

ABSTRAK

Keberadaan Pasar Kreatif Jawa Barat merupakan bentuk optimis pemerintah kota Bandung terhadap sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor penyumbang terbesar terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Di level provinsi, Jawa Barat menjadi salah satu penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) di bidang ekraf, yakni 11,81 persen. Peluang dari beberapa faktor seperti gaya hidup yang sangat berkembang di kalangan masyarakat Kota Bandung menyebabkan tingginya permintaan terhadap industri kuliner, industri fesyen dan industri kriya di wilayah ini. Namun, hal ini tidak terlepas dari tantangan yang ada. Oleh karena masih sangat baru, yaitu satu bulan sejak diresmikan Pasar Kreatif Jawa Barat masih menghadapi berbagai kendala terutama bagaimana caranya agar bisa mempertahankan tenan yang sudah dan bahkan memiliki peningkatan jumlah tenan yang bergabung agar tercipta keberlanjutan usaha dimasa depan. Salah satunya adalah melalui kapabilitas inovasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kapabilitas inovasi yang meliputi, inovasi produk, inovasi layanan, inovasi proses, dan inovasi pemasaran terhadap keberlanjutan suatu usaha khususnya UMKM sektor kreatif. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menggunakan teknik *purposive sampling* yang mana pelaku usaha atau tenan beserta dengan karyawannya yang berjualan di Pasar Kreatif Jawa Barat dijadikan sebagai responden. Adapun responden penelitian ini berjumlah 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha di Pasar Kreatif Jawa Barat sedangkan inovasi proses dan pemasaran berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Sementara secara simultan, kapabilitas inovasi terbukti mempengaruhi keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Inovasi Layanan, Inovasi Proses, Inovasi Pemasaran, Keberlanjutan Usaha, Ekonomi Kreatif.