

ANALISIS PERAN KREATIVITAS PRODUK DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI TERHADAP KEBERHASILAN INOVASI : STUDI PADA UMKM DIMSOM KIANO

Asyifah Fauzah Delfira¹

asyifafauzahdelfira@gmail.com

Suci Ramadani²

sucirama124@gmail.com

Peby Monica³

pebymonicashmbng1301@gmail.com

Teddy Ramaditya⁴

teddymedan123@gmail.com

Zaky Asdhika Sinaga⁵

zakyasdhika@gmail.com

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of product creativity and technology utilization on the success of innovation in MSME Dimsum Kiano. Through a qualitative approach with in-depth interview methods and direct observation, this study identifies the importance of innovation in developing flavor variations, as well as the use of digital technology such as social media and QRIS payment systems in increasing the competitiveness and operational efficiency of businesses. The results of the study indicate that the combination of product creativity and technology utilization plays a role in expanding the market, strengthening customer relationships, and supporting the sustainability of MSME businesses amidst increasingly tight market competition.

Keywords: Product Creativity, Technology Utilization, Product Success.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas produk dan pemanfaatan teknologi terhadap keberhasilan inovasi pada UMKM Dimsum Kiano. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam dan observasi langsung, studi ini mengidentifikasi pentingnya inovasi dalam pengembangan variasi rasa, serta penggunaan teknologi digital seperti media sosial dan sistem pembayaran QRIS dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi kreativitas produk dan pemanfaatan teknologi berperan dalam memperluas pasar, memperkuat hubungan pelanggan, dan mendukung keberlanjutan usaha UMKM di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat.

Kata Kunci: Kreativitas Produk, Pemanfaatan Teknologi, Keberhasilan Produk.

PENDAHULUAN

Salah satu pelaku usaha yang memiliki peran penting dalam kemajuan di bidang perekonomian Negara adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Usaha mikro adalah kegiatan usaha yang dapat memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat luas dan dapat memainkan peran dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, merangsang pertumbuhan ekonomi, serta berperan mewujudkan stabilitas nasional (Andini et al., 2021). Peranan UMKM sangatlah vital. Data dari Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2014 menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia mencapai 56,5 juta unit, menyumbang 98,9% dari total perusahaan di Indonesia, menyerap 91,8 juta tenaga kerja atau 96,9% dari total angkatan kerja, serta memberikan kontribusi sebesar 60,34% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Trisnawati, 2024).

UMKM di Indonesia memiliki karakteristik yang beragam, mulai dari skala usaha, jenis produk, hingga strategi pemasaran yang digunakan. Sebagian besar UMKM bergerak di sektor makanan dan minuman, yang menjadi salah satu sektor paling dinamis dan cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar. Salah satu bentuk UMKM yang sedang berkembang pesat di bidang

kuliner adalah usaha dimsum. Produk ini kini tidak hanya diminati di kota-kota besar, tetapi juga mulai menjangkau pasar lokal di berbagai daerah. Dengan persaingan yang semakin ketat, pelaku UMKM dimsum dituntut untuk terus berinovasi melalui pengembangan produk yang kreatif dan pemanfaatan teknologi, baik dalam proses produksi maupun pemasaran.

Inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM perlu berfokus pada pengembangan variasi rasa, bentuk, dan tampilan produk agar lebih menarik dan sesuai dengan selera konsumen yang semakin beragam di tengah banyaknya saingan kompetitor lainnya. Mulai dari penggunaan bahan-bahan lokal yang unik, kombinasi isian yang kreatif, hingga tampilan visual yang lebih modern menjadi strategi inovatif untuk membedakan produk dari kompetitor. Inovasi-inovasi semacam ini menjadi kunci penting dalam mempertahankan minat pelanggan sekaligus memperkuat identitas merek di tengah ketatnya persaingan pasar kuliner. Dibutuhkan sekali ide dan pemikiran untuk membuat produk seperti ini, sehingga kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama dalam usaha untuk memenangkan persaingan pasar yang semakin kompetitif (Mulyani & Soeprapto, 2024).

Kreativitas produk merujuk pada kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan ide-ide baru yang bernilai tambah, baik dari segi rasa, bentuk, kemasan, bahkan penyajian. Dalam UMKM dimsum, kreativitas dapat terlihat dari cara pelaku usaha mengombinasikan bahan-bahan tidak biasa, menciptakan cita rasa khas yang belum umum di pasaran, hingga menyajikan produk dengan cara yang menarik secara visual. Kreativitas ini tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, tetapi juga menciptakan pengalaman konsumsi yang berbeda dan berkesan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk dimsum tersebut.

Menggabungkan inovasi dan kreativitas dalam suatu bisnis adalah langkah yang sangat penting. Kedua elemen ini saling mendukung dan memberikan kekuatan yang luar biasa dalam merancang dan menjalankan usaha yang berkelanjutan. Inovasi memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan solusi baru dan berbeda, sementara kreativitas mendorong lahirnya ide-ide segar yang dapat meningkatkan nilai produk atau layanan. Ketika keduanya diterapkan secara seimbang, UMKM tidak hanya mampu bersaing, tetapi juga memiliki potensi untuk tumbuh dan berkembang secara konsisten di tengah persaingan yang ketat (Efiana Manilang et al., 2024).

Di era sekarang ini banyak UMKM memanfaatkan media sosial sebagai

tempat pemasaran dengan banyak kreativitas untuk menarik minat konsumen. Melalui media sosial, UMKM dapat berhubungan dan menjalin interaksi secara luas dengan beragam audiens atau konsumen Platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi pilihan utama karena mampu menampilkan konten visual yang menarik dan menjangkau pasar yang lebih luas secara efisien. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti story, live streaming, serta konten video singkat, pelaku UMKM dapat membangun kedekatan dengan konsumen sekaligus memperkuat citra merek secara konsisten (Seran et al., 2023).

Penggunaan internet memungkinkan UMKM menyebarkan promosi mereka. Penggunaan internet memungkinkan UMKM menyebarkan promosi mereka secara lebih luas dan efisien. Dengan akses yang mudah dan biaya yang relatif rendah, internet membantu pelaku usaha menjangkau calon konsumen tanpa batasan geografis. Bagi UMKM dimsum, hal ini menjadi peluang besar untuk mengenalkan produk, membangun citra merek, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar kuliner yang semakin ketat (Firdhaus & Akbar, 2022).

KAJIAN PUSTAKA

Kreativitas Produk

Dalam menghadapi tantangan dan dinamika yang terus berkembang, kemampuan berpikir secara inovatif

menjadi hal yang sangat penting. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide dan cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (Anderson & Hidayah, 2023). Kreativitas muncul karena dorongan untuk memenuhi kebutuhan kebaruan (novelty/newness), kebosanan atau kejenuhan karena tidak adanya variasi munculnya ide serta muncul disaat seseorang berada situasi yang kompleks (Harini et al., n.d.).

Kreativitas tidak hanya penting dalam proses berpikir, tetapi juga menjadi elemen krusial dalam pengembangan produk. Kreativitas produk merujuk pada kemampuan untuk menciptakan barang atau jasa yang tidak hanya baru dan orisinal, tetapi juga relevan dan bernilai bagi konsumen. Produk yang kreatif mampu memberikan solusi yang unik terhadap kebutuhan pasar, menciptakan diferensiasi, dan meningkatkan daya saing suatu bisnis. Dalam konteks ini, kreativitas menjadi motor penggerak inovasi produk yang mampu menjawab perubahan selera, gaya hidup, dan tren konsumen yang terus berkembang. Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut untuk terus menggali ide-ide segar dan menerapkannya dalam pengembangan produk agar dapat bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi merupakan hal yang penting dalam menentukan

keberhasilan usaha karena teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam berbagai bisnis (Henirsa et al., 2023). Teknologi dibuat manusia untuk mempermudah pekerjaan dan menyelesaikan masalah. Dalam dunia usaha, teknologi dimanfaatkan untuk membantu kegiatan bisnis agar lebih cepat, praktis, dan efisien. Teknologi digunakan oleh para pelaku bisnis termasuk UMKM untuk transaksi online yang dapat meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan perdagangan online, meningkatkan jejaring sosial dan komunikasi online, menggunakan data dari area lain, dan menjalin hubungan dekat dengan mitra bisnis baru (Putri et al., 2024).

Namun, agar pemanfaatan teknologi dapat berjalan secara maksimal, UMKM perlu memiliki kesiapan dalam hal pengetahuan, keterampilan digital, serta akses terhadap perangkat dan infrastruktur yang memadai. Tidak semua pelaku UMKM langsung mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sehingga dibutuhkan pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Selain itu, sikap terbuka terhadap perubahan dan kemauan untuk belajar juga menjadi kunci penting agar teknologi benar-benar bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha. Dengan dukungan yang tepat, teknologi dapat menjadi jembatan bagi UMKM untuk naik kelas dan bersaing di pasar yang lebih luas.

Keberhasilan Inovasi

Inovasi adalah suatu mekanisme bisnis untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis (Aulia¹ & Hidayat², 2021). Peran inovasi dalam kesuksesan bisnis sangat penting dan beragam. Inovasi memiliki dampak luas terhadap berbagai aspek operasional dan strategi bisnis. Dalam konteks pengembangan produk, inovasi dapat menghasilkan produk baru dengan karakteristik yang unik, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Hal ini bisa melibatkan eksperimen dengan bahan baru, teknik ekstraksi inovatif, atau pendekatan baru dalam menciptakan komposisi produk (Salsabila et al., 2024).

Keberhasilan usaha adalah sebuah keadaan dimana suatu usaha mendapatkan kenaikan kinerja hasil usaha dari hasil kinerja usaha sebelumnya (Rendy Wijaya & Handoyo, 2023). Keberhasilan inovasi sangat berperan dalam mendorong peningkatan kinerja usaha, karena inovasi yang berhasil bukan hanya menghasilkan produk baru, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah yang dirasakan langsung oleh pelanggan. Dalam konteks ini, keberhasilan inovasi ditandai dengan diterimanya produk inovatif oleh pasar, meningkatnya kepuasan konsumen, serta bertambahnya loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Metode kualitatif

adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami makna, pengalaman, atau pandangan subjektif dari individu atau kelompok terhadap suatu fenomena. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami secara mendalam peran kreativitas produk dan pemanfaatan teknologi terhadap keberhasilan inovasi pada UMKM Dimsum Kiano. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali perspektif, pengalaman, dan strategi pelaku usaha dalam mengembangkan inovasi secara kontekstual. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, serta observasi langsung terhadap proses pemasaran produk. Dengan metode ini, peneliti berusaha menangkap dinamika internal usaha serta faktor-faktor yang mendukung terwujudnya inovasi secara nyata di lapangan.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Kreativitas dalam pengembangan produk merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga keberlangsungan dan daya saing sebuah usaha, termasuk pada sektor UMKM seperti Dimsum Kiano. Dalam dunia bisnis yang dinamis dan penuh persaingan, pelaku usaha dituntut untuk terus menghadirkan inovasi agar produk yang ditawarkan tidak monoton dan mampu menarik minat konsumen. Kreativitas produk tidak hanya berkaitan dengan tampilan, tetapi juga mencakup rasa, bahan baku, kemasan, hingga cara penyajian. Berdasarkan hasil pengamatan dan

wawancara, diketahui bahwa Dimsum Kiano selama ini hanya menawarkan satu varian rasa, yaitu ayam. Kurangnya variasi ini menjadi tantangan tersendiri dalam menarik konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama yang menginginkan sesuatu yang berbeda.

Sebagai solusi untuk meningkatkan kreativitas produk, peneliti mengusulkan penambahan dua varian rasa baru, yaitu dimsum rasa tahu dan dimsum rasa udang. Penambahan varian ini diharapkan dapat menjadi inovasi yang sederhana namun berdampak positif terhadap minat beli konsumen. Dimsum rasa tahu menawarkan alternatif yang lebih ringan dan cocok bagi konsumen yang tidak mengonsumsi daging, sedangkan rasa udang memberikan pilihan rasa yang lebih kaya dan premium. Dengan hadirnya variasi ini, Dimsum Kiano tidak hanya memperluas segmen pasar, tetapi juga menunjukkan kemampuan berinovasi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Langkah ini diharapkan dapat memperkuat posisi Dimsum Kiano di pasar lokal serta mendorong peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

Pemanfaatan teknologi, khususnya media sosial, telah menjadi strategi promosi yang efektif bagi pelaku UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan produk secara visual dan menarik tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Melalui

fitur-fitur seperti story, reels, dan live streaming, pelaku usaha dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun kedekatan, serta menyampaikan informasi produk secara cepat dan interaktif. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun citra merek (branding) dan memperkuat loyalitas pelanggan.

Bagi UMKM seperti Dimsum Kiano, pemanfaatan media sosial dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas usaha. Dengan membuat konten promosi berupa foto produk, video proses pembuatan dimsum, testimoni pelanggan, hingga promo-promo menarik, Dimsum Kiano dapat menarik perhatian calon konsumen dan meningkatkan penjualan. Selain itu, media sosial juga memberikan kemudahan dalam menyesuaikan strategi promosi berdasarkan respons audiens melalui fitur analitik yang tersedia. Dengan pengelolaan yang konsisten dan kreatif, media sosial dapat menjadi alat promosi yang efektif, efisien, dan mampu mendorong pertumbuhan usaha secara signifikan.

Pemanfaatan teknologi dalam sistem pembayaran digital telah membawa kemudahan bagi pelaku UMKM, salah satunya melalui penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard). QRIS merupakan sistem pembayaran berbasis kode QR yang disatukan secara nasional oleh Bank Indonesia untuk

mempermudah transaksi digital. Dengan QRIS, pembeli cukup melakukan pemindaian kode menggunakan aplikasi dompet digital atau mobile banking, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, aman, dan efisien. Penggunaan QRIS juga meminimalisir risiko kesalahan dalam transaksi tunai, serta mengurangi kebutuhan akan uang fisik, yang sangat relevan di era digital dan pascapandemi.

Bagi UMKM seperti Dimsum Kiano, penerapan sistem pembayaran melalui QRIS memberikan banyak manfaat, terutama dalam memberikan kenyamanan dan fleksibilitas bagi pelanggan. Konsumen yang terbiasa melakukan pembayaran non-tunai akan merasa lebih praktis dan percaya diri bertransaksi. Selain itu, QRIS memudahkan pencatatan keuangan karena setiap transaksi tercatat secara otomatis dan rapi, sehingga mempermudah pengelolaan keuangan usaha. Dengan mengadopsi sistem pembayaran digital ini, Dimsum Kiano tidak hanya menunjukkan kesiapan mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga meningkatkan profesionalisme dalam pelayanan kepada pelanggan.

Keberhasilan inovasi pada UMKM akan tercapai apabila didorong dengan penerapan solusi yang tepat dan relevan terhadap kebutuhan usaha. Dalam konteks Dimsum Kiano, penerapan variasi rasa baru seperti dimsum tahu dan udang merupakan bentuk kreativitas produk yang mampu meningkatkan daya tarik konsumen.

Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi dapat memperluas jangkauan pasar dan membangun kedekatan dengan pelanggan secara digital. Ditambah lagi, penggunaan sistem pembayaran berbasis QRIS memberikan kemudahan dan efisiensi dalam proses transaksi. Kombinasi dari ketiga solusi ini – pengembangan produk, promosi digital, dan pembayaran modern – menjadi strategi inovatif yang saling mendukung. Jika diterapkan secara konsisten, solusi-solusi tersebut dapat mendorong peningkatan kinerja usaha, memperkuat posisi di pasar, dan pada akhirnya mewujudkan keberhasilan inovasi secara nyata.

Pembahasan

Kreativitas produk dan pemanfaatan teknologi memiliki kontribusi yang nyata dalam upaya meningkatkan keberhasilan inovasi, khususnya pada usaha UMKM Dimsum Kiano. Dalam kondisi persaingan pasar yang ketat, produk yang hanya memiliki satu varian rasa cenderung cepat mengalami kejenuhan di mata konsumen. Oleh karena itu, pengembangan varian rasa seperti tahu dan udang menjadi langkah strategis untuk memberikan nilai tambah pada produk. Inisiatif ini tidak hanya menambah pilihan bagi konsumen, tetapi juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Di sisi lain, pemanfaatan teknologi juga menjadi faktor penting dalam mendorong keberhasilan inovasi, terutama melalui media sosial dan sistem pembayaran digital. Media sosial berperan sebagai saluran promosi yang efektif, memungkinkan Dimsum Kiano menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Konten visual yang menarik serta interaksi langsung dengan pelanggan dapat menciptakan keterikatan yang lebih kuat terhadap merek. Selain itu, penerapan sistem pembayaran QRIS memberikan kemudahan dalam transaksi dan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Integrasi antara kreativitas produk dan pemanfaatan teknologi ini menggambarkan bahwa keberhasilan inovasi bukan hanya bergantung pada ide baru, tetapi juga pada kemampuan untuk mengimplementasikan strategi yang sesuai dengan perkembangan zaman dan perilaku konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kreativitas produk dan pemanfaatan teknologi memiliki peran penting dalam mendorong keberhasilan inovasi pada UMKM Dimsum Kiano. Kreativitas produk, seperti penambahan varian rasa tahu dan udang, menjadi solusi strategis untuk menarik minat konsumen dan memperluas segmen pasar. Sementara itu, pemanfaatan teknologi melalui media sosial sebagai alat promosi dan

penggunaan sistem pembayaran QRIS terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Kombinasi antara inovasi produk dan pemanfaatan teknologi ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kualitas produk semata, tetapi juga pada kemampuan adaptasi terhadap perubahan dan kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 05(01), 185–194.
- Andini, M., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi, Kreativitas, Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Himpunan Pengusaha Kecil Dan Mikro Indonesia Di Banjarmasin (Studi Kasus Pada Sektor Kuliner Di Masa COVID-19). www.fe.unisma.ac.id
- Aulia¹, F., & Hidayat², T. (2021). Pengaruh Modal Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Kain Perca. In *Jurnal Bisnis Net*.
- Efiana Manilang, Ester Novita Desi, & Yosia Belo. (2024). Inovasi dan Kreativitas: Pilar Utama dalam Kewirausahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82–92. <https://doi.org/10.59603/niantana.sikka.v3i1.609>

- Firdhaus, A., & Akbar, F. S. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Gubeng Surabaya. *Jurnal Proaksi*, 9(2), 173-187. <https://doi.org/10.32534/jpk.v9i2.2632>
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (n.d.). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. In *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen* (Vol. 6, Issue 1). <https://republika.co.id>
- Henirsa, P., Azimi, A., & Pontianak, I. (2023). Analisis Penguasaan Teknologi Bisnis Digital Dalam Keunggulan Bersaing Revolusi Industri 4.0 Pada Umkm Kuliner Di Kota Pontianak. *Jurnal Andromeda*, 1(2). <https://pontianak.go.id>
- Mulyani, M., & Soeprapto, V. S. (2024). Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Chick'n Mentai Burger, Pada Pranita Rasa Vegetarian. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 10(2), 136-144. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.517>
- Putri, N. A., Widyastuti, T., & Nilasari, P. (2024). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Tambun Selatan. *SENTRI:Jurnal Riset Ilmiah*, 3(2), 720-739.
- Rendy Wijaya, W., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Kuliner Jakarta Utara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05(03), 797-804.
- Salsabila, D., Shafa Salsabila, N., Resia, O., Tambun, D., Yulaeli, T., & Akuntansi, J. (2024). *Pengembangan Kreativitas, Inovasi, Dan Pengetahuan Wirausaha Muda Terhadap Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Unggul* (Vol. 2, Issue 2).
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). Jurnal Mirai Management Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206-211.
- Trisnawati, N. A. (2024). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Kabupaten Sampang. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(2), 5152-5160.