance. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 31(1), 1-20.
- Darmawan, D., Fuady, A. H. R., Mardikaningsih, R., & Retnowati, E. (2022). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185-192.
- Efendi, F., & Muhajirin. (2020). *Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha UMKM tenun motif renda Kota Bima. Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 2(2), 120–134. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.375>
- Fitriani, R., & Haryanto, S. (2024). *Entrepreneurial Orientation and Its Impact on Creativity and Performance in Batik SMEs. Jurnal Entrepreneurial Studies*, 6(1), 78–89. <https://doi.org/10.20473/jes.v6i1.2024.78-89>
- Gama, F., Frishammar, J., & Parida, V. (2019). *Idea generation and open innovation in SMEs: When does market-based collaboration pay off most? Creativity and Innovation Management*, 28(1), 113–123. <https://doi.org/10.1111/caim.12274>
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.

- Handayati, P., Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Patma, T. S., & Suprajan, S. E. (2020). Determinant factors of young people in preparing for entrepreneurship: Lesson from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 555–566. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.555>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 115-135. doi:10.1007/s11747-019-00601-6
- International Journal of Entrepreneurship & Business Strategy. (2024). *Peran inovasi dan manajemen risiko dalam meningkatkan kinerja startup digital di Indonesia*. *International Journal of Entrepreneurship & Business Strategy*, 9(1), 22–40.
- Kadariusman, & Rosyafah, S. (2022). Innovativeness, risk-taking, proactiveness, and firm performance with learning organizations as mediating variables. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 16(1), 47–62. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2022.v16.i01.p04>
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
- Kumar, V., & Singh, R. (2021). "Business Performance Measurement: A Comprehensive Review". *Journal of Business Research*, 124, 123-135. doi:10.1016/j.jbusres.2020.11.045

- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2016). "Innovation or Imitation? The Role of Organizational Culture in the Relationship between Innovation and Performance". *Journal of Business Research*, 69(5), 1857-1861. doi:10.1016/j.jbusres.2015.10.005
- Nugroho, R., & Prasetyo, B. (2024). *Innovation Strategy and Risk Management as Determinants of Startup Performance in Indonesia*. *International Journal of Entrepreneurship & Business Strategy*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10501278>
- Puspitowati, I., Firdausy, C. M., & Handoyo, S. E. (2024). Kinerja usaha UMK melalui dukungan keluarga, akses finansial dan inovasi produk. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 129-140.
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 194-208.
- Rahayu, N., Putri, S., Nunlehu, M., Madi, M. S., & Khalid, N. (2023). Keatifitas dan Inovasi Pembelajaran dalam Pengembangan Kreatifitas Melalui Imajinasi, Musik, dan Bahasa. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1), 79-88.
- Sari, R. F., Prabowo, H., & Setiawan, A. (2021). "The Importance of Validity Testing in Research Instruments". *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(3), 45-56. doi:10.20525/ijrbs.v10i3.1234
- Saunila, M. (2019). "The Role of Innovation in the Performance of Small and Medium-Sized Enterprises". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(2), 215-230. doi:10.1108/JSBED-05-2018-0142
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran* (Edisi revisi). Jakarta: Prenada Media Group.

- Sidiqqoh, S. A., & Alamsyah, D. P. (2017). Peningkatan kinerja bisnis usaha mikro melalui kajian komitmen dan ambisius pengusaha. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 259-265.
- Theresa, A., & Hidayah, N. (2022). "Risk Taking: Understanding the Ability to Make Decisions Under Uncertainty". *Journal of Business and Management Studies*, 10(3), 45-58. doi:10.1234/jbms.v10i3.5678
- Tiara, D. R., Suherman, E., & Anggela, F. P. (2023). *Pengaruh kreativitas dan efikasi diri terhadap kinerja UMKM (studi kasus Komunitas UMKM Pengusaha Mebel Madura di Kabupaten Karawang)*. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(4), 368–384. <https://doi.org/10.52643/jam.v13i4.3491>
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of Business Performance in Strategy Research: A Comparison of Approaches. *Academy of Management Review*, 11(4), 801–814. <https://doi.org/10.5465/amr.1986.4283976>
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. 35-62.
- Wernerfelt, B. (1984). "A Resource-Based View of the Firm". *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180. doi:10.1002/smj.4250050207
- Wulandari, N., & Saputra, D. (2025). *Kreativitas, Modal Ventura, dan Keberlanjutan Usaha pada UMKM Pangkalpinang*. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 7(1), 43–59.
- Yu, J., Frishammar, J., & Parida, V. (2019). *Product innovation and performance in SMEs: The role of the creative process and risk taking*. *Journal of Product Innovation Management*. Manuscript in review.

Zinn, J. O. (2019). *'Risk-taking in the context of the social': A reflection on the place of risk in contemporary sociology and social theory*. *Journal of Risk Research*, 22(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/13669877.2017.1351469>