

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kreativitas

2.1.1.1 Pengertian Kreativitas

Menurut Suryana (2017;66) “Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (thinking new things).Kreatifitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang.”

Campbell (2012;11) menyatakan “Kreativitas adalah kegiatan yang mendatangka hasil yang sifatnya, baru, inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh, mengejutkan dan berguna. Orang kreatif selalu bekerja dengan sistematis dengan mengemukakan data dan informasi yang relevan.”

“Kreativitas yaitu kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada. Hasil yang diciptakan tidak selalu hal-hal baru, tetapi dapat juga berupa gabungan atau kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.” Munandar (2009) dalam Novita dan Nurhasanah (2018)

Menurut (Raeny Dwi Santy : 2018) “Kreativitas ditafsirkan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru untuk memecahkan masalah dan peluang wajah”

Franken and Naiman, Amesi (2011) mengungkapkan *“That creativity in entrepreneurial success requires whole-brain thinking; right-brain imagination, artistry and left-brain intuition, including left-brain logic and planning and entrepreneurs who succeed in business creative art do not listen to criticisms and cajole”* “Kreativitas dalam keberhasilan wirausaha adalah perlunya pemikiran seluruh otak; imajinasi otak kanan, seni dan intuisi otak kiri, termasuk logika dan perencanaan otak kiri dan pengusaha yang berhasil dalam bisnis seni kreatif tidak mendengarkan kritik dan bujukan”

Menurut Evrim Kabukcu (2015) *“Creativity is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at problems and opportunities”* “Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara baru dalam memandang masalah dan peluang

Menurut definisi diatas maka penulis mengemukakan Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk, atau gagasan apa saja yang pada dasarnya baru, dan sebelumnya tidak dikenal pembuatnya. yang dapat berupa imajinatif atau sintesis pemikiran yang hasilnya bukan hanya rangkuman. Dapat mencakup pembentukan pola baru dan gabungan informasi yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya dan pencangkakan hubungan lama ke situasi baru dan mungkin mencakup pembentukan korelasi baru. kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan hal baru yang belum pernah ada sebelumnya. Proses untuk menghasilkan hal baru tersebut dapat berasal dari proses imajinatif dari penciptanya sendiri, dapat juga berasal dari informasi dan pengalaman sebelumnya mengenai hal yang akan diciptakan, kemudian pencipta

melakukan penggabungan dan pembaharuan dari karya maupun gagasan yang pernah ada untuk menghasilkan karya maupun gagasan yang baru, dan berbeda dengan karya yang telah ada sebelumnya.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Kreativitas dapat terwujud membutuhkan adanya dorongan dalam diri individu (motivasi intrinsik) dan dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik) Bagas Irwan (2011)

A. Motivasi Untuk Kreativitas

Pada setiap orang ada kecenderungan atau dorongan untuk mewujudkan potensinya, membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya. Motivasi intrinsik ini yang hendaknya dibangun dalam diri individu sejak dini. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkenalkan individu dengan kegiatan-kegiatan kreatif, dengan tujuan untuk memunculkan rasa ingin tahu, dan untuk melakukan hal-hal baru.

B. Kondisi Eksternal yang mendorong perilaku kreativitas

Kondisi eksternal (dari lingkungan) secara konstruktif ikut mendorong munculnya kreativitas. Kreativitas memang tidak dapat dipaksakan, tetapi harus dimungkinkan untuk tumbuh. Individu memerlukan kondisi yang memungkinkan individu tersebut mengembangkan sendiri potensinya. Maka penting mengupayakan lingkungan (kondisi eksternal) yang dapat memupuk dorongan dalam diri individu untuk mengembangkan kreativitasnya. Menurut pengalaman Rogers dalam psikoterapi, penciptaan kondisi keamanan dan kebebasan psikologis memungkinkan timbulnya kreativitas yang konstruktif.

2.1.1.3 Proses Kreativitas

Untuk membangkitkan kreativitas memerlukan suatu proses dengan langkah langkah tertentu yaitu sebagai berikut (Zimmerer dalam Suryana, 2017;67)

1. Persiapan

Langkah persiapan dimaksudkan member kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal, pelatihan, pengalaman kerja. Untuk menyiapkan pemikiran kreatif harus dilakukan hal-hal yang sangat menunjang sebagai berikut: Belajar terus menerus, banyak membaca tentang apa saja, tidak terbatas pada disiplin ilmu sendiri dan dari berbagai sumber, bikin klipping. Kemudian coba berdiskusi walaupun dengan orang dibawah anda atau lain bidang, karena kadang kadang yang tidak ahli dalam bidang yang anda kuasai, mengajukan pertanyaan bodoh, tapi menimbulkan ide cemerlang. Coba anda masuk anggota asosiasi/ perkumpulan, belajar kebudayaan bangsa atau etnis lain, tingkatkan kemampuan mau mendengar terutama pada orang yang lebih tua dan banyak pengalaman.

2. Penyelidikan

Langkah kedua, investigation. Dalam hal ini harus dilakukan pelajari masalahnya dan identifikasi komponen utama permasalahan.

3. Transformasi

Langkah ketiga transformasi. Coba identifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan disini bisa berlaku analisis divergen dan konvergen. Convergen Thinking adalah kemampuan melihat

persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa. Divergent Thinking adalah kemampuan melihat perbedaannya,

4. Penetasan

Langkah keempat penetasan. Ini memerlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi. Masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masalah yang dihadapi. Walk away from the situation, ada pakar menyarankan three b's – bath, bed, and bus, kegiatan ini sangat kondusif guna menciptakan kreativitas. Suasana tanpa pikiran ini kadang menghasilkan pemikiran yang sangat kreatif. Lakukan relax dan santai, jangan pikirkan masalah itu terus menurus, tapi lupakan sementara, seringkali pikiran kreatif muncul bila kita olahraga, senam, sedang dikebun, ditaman dsb. Atau anda coba melakukan pekerjaan ditempat lain yang tidak biasa anda bekerja disitu, suasana ini akan membangkitkan ide kreatif.

5. Penerangan

Langkah kelima Illumination. Langkah ini terjadi pada saat inkubasi, secara spontan muncul ide baru. Langkah ini muncul dalam waktu tidak terbatas, ia bisa muncul tiba, biasanya pada saat anda sudah lupa dengan masalah tersebut.

6. Pengujian

Langkah keenam Pengujiann. Untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak, maka dilakukan percobaan, bikin simulasi, test market untuk produk, bikin pilot proyek dan lain-lain.

7. Implementasi

Langkah ketujuh Implementation. Ini mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan dan digunakan. Disini berlaku ungkapansiap, bidik, tembak, bukan siap, bidik, bidik, bidik terus bidik tak pernah sampai tembak.

2.1.1.4 Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2017:73) indikator Kreativitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Ingin tahu

Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar, terbukti dengan pengamatan pada spesies hewan manusia dan banyak.

2. Optimis

Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha ke arah kemajuan atau kejayaan.

3. Flexibel

Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok

4. Mencari Solusi dari Masalah

mencari permasalahan yang sedang terjadi di pasaran, dan cara baru yang lebih baik

5. Orisinal

Keaslian dalam menciptakan suatu produk.

2.1.2 Pengertian Lokasi Usaha

Fathoni (2016:22) “Salah satunya penentu dalam bisnis adalah menentukan lokasi tempat untuk bisnis. Lokasi usaha yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah di jangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen”

Sandra et all (2019) Mengemukakan “Lokasi Usaha yaitu pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha memiliki kekuatan untuk membuat atau menghancurkan strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik.”

“Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.(Fandi Tjiptono,2009).

M.iffan dan Lia Yulianti (2017) mengatakan Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Pemilihan lokasi harus memperhatikan potensi pasar yang tersedia di sekitar lokasi tersebut.

Sedangkan menurut Novita dan Nurhasanah (2018) “Lokasi Usaha yaitu tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh

setiap perusahaan oleh karena itu Lokasi yang salah, akan menyebabkan biaya operasi perusahaan tinggi, dalam berwirausaha lokasi merupakan salah satu yang sangat penting untuk dipertimbangkan sebelum seseorang memulai suatu usaha.”

Menurut Heizer & Render (2015) *“Location is the driver of costs and revenues, so the location gets the power to make the company's business strategy. Strategic location to maximize profits from the company's new location”* “lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi baru perusahaan”

Sedangkan (Kotler, 2009) mengemukakan “Berkenaan dengan unsur bauran pemasaran yang keempat yaitu place / tempat usaha dapat diartikan sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perbisnisan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan sasaran.”

Dari pengertian-pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam terjadinya peningkatan keuntungan yang memberikan salah satu peluang dalam memanfaatkan bisnis

2.1.2.1 Faktor-faktor Lokasi Usaha

Menurut Fandy Tjiptono (2009:92) dalam penelitian Asep Aminudin (2016) pemilihan tempat/lokasi fisik memerlukan pertimbangan cermat terhadap faktor-faktor berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi umum.

2. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu lintas (traffic), menyangkut dua pertimbangan utama:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya buying, yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa juga jadi hambatan.
4. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
5. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.
7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi restoran, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama terdapat restoran lainnya.
8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang rumah makan berlokasi terlalu berdekatan dengan pemukiman penduduk/tempat ibadah.

2.1.2.2 Indikator Lokasi Usaha

Fandy Tjiptono (2009) dalam Novita dan Nurhasanah (2018) mengemukakan indikator dari lokasi adalah sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
4. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Sebagai contoh, dalam menentukan lokasi perlu dipertimbangkan apakah di jalan/daerah yang sama terdapat pesaing lainnya

2.1.3 Pengertian Keberhasilan Usaha

Seperti yang kita ketahui bahwa keberhasilan usaha tidak mungkin diraih dengan begitu saja, tetapi harus melalui beberapa tahapan. “Keberhasilan usaha berupa terjadinya peningkatan yang dicapai oleh pengusaha berupa laba dalam waktu kurun tertentu” (Trustorini Handayani : 2018) Menurut Suryana (2011:38) mengemukakan bahwa “untuk menjadi wirausaha atau jadi pengusaha yang sukses pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu.”

Wibowo (2011:97) dalam Subambang dan & Darmawan Sriyanto (2016) “Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan.”

Keberhasilan usaha menurut Suryana (2011:85) dalam (Susi Sulastri, 2017) adalah “Keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Sesuai dengan

pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang di nilai dari keberhasilan sebuah usaha. Tetapi alasan laba yang menjadi faktor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika terjadi penurunan laba atau ketidakstabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan menjaga pertahanan usahanya.”

“Definisi kesuksesan bisnis adalah keadaan bahwa bisnis telah meningkat dari hasil sebelumnya. Keberhasilan bisnis adalah tujuan akhir dari sebuah perusahaan, bahwa semua kegiatan di dalamnya dimaksudkan untuk mendapatkan kesuksesan” Raeni Dwi Santy (2014: 3)

.Menurut (Ngwngwama, Ungerer, & Morrison, 2013) *“Business success is about the achievement of goals and objectivites of a company, which is not explicitly defined”* ” Keberhasilan bisnis adalah tentang pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan, yang tidak didefinisikan secara eksplisit”

Muhamad Amjad Saleem (2012) mengemukakan *“business success is usually definided in terms economic measures which include return on assets,*

sales, profits, employees and survival rates and no financial measures, such a customer staticfaction, personal development, and personal realization”

“Keberhasilan bisnis biasanya didefinisikan dalam hal ukuran ekonomi yang meliputi pengembalian aset, penjualan, laba, tingkat kelangsungan hidup karyawan dan tidak ada ukuran keuangan, seperti statis pelanggan, pengembangan pribadi, dan realisasi pribadi”

Dari berbagai definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu tujuan utama bisnis akan tetapi suatu bisnis akan berhasil jika para pengusaha mempunyai visi misi dan mempunya ide-ide yang menarik untuk mengembangkan usaha dan produknya jika bisnis berhasil maka para pengusaha juga akan mendapatkan dan dapat dinyatakan bahwa usaha tersebut dinyatakan mencapai keberhasilan usaha

2.1.3.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Keberhasilan Usaha

Menurut Tulus Tambunan (2012:14) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship. Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya, kebijakan

ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu; sistem perekonomian, sosio-kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

Menurut Suyatno (2010:179) “Berkaitan dengan faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini, hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko. Begitu juga hasil penelitian Murphy dalam sumber yang sa disumbangkan oleh kerja keras, dedikasi, dan komitmen terhadap pelayanan dan kualitas. Berbagai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil hasil identifikasi penelitian Luch tersebut pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha (pengetahuan, sikap dan keterampilan), pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seseorang pengusaha. Sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha.”

Keberhasilan suatu usaha diidentikkan dengan laba atau penambahan material yang dihasilkan oleh pengusaha, tetapi pada dasarnya keberhasilan usaha tidak hanya dilihat dari hasil secara fisik tetapi keberhasilan usaha dirasakan oleh pengusaha dapat berupa panggilan pribadi atau kepuasan batin.

Menurut Suryana (2017:44) keberhasilan usaha ditentukan oleh faktor-faktor berikut:

1. Kemampuan dan kemauan.
2. Memiliki tekad yang kuat dan kerja keras.

3. Ketepatan dan peluangnya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil

2.1.3.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator keberhasilan usaha menurut Wibowo (2011:97) dalam Subambang dan & Darmawan Sriyanto (2016) adalah sebagai berikut

1. (Laba/Profitability)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

2. Produktivitas

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

4. Kompetensi

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

5. Terbangunnya Citra Baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, trust internal dan trust external. Trust internal adalah kemampuan amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust external adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing

Indikator dalam penelitian ini adalah Laba, Produktivitas, Daya saing. Dan Kompetensi. Yang telah disesuaikan dengan tempat penelitian

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penulisan, penulis mempelajari dan membaca penelitian terdahulu yang dilakukan penelitian terdahulu, untuk menjaga keaslian penelitian, maka dapat dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Hari Susanto Vol. 4/No. 2/2019/200- 214 ISSN: 2503- 4901	ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, LOKASI USAHA DAN KREATIVITAS PENGUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA KECIL MENENGAH (UKM) (STUDI KASUS USAHA-USAHA KECIL MENENGAH DI SAMPIT)	Berdasarkan pada uji F (simultan) menunjukkan bahwa secara bersama-sama pengetahuan kewirausahaan, lokasi usaha dan kreativitas pengusaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha	Menggunakan Variabel Lokasi Usaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha	Menggunakan variabel Analisis
2.	Novita Ekasari dan	PENGARUH LOKASI DAN KREATIVITAS	Secara Simultan Lokasi dan Kreativitas merupakan	Menggunakan Variabel Kreativitas,	Studi kasus

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Nurhasanah Jurnal Sains Sosio Humaniora Vol 2 No 1 ISSN: 2580- 1244 Januari – Juni 2018	TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KAWASAN WISATA GENTALA ARASY KOTA JAMBI	satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Gentala Arasy Kota Jambi. Lokasi dan Kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha.	Lokasi Usaha dan keberhasilan Usaha	yang berbeda
3.	Sandra fitriyani, trisna murni sri warsono Vol 13, No 1 (2018) ISSN: 1978- 3884	PEMILIHAN LOKASI USAHA DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA JASA BERSKALA MIKRO DAN KECIL	Pemilihan lokasi berdasarkan faktor lingkungan bisnis berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Artinya semakin baik kondisi lingkungan bisnis disekitar lokasi usaha maka akan semakin mudah keberhasilan usaha dapat tercapai.	Menggunakan Variabel Lokasi usaha Terhadap Keunggulan Bersaing	Hanya menggunakan dua Variabel
4.	Widiya Dewi Anjaningrum, Agus Purnomo Sidi (2018) ISSN : 2622- 1276	KREATIFITAS DAN INOVASI PRODUK INDUSTRI KREATIF	Kasus industri kreatif di kota Malang kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing	Penggunaan variabel X1 Kreativitas	Tidak ada variabel Y
5.	Susi sulastri Jurnal DINAMIKA Vol. 3 No. 2 – Desember 2017 ISSN:2460- 3643	PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA SUSU KEDELAI DI KECAMATAN BRAJA SELEBAH LAMPUNG TIMUR	Pengaruh antara Jiwa Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha ditunjukkan bahwa Keberhasilan Usaha dipengaruhi Kewirausahaan dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain.	Variabel Y menggunakan Keberhasilan Usaha	Variabel X1 dan X2 berbeda
6.	Lila Fitria Sari (2013) ISSN 2252- 6552	PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA PEMASARAN PEDAGANG PAKAIAN JADI DI	Orientasi pasar dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada pedagang pakaian jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. Artinya semakin tinggi	Mnggunakan Variabel Kreativitas	XI Menggunakan orientasi pasar dan Y menggunakan Kinerja pemasaran

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		PASAR KLIWON KABUPATEN KUDUS	orientasi pasar ditingkatkan akan diikuti denan kinerja pemasaran pada Pasar Kliwon Kabupaten Kudus yang semakin meningkat.		
7.	Ifrina Nuritha, Saiful Bukhori, Windi Eka Yulia Retnani (2013) ISSN: 825-835	IDENTIFIKASI PENGARUH LOKASI USAHA TERHADAP TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MINIMARKET WARALABA DI KABUPATEN JEMBER DENGAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS	Analisis spasial dengan kombinasi data spasial dan atribut menunjukkan bahwa kedekatan lokasi	Menggunakan variabel Keberhasilan Usaha	Mengidentifikasi variabel
8.	Professor Tang Xiao Hua, Allieu Badara Kabia & Dorzhiev Arkady (2015) ISSN: 2249-4588	CREATIVITY & INNOVATION A ROAD MAP TO BUSINESS SUCCESS AND GROWTH IN SIERRA LEONE: FROM INTUITION TO PROCESS MANAGEMENT	inovasi dan kreativitas adalah input utama dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis di masyarakat dan ekonomi apa pun yang siap tumbuh dan berkembang menuju kemakmuran ekonomi karena mereka berfungsi sebagai landasan landasan dengan efek geometris positif pada pertumbuhan dan perkembangan sosial ekonomi yang menghasilkan suara dan kualitas Pemberian.	Variabel X1 menggunakan variabel Kreativitas	Menggunakan dua variabel Y
9.	Dr. Joy Amesi1 Dr. Margaret E. Akpomi2 Journal of Education and Practice ISSN 2222-1735 ISSN 2222-288X Vol.5, No.2, 2014	ENTREPRENEURS SUCCESS AND CREATIVITY IN BUSINESS EDUCATION	Pengusaha Sukses dan Kreativitas dalam Pendidikan Bisnis, itu disimpulkan bahwa ESCBEQ yang dikembangkan adalah a Peringkat yang valid dan andal instrumen yang bisa digunakan dalam menilai pengusaha sukses dan kreativitas dalam bisnis pendidikan.	Penggunaan variabel kreativitas sebagai variabel X	

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
10.	Mulyana, Sutapa ISSN 2086-0668 2337- 5434	THE IMPACT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND COLLABOTARIVE NETWORKS ON CREATIVE INDUSTRIES PERFORMANCE	Wirausaha yang baik orientasi yang didukung oleh inovasi kemampuan bisa meningkat Perusahaan kinerja. Manajerial Implikasi dari ini Penelitian adalah bahwa dalam menciptakan kemampuan inovasi dan keunggulan kompetitif perlu membuat yang baik jaringan kolaboratif	Penggunaan variable kreativitas	Menggunakan variabel Orientasi Kewirausahaan dan Jaringan Collabotarive pada Kinerja Industri Kreati

2.2 Kerangka Pemikiran

Di jaman modern seperti Wirausahawan yang sukses harus memiliki ide dan kemudian mencari cara agar ide tersebut sukses memecahkan masalah. Begitupun dalam bisnis pakaian, agar para konsumen tertarik penampilan produk-produk yang terlihat tentu harus dapat menyimpan kesan menarik. Maka dari itu pemikiran yang kreatif dalam menciptakan dan mengerjakan ide-ide yang unik dari para pemilik dan anggota di dalam perusahaan itu sendiri harus benar-benar luas

Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru membuat inovasi dari produk untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. Faktor ini menekankan kepada sejauh pelaku usaha dalam membuat atau memanfaatkan peluang yang ada sehingga dapat membuat konsumen bisa tertarik kepada produk yang dihasilkan oleh perusahaan untuk mencapai suatu keberhasilan dari usahanya.

Selain Kreativitas Untuk dapat mencapai keberhasilan usaha tentu perusahaan harus merencanakan pemilihan lokasi usaha yang strategis dimana

lokasi usaha tersebut terletak dipusat keramaian. Pemilihan lokasi yang strategis merupakan suatu bagian rencana berhasilnya sebuah usaha, dimana lokasi adalah hal yang penting untuk di rencanakan. Tempat usaha atau lokasi usaha haruslah berada ditempat yang strategis. Lokasi sangat berpengaruh bagi perkembangan usaha karena dengan pemilihan lokasi yang tepat, maka usaha akan mengalami peningkatan dan dapat mencapai keberhasilan usaha.

Oleh sebab itu, untuk mencapai keberhasilan usaha para pelaku usaha harus memperhatikan faktor-faktor terpenting disaat akan membuka usaha, agar bisa tercapainya keberhasilan usaha yang maksimal diantaranya yaitu lokasi usaha dan Kreativitas, maka perlu adanya pemahaman akan lokasi mana yang cocok untuk para pelaku usaha membuka bisnisnya. Dan para pelaku usaha perlu memiliki jiwa kreativitas, agar kreatif dalam menciptakan dan mengerjakan ide-ide yang unik supaya bisa tercapainya keberhasilan usaha.

2.2.1 Keterkaitan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Kreativitas adalah adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda, Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara (Novita&Nurhasanah:2018)

Jadi Kreativitas di butuhkan oleh seorang wirausaha dalam menciptakan sesuatu yang baru atau sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Sehingga tercapainya keberhasilan usaha dengan melakukan inovasi atau mengembangkan ide-ide dalam menjalankan suatu bisnis

Novita&Nurhasanah:2018 mengemukakan bahwa kreativitas Terdapat pengaruh yang signifikan pada dimensi kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

2.1.2 Keterkaitan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut Ifrina Nuritha et al (2013:2) mengatakan bahwa Pemilihan lokasi usaha yang strategis merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha.

Jadi Dalam perkembangannya lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha usaha dikarenakan dengan lokasi yang strategis akan memacu perusahaan untuk memacu usahanya agar bisa lebih berkembang sehingga menciptakan persaingan yang sehat di antara setiap pengusaha.

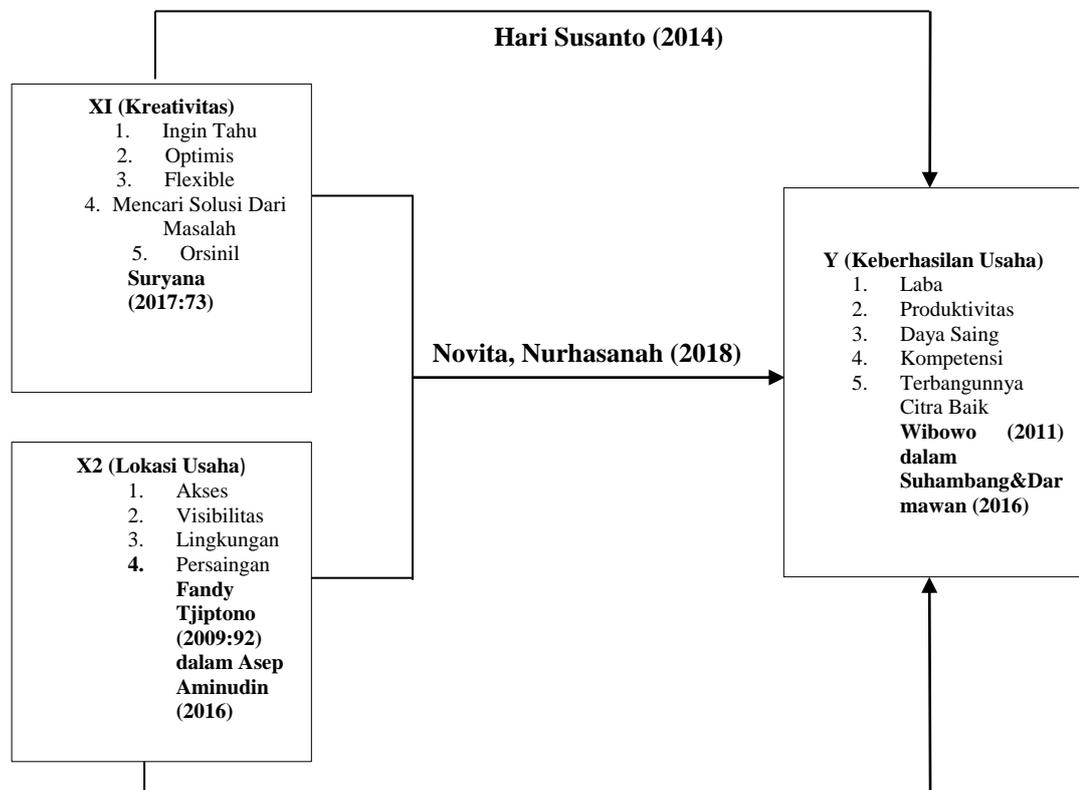
Dalam Hari Susanto (2019) menyimpulkan bahwa Variabel Lokasi Usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

2.1.3 Keterkaitan Kreativitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Untuk mencapai keberhasilan usaha banyak faktor yang mempengaruhinya, dimana diantaranya adalah penentuan lokasi usaha dan daya kreativitas dari para pelaku usaha itu sendiri penelitian ini juga menyatakan bahwa kreativitas dan lokasi usaha berpengaruh secara simultan satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha. Novita&Nurhasanah (2018)

Kreativitas dan Lokasi Usaha berpengaruh secara bersamaan terhadap Keberhasilan Usaha karena kedua variable tersebut dalam dunia usaha sangatlah diperlukan untuk pengusaha. Berdasarkan uraian diatas maka perlu adanya penelitian untuk melihat sejauh mana Kreativitas dan Lokasi Usaha berpengaruh

terhadap Keberhasilan Usaha, maka penulis menggambarkan hubungan tersebut kedalam skema kerangka pemikiran s ebagai berikut



2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut : Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pelaku Usaha Distro Parahyangan Plaza Bandung

H2: Terdapat Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pelaku Usaha Distro Parahyangan Plaza Bandung

H3: Terdapat Pengaruh Kreativitas dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pelaku Usaha Distro Parahyangan Plaza Bandung