

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, penulis sudah melakukan kajian pustaka dengan mencari teori-teori yang bisa dijadikan landasan dalam penelitian. Berikut defines, ruang lingkup, dan indikator yang berkaitan dengan variabel

2.1.1 Kreativitas

2.1.1.1 Pengertian Kreativitas

Menurut **Hadiyati (2011)** dalam **Widiya dan Agus (2018 : 32)** mendefinisikan kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang benar, tepat, bermanfaat dan bernilai terhadap suatu tugas yang bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan panduan, pedoman atau petunjuk yang akan menuntun kita untuk mempelajari dan menemukan suatu hal baru.

Menurut Suryana dalam penelitian **Hadiyati (2011:10)** kreativitas adalah Berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Kreativitas merupakan sumber penting

dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap growth (pertumbuhan) dan change (perubahan).

Menurut **Handiyati (2011:10)** Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (to create or to innovate) sesuatu yang baru, misalnya: sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai corporate baru, proses-proses manufacture yang baru, produkproduk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, cara-cara baru dalam pengambilan keputusan,

Menurut pengertian Kreativitas para ahli diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan. Kreativitas adalah pemikiran baru, mengembangkan ide baru, menemukan cara-cara baru dan mampu menghadapi peluang yang akan datang. Kreativitas juga harus mempunyai inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang benar, tepat, dan bermanfaat.

2.1.1.2 Ciri-Ciri Orang yang Mempunyai Kreativitas

Individu yang kreatif tidak hanya mampu melihat peluang atau potensi baru untuk suatu metode yang ada, mereka juga harus mampu memberikan solusi yang kreatif untuk masalah-masalah yang ada dan menerapkan ide-ide baru untuk mencapai keunggulan kompetitif pada suatu organisasi.

Modal utama pada seorang wirausahawan adalah kreativitas, keuletan, semangat pantang menyerah. Semangat pantang menyerah ini memandang

kegagalan adalah sebuah keberhasilan yang tertunda, meski terantuk dan jatuh, mereka akan bangkit kembali dengan gagah, merek tahan banting. Wirausaha yang kreatif, takkan habis akal bila mendapat tantangan, mereka akan merubahnya menjadi peluang.

Guilford dalam Buchari Alma (2018:69) menyatakan ada 5 ciri seseorang yang mempunyai kreativitas, yaitu:

1. Kelancaran (*Fluency*)

Kelancaran adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.

2. Keluwesan (*Flexibility*)

Keluwesan adalah kemampuan untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan atau pendekatan terhadap masalah.

3. Keaslian (*Originality*)

Orisinilitas adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise.

4. Elaborasi (*Elaboration*)

Elaborasi adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci.

5. Redefinisi (*Redefinition*)

Redefinisi adalah kemampuan untuk meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Berdasarkan ciri orang kreativitas di atas, dapat dipahami bahwa seseorang memiliki kreativitas tersendiri dengan melihat aspek-aspek pada dirinya yang dapat dikembangkan menjadi sebuah karya yang terbaru guna dapat diaplikasikan didalam kehidupan nyatanya.

2.1.1.3 Indikator Kreativitas

Menurut **Antonius Tanan dalam Suryana (2014:66)** Kreativitas adalah cara berfikir tentang kebaruan (novelty), perbedaan (different), kegunaan (utility) dan dapat dimengerti (understable) untuk menghasilkan suatu produk dalam berbisnis.

Dimensi dan indikator meruakan hal yang sangat penting dalam penelitian, dimana komponen-komponen untuk mengukur seorang yang mempunyai kreativitas dalam berwirausaha.

Antonius Tanan dalam Suryana (2014:74) menyatakan dimensi dan indikator dari kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Pencipta peluang, indikatornya:

- A. Antusias, pemahaman pelaku usaha dalam menanggapi gagasan.
- B. Bersemangat, pelaku usaha semangat dalam menciptakan peluang.
- C. Berkembang, pemahaman pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.

2. Penemu, indikatornya:

- A. Gigih, tetap teguh pada pendirian dan pikiran dalam berbisnis.
- B. Tekun, dimana pelaku usaha bersungguh-sungguh dalam menjalankan usaha.

- c. Bersedia kerja keras, pemahaman pelaku usaha dalam menemukan ide baru.

3. Pengambil risiko yang diperhitungkan, indikatornya:

- a. Berani memulai, keberanian pelaku usaha dalam memecahkan sebuah masalah.
- b. Tidak malu-malu, percaya diri dalam menciptakan produk yang terbilang baru di pasaran.
- c. Tidak takut gagal atau rugi, pelaku usaha berani mengambil resiko yang sudah diperhitungkan.

2.1.2 Inovasi produk

2.1.2.1 Pengertian Inovasi Produk

Inovasi merupakan langkah yang penting dilakukan sebuah usaha dalam mempertahankan produknya. **Pratami W (2019:54)** menjelaskan bahwa inovasi produk sering dilihat sebagai perubahan atau pengembangan suatu produk atau layanan. Dan kemampuan inovasi adalah salah satu aspek yang terkait dengan memberdayakan sumberdaya bisnis untuk menghasilkan produk baru. Menurut **Adelina dalam Muhajirin (2019:409)** Inovasi Produk pada dasarnya adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga Inovasi Produk merupakan salah satu yang digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Inovasi merupakan ide-ide baru dalam produk, sehingga menjadikan hasil suatu produk menjadi lebih baik.

Pendapat lainnya di kemukakan oleh **Robbins & Mary dalam Muhajirin (2019:409)** Inovasi adalah suatu ide, gagasan, praktek atau objek/benda yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi. Inovasi juga dapat diartikan sebagai pemikiran kreatif individu yang dapat menghasilkan ide bagi perusahaan. Inovasi produk menciptakan kualitas dengan berbeda dan dapat diterima konsumen sehingga mampu memberikan kepuasan konsumen.

Menurut **Sukarmen (2013) dalam Victor Ringhard (2018:68)** Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya.

Menurut Pengertian Inovasi Produk para ahli diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan, Inovasi Produk merupakan ide baru dalam produk yang dihasilkan perusahaan agar hasilnya semakin membaik, kemudian inovasi produk juga merupakan cara perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar, serta bertahan dalam melaksanakan usahanya, untuk memenuhi daya saing, dan mampu menyesuaikan diri dengan pergantian area yang terjadi.

2.1.2.2 Karakteristik Inovasi

Karakteristik Inovasi menurut **Sumarwan (2010) dalam Dewi Sondari, dkk (2013)**. Yaitu terdiri dari:

1. Keuntungan relatif dalam bidang ekonomi, faktor prestise sosial, kenyamanan dan kepuasan.

2. Ketahanan atau kekuatan, tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman-pengalaman masa lalu, dan kebutuhan akan para pengguna yang potensial.
3. Kompleksitas, tingkat dimana inovasi dipersepsikan sebagai sesuatu yang sulit untuk dimengerti dan digunakan.
4. Daya uji coba, tingkat dimana inovasi dalam batas-batas tertentu dapat diujicobakan.
5. Observabilitas, tingkat dimana hasil-hasil inovasi dapat dilihat oleh pihak lain.

2.1.2.3 Indikator Inovasi Produk

Menurut **Cynthia & Hendra, (2014:1217)** Inovasi produk merupakan produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar. Inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada.

Cynthia & Hendra menyatakan definisi dan indicator dari Inovasi produk adalah sebagai berikut:

1. Perluasan Produk (*line extensions*)

Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2. Peniruan Produk (*me-too products*)

Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

3. Produk Baru (*new-to-the-world products*)

Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja usaha adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenangnya dan tanggung jawabnya masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika (**Utaminingsih, dalam Febriansyah dan Muhajiri 2020:60**)

Kinerja bisnis menurut **Whitmore sdalam Ridwan Ibrahim (2015:285)** merupakan pencapaian target dalam bentuk yang harus diketahui dan dikomunikasikan ke semua pihak dalam organisasi, dan dikaitkan dengan visi yang ditugaskan ke sebuah organisasi.

Pengukuran kinerja bermanfaat bagi pemakainya untuk menyediakan umpan balik (feedback) yang membantu manajer dalam mengidentifikasi masalah dan membantu pemecahannya. Peranan dari pengukuran kinerja sendiri secara umum adalah untuk melakukan monitor, sebagai alat komunikasi, dan sebagai dasar reward system Menurut **Ostrenga & Harwood dalam Trihudiyatmanto dan Heri Purwanto (2018:33)**

Performa usaha merupakan komponen penting dalam keberhasilan suatu usaha. Kinerja merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi, **(Moeheriono dalam Louis Utama dan Jeremy Kristanti Nadi (2017:82))**

Menurut pengertian Kinerja Usaha para ahli di atas maka penulis dapat mengambil keputusan. Kinerja Usaha adalah tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan untuk dapat membuktikan perkembangan perusahaan yang ditandai dengan pertumbuhan modal laba dan pertumbuhan di faktor lain. Kinerja usaha juga merupakan pencapaian target dalam bentuk yang harus diketahui dan dikomunikasikan ke semua pihak perusahaan. Selain itu Kinerja usaha juga menyatakan feedback yang membantu manajer dalam mengidentifikasi masalah dan membantu pemecahannya.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Kinerja Usaha

Menurut **Handriani (2011)** faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja suatu usaha, termasuk usaha kecil dapat dikelompokkan menjadi tiga faktor, yaitu: faktor internal, faktor eksternal, dan faktor *entrepreneurial skill*. Ketiganya dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil melalui penerapan strategi.

1. Faktor internal

Faktor internal perusahaan yang secara strategis mempengaruhi tujuan perusahaan, yaitu pemasaran dan distribusi, penelitian dan pengembangan dan

rekayasa, manajemen produksi dan operasi, sumberdaya manusia perusahaan, dan Faktor keuangan dan akuntansi.

2. Lingkungan eksternal

Suatu perusahaan terdiri dari tiga kelompok faktor pertama, faktor-faktor yang berasal dari luar dan biasanya tidak memandang situasi operasional sebuah perusahaan, yaitu faktor ekonomi, sosial, politik, teknologi dan ekologi. Kedua, hambatan-hambatan untuk memasuki pasar, pesaing, usaha substitusi, dan kekuatan tawar menawar dari pembeli dan pemasok. Ketiga, lingkungan operasional yang meliputi posisi persaingan, profil pelanggan, supplier, kreditur, dan pasar tenaga kerja.

3. *Entrepreneurial skill*

Entrepreneurial skill yaitu berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik. Dengan demikian seorang entrepreneur harus tetap berlandaskan pada kemampuannya menerapkan fungsi-fungsi manajemen agar usaha yang dijelankannya dapat berhasil dengan baik.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Menurut **Purwaningsih dan Kusuma dalam Widya dan Agus (2018:33)**

Kinerja usaha merupakan ukuran keberhasilan suatu usaha yang untuk industri kecil biasanya diukur dari volume produksi dan hasil penjualan. Definisi lain mengatakan bahwa kinerja adalah kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar dan berorientasi pada tujuan dan keuangannya. Adapun indikator yang digunakan dalam mengukur kinerja adalah :

➤ **Pertumbuhan Penjualan,**

Yaitu mencerminkan kemampuan penjualan perusahaan dari waktu ke waktu.

➤ **Pertumbuhan Modal (capital growth),**

Merupakan hasil presentase dari peningkatan modal dibandingkan sekarang dengan modal sebelumnya.

➤ **Pertumbuhan Tenaga Kerja,**

Yaitu penambahan jumlah tenaga kerja pada tempat usaha.

➤ **Pertumbuhan Pasar,**

Sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari produk yang dihasilkan.

➤ **Pertumbuhan Laba,**

Merupakan tingkat penjualan dan perubahan laba dari waktu ke waktu.

2.1.4 Hasil penelitian sebelumnya

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini dapat disajikan penelitian terdahulu sehingga dapat membedakan keoriginalitasan penelitian. Penelitian terdahulu ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Tabel persamaan dan perbedaan terdahulu dengan penelitian ini

NO	NAMA	JUDUL	KESIMPULAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	1. Kalil 2. Evant Andi Aenuroh man (2020)	DAMPAK KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UKM	Kreativitas dan inovasi produk mampu meningkatkan kinerja	Kreativitas dan inovasi produk dijadika sebagai variable	Tempat penelitian UKM di Kota Semarang

		DI KOTA SEMARANG	usaha UKM secara positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan	independent dan Kinerja Usaha dijadikan variable dependen	
2	1. Efendi Febriansyah 2. Muhajirin (2020)	PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM TENUN MOTIF RENDA KOTA BIMA	Kreativitas dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima.	Kreativitas dan inovasi produk dijadikan sebagai variable independent dan Kinerja Usaha dijadikan variable dependen	Menggunakan usaha Tenun Motif Renda di kota Bima sebagai Penelitian
3	1. Elwisan 2. Rahayu Lestari (2019)	PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN, INOVASI PRODUK KREATIF DAN ORIENTASI PASAR UNTUK MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN UMKM	Orientasi Pasar tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif, dan pengembangan usaha memiliki peran positif terhadap kinerja pemasaran	Inovasi dan Kreativitas dijadikan variable independent	Hanya memiliki dua variable yang sama yaitu inovasi produk dan kreatifitas
4	1. Indra Jaya 2. Sumarni (2020)	PENGARUH MOTIVASI KERJA, KEMAMPUAN DAN KREATIVITAS TERHADAP	Secara parsial kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Kreativitas dijadikan variable independent Dan kinerja ukm dijadikan	Hanya memiliki dua variable yang sama, kreativitas dan kinerja usaha

		KINERJA UKM KERUPUK UDANG DI KECAMATAN TUNGKAL ILIR KABUPATEN TANJUNG JABUNG BARAT	Kinerja usaha	variable dependen	
5	Adijati Utaminingsih (2016)	PENGARUH ORIENTASI PASAR, INOVASI, DAN KREATIVITAS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA UKM KERAJINAN ROTAN DI DESA TELUK WETAN, WELAHAN, JEPARA	Inovasi dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasarann	Inovasi dan Kreativitas dijadikan variable independent	Variabel dependen menggunak an kinerja pemasaran
6	Louis Utama, Jeremy (2017)	PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA DENGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHA AN SEBAGAI MEDIASI PADA WIRAUSAHA DI ITC CEMPAKA MAS.	Hasil menunjukkan bahwa kreativitas memberikan pengaruh langsung ke kinerja usaha secara positif dan signifikan	Kreativitas dijadikan sebagai salah satu variable independen dan kinerja usaha sebagai variabel dependen	Salah satu varibel independen dijadikan mediasi.
7	Arianis Chan (2016)	THE INFLUENCE OF MARKET ORIENTATION	Ada pengaruh signifikan dari orientasi	Menggunakan Inovasi dan kinerja	Inovasi dan Kinerja Bisnis termasuk ke

		TOWARDS INNOVATION AND BUSINESS PERFORMANCE AT COMPANIES IN THE CREATIVE INDUSTRIES IN THE BANDUNG CITY	pasar untuk inovasi dan ada pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja bisnis.		variable dependen
8	Syed Shah Alam (2013)	RELATIONSHIPS BETWEEN INNOVATION CAPABILITIES, BUSINESS PERFORMANCE, MARKETING PERFORMANCE AND FINANCIAL PERFORMANCE : A LITERATURE REVIEW	Variabel inovasi sangat mempengaruhi kinerja bisnis	Sama sama menggunakan variable inovasi dan kinerja bisnis	Variabel independent menggunakan kinerja keuangan
9	Arif Syaifudin (2017)	THE IMPACT OF CREATIVITY AND INNOVATION ON INCREASING MICRO ENTERPRISE INCOME PKL GADING FAJAR SIDOARJO	Kreativitas dan Inovasi secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap peningkatan Mikro	Inovasi dan Kreativitas dijadikan variable independent	Variabel Dependen menggunakan Pendapatan Mikro

2.2 Kerangka Pemikiran

Wirausaha di dalamnya terdapat berbagai macam usaha, contohnya usaha di bidang kuliner, fashion, kerajinan dan lain-lain. UKM merupakan sektor penting untuk sumber perekonomian masyarakat Indonesia. Dengan seiring perubahan lingkungan bisnis yang dihadapi, UKM saat ini menjadi semakin kritis. UKM tetap dituntut untuk bisa berkompetisi agar usahanya tetap lanjut, kondisi ini membuat rendahnya produktivitas yang dihasilkan dan usaha yang di jalankan menjadi terabcam. Hal seperti ini disebabkan rendahnya adaptasi UKM dalam tantangan lingkungan usahanya,

Wirausaha yang sukses harus memiliki ide baru, membuat produk tersebut menjadi sukses dan mencari solusi jika terjadi masalah. Begitupun dalam bisnis pakaian, agar para konsumen tertarik oleh penampilan produk, para pelaku usaha harus menyiapkan kesan yang menarik pada suatu produk. Maka dari itu, para pelaku usaha harus berfikir yang kreatif dalam menciptakan dan produk yang baru. Para pemilik dan karyawan di dalam perusahaan itu sendiri harus mencari ide yang kreatif.

Kemudian sesuai dengan teori-teori yang ada, penulis dapat jelaskan bahwa dalam kreativitas terdapat dimensi dan indikator seperti pencipta peluang dimana hal ini dapat diukur dengan pencipta peluang, penemu, dan pengambilan resiko yang diperhitungkan. Dalam pencipta peluang diperlukan antusias pelaku usaha dalam menanggapi gagasan, kemudian antusias dalam menciptakan peluang. Kemudian dalam dimensi penemu diperlukan tekun dalam menjalankan bisnis dan

bekerja keras dalam menemukan ide baru. Kemudian dalam dimensi pengambilan resiko yang diperhitungkan yaitu berani memulai dalam memecahkan sebuah masalah, tidak malu-malu dalam menciptakan produk yang terbilang baru di pasaran, dan tidak takut gagal atau rugi. Maka semakin baiknya kreativitas seorang pelaku usaha akan berdampak pada kinerja usaha.

Selin Kreativitas, Inovasi juga sangat dibutuhkan untuk seseorang pelaku usaha, dengan adanya inovasi pelaku usaha dapat mengetahui bagaimana kinerja pada usaha mereka. mengembangkan produk usaha yang dimiliki dapat menjadi sebuah inovasi yang merupakan cara untuk memperkenalkan produk yang lebih menarik untuk dipasarkan. Dengan memiliki produk yang lebih baik dari produk sebelumnya, dapat menciptakan sebuah kinerja yang baik.

Inovasi merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan oleh seorang pelaku usaha, dengan adanya inovasi pelaku usaha dapat mengetahui bagaimana kinerja pada usaha mereka. dengan memiliki produk yang lebih baik dari produk sebelumnya, dapat menciptakan sebuah kinerja yang baik. Melalui hal tersebut akan mampu memenangkan daya saing. pelaku usaha di Distro Plaza Parahyangan membutuhkan sebuah inovasi untuk produk mereka agar dapat menciptakan kinerja yang baik bagi usaha mereka.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel

2.2.1.1 Pengaruh Kreativitas (X1) dan inovasi Produk (X2)

Menurut **Woodman, Sawyer, and Griffin dalam Shahzad, Nosheen, Awais (2011:1)** mengatakan bahwa : “ Creativity and innovation are two important factors that organization adopt to make themselves successful or to adapt change”.

(Kreativitas dan inovasi adalah dua faktor penting bahwa organisasi mengadopsi untuk membuat diri mereka sukses atau untuk beradaptasi perubahan).

Kreativitas merupakan langkah pertama dalam inovasi, yang merupakan kesuksesan pengimplementasian kebaruan, kecocokan ide-ide dan inovasi sangat vital untuk kesuksesan perubahan jangka panjang. Karena dunia bisnis dinamis perubahan langkah harus selaras dengan percepatan, tidak ada perusahaan yang terus menerus menawarkan barang atau jasa yang sama dapat bertahan hidup **lama (Wynder, 2008) dalam Hendro Tanoko (2010:116).**

Menurut **Stoner , Freeman dan Gilbert, dalam Wahab Sya'roni dan Sudirham (2012:46)** mengemukakan bahwa Kreativitas sebagai ide baru dan inovasi sebagai penerjemah ide baru menjadi perusahaan baru, produk baru, jasa baru, proses baru atau metode baru untuk memproduksi.

2.2.1.2 Pengaruh Kreativitas (X1) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Seseorang yang memiliki ciri kreativitas adalah orang yang selalu mencari peluang, menemukan ide baru, dan berani mengambil resiko yang sudah diperhitungkan. Hal tersebut menjadi unsur terpenting dalam mengelola kegiatan suatu usaha untuk mencapai tujuan dari usaha tersebut. Tujuan yang akan dicapai dalam berbisnis tentunya meningkatkan kinerja usaha agar meningkatkan penjualan.

Menurut **Verhees dalam Lila Fitria Sari (2013:115)** Variabel kreativitas mempunyai pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan terhadap variabel kinerja.

Sedangkan menurut **Aloysius Gunadi Brata dalam Firmansyah (2016:9)** mengungkapkan bahwa : “ inovasi produk penting bagi satu unit usaha untuk makin berkembang. Hanya usaha yang mampu menciptakan inovasi – inovasi baru sajalah yang mampu bertahan dan bekembang. Dengan kata lain, inovasi akan sangat menentukan kinerja suatu usaha

2.2.1.3 Pengaruh Inovasi (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Kinerja perusahaan tidak dapat dipisahkan dari orientasi pasar yang diterapkan, inovasi produk yang berkelanjutan, dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan yang semuanya sangat mendukung pengembangan usaha kecil menengah. Penelitian (**Hendri Herman, dkk 2018**) menyatakan bahwa orientasi pasar, inovasi produk, dan keunggulan bersaing secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah. Didukung dari penelitian (**Lapian, 2016**) yang menyatakan bahwa orientasi pasar dan inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja.

Berdasarkan beberapa teori inovasi di atas, secara singkat inovasi adalah kemampuan menerapkan ide-ide baru (ide kreatif) terhadap peluang yang ada untuk memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Hasil penelitian yang dilakukan oleh **Mohd. Rosli dan Syamsuriana (2013)** terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap kinerja usaha. Kemudian **Widya dan Agus pada tahun (2013)** bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usah.

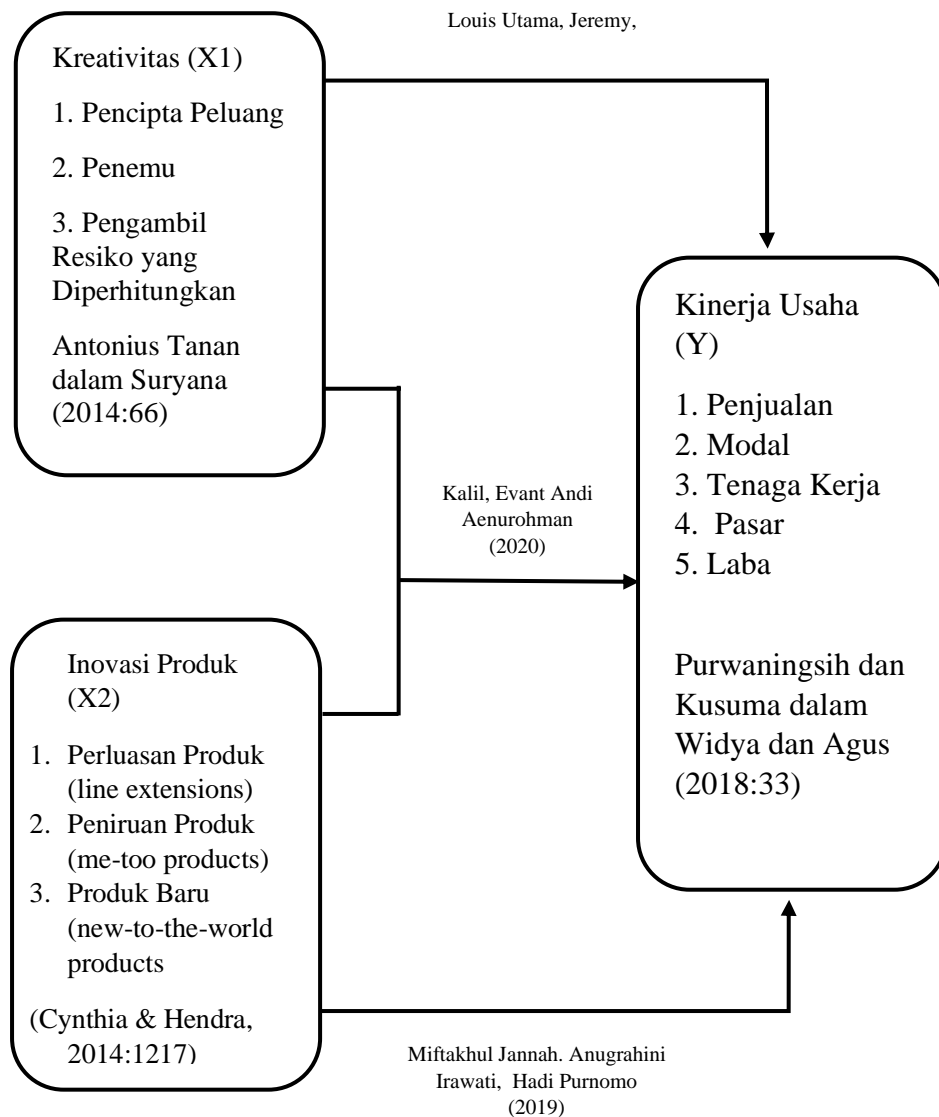
2.2.1.4 Pengaruh Kreativitas (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Kreativitas merupakan Langkah dalam inovasi, yang merupakan kesuksesan pengimplementasian kebaruan, kecocokan ide-ide dan inovasi sangat vital untuk kesuksesan perubahan jangka panjang. Karena dunia bisnis semakin berubah, Langkah harus selaras dengan percepatan, tidak ada perusahaan yang terus menerus menawarkan barang atau jasa yang sama dapat bertahan hidup lama, menurut **Wynder dalam Hendro Tanako (2010:116)** juga menyatakan bahwa kreativitas strategi merupakan sesuatu hasil pemikiran seseorang atau tim kerja yang lain dari biasanya untuk mewujudkan suatu kerja inovasi yang bermakna. .

Secara simultan kreativitas dan inovasi juga mampu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan dalam upaya meningkatkan kinerja UKM. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh **Anjaningrum & Sidi (2018)** dalam **Kalil & Aenurohman (2020:79)** yang menemukan bahwa kreativitas dan inovasi baik secara parsial maupun bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dan keberhasilan usaha.

Kreativitas merupakan suatu kesatuan yang penting terhadap kinerja usaha suatu perusahaan, dan inovasi adalah langkah kedua yang harus ditempuh dalam meningkatkan kinerja usaha. Hal ini dikuatkan dengan beberapa teori yang menjelaskan kreativitas dan inovasi berpengaruh dalam kinerja usaha. Ketika seseorang diberikan kebebasan dalam mengeksplorasi ide kreatif mereka maka sebuah inovasi pun akan terjadi dan hal ini tentu sangat berpengaruh dalam perusahaan. **Stoner, Freeman dan Gilbert, dalam Lila Fitria Sar (2013:113)**. Kreativitas diukur dengan munculnya ide baru, inovasi, dan proses kreativitas.

Berdasarkan keterkaitan antar-variabel diatas, maka paradigma penelitian diatas digambarkan sebagai berikut ini :



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang dimaksud untuk menjawab permasalahan yang ada. Menurut **Husein Umar (2002:62) dalam Muhammad Iffan dan Lia Yulianti (2017:23)** adalah “Pernyataan sementara yang perlu dibuktikan benar atau tidak” setiap riset terhadap suatu objek harus dibawah tuntunan suatu hipotesis yang berfungsi sebagai pegangan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya.

Adapun hipotesis yang peneliti simpulkan dalam penelitian ini adalah :

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

H2: Terdapat Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Pada Pelaku Usaha Distro Parahyangan Plaza Bandung

H3: Terdapat Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Pada Pelaku Usaha Distro Parahyangan Plaza Bandung