

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Kreativitas**

###### **2.1.1.1 Definisi Kreativitas**

Setiap orang memiliki tingkatan kreatif pada tingkat tertentu, tetapi orang yang mempunyai kemampuan dan bakat dalam bidangnya dapat lebih kreatif daripada orang lain. Seorang wirausahawan adalah pemikir yang kreatif, mereka tidak mengikuti cara berfikir yang telah menjadi kebiasaan dan dilakukan oleh pada orang umumnya (Deakins, Bensemman, Battisti, & Deakins, 2016).

Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda bisa bersumber dari konsumen (Suryana, 2008) dan (Trustorini Handayani : 2015). Kreativitas menurut Buchari Alma (2009) dalam buku kewirausahaan menyatakan bahwa:

“kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan, maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya”.

Kreativitas ialah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* atau sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang

akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru (Ernani Hadiyati, 2011:10). Sedangkan menurut Zimmerer (2003:10), kreativitas ditafsirkan sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru untuk memecahkan masalah dan peluang wajah (Raeny Dwi Santy : 2018).

Atribut orang yang kreatif adalah : terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berfikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang telah diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar kemampuan untuk mengasah ide-ide yang baru, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berfikir dalam imajinasi, dan selektif.

Jadi kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, yang berbeda dengan pandangan orang lain, memiliki keaslian sendiri, dan memiliki atribut tidak takut gagal serta berani mengambil resiko yang akan di hadapi.

#### **2.1.1.2 Ciri-Ciri Orang Kreatif**

Ciri-ciri orang berpikir kreatif menurut Suryana (2013) terdapat pada Tabel di bawah ini:

**TABEL 2. 1**  
**Ciri-Ciri Orang Kreatif**

No	Ciri-Ciri	Indikator
1	Tertantang terhadap keadaan yang sudah ada ( <i>challenges status quo</i> ).	Tidak merasa puas dengan keadaan yang ada/prestasi yang telah di capai, selalu membuat perubahan, perbaikan dan pengembangan
2	Selalu ingin tahu ( <i>curios</i> ).	Selalu ingin tahu dan selalu mengeksploitasi lingkungan dan menginvestigasi kemungkinankemungkina baru
3	Miliki Motivasi diri yang tinggi ( <i>self-motivated</i> )	Tanggap terhadap kebutuhan dan dalam, selalu proaktif dan menghargai setiap usaha.
4	Miliki visi kedepan ( <i>visionary</i> )	Memiliki Imajinasi yang tinggi dan memiliki pandangan jauh ke depan
5	Berani menghadapi resiko ( <i>takes risks</i> ).	Berani mencoba dan menanggung kegagalan
6	Penghibur, menyenangkan orang lain ( <i>entertains the fantastic</i> ).	Memunculkan ide ide gila, memandang sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin.
7	Orang yang suka humor ( <i>playful/humorous</i> ).	Memiliki keterkaitan kepada yang mengaggumka
8	Suka berkeliling/berkelana ( <i>peripatetic</i> ).	Suka berkeliling/berkelana Selalu mengubah lingkungan dan melakukan perjalanan untuk memperoleh inspirasi yang segar

Sumber: (Suryana, 2013:118)

### 2.1.1.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas

Menurut Rogers (dalam Munandar 2009), faktor-faktor yang dapat mendorong terwujudnya kreativitas individu diantaranya:

- a. Dorongan dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik).

Setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreativitas, mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan hubungan baru dengan lingkungannya dalam

upaya menjadi dirinya sepenuhnya. Hal ini juga didukung oleh pendapat Munandar (2009) yang menyatakan individu harus memiliki motivasi intrinsik untuk melakukan sesuatu atas keinginan dari dirinya sendiri, selain didukung oleh perhatian, dorongan, dan pelatihan dari lingkungan.

Menurut Rogers (dalam Munandar 2009), kondisi internal (internal press) yang dapat mendorong seseorang untuk berkreasi diantaranya:

- 1) Keterbukaan terhadap pengalaman Keterbukaan terhadap pengalaman adalah kemampuan menerima segala sumber informasi dari pengalaman hidupnya sendiri dengan menerima apa adanya, tanpa ada usaha *defense*, tanpa kekakuan terhadap pengalaman-pengalaman tersebut dan keterbukaan terhadap konsep secara utuh, kepercayaan, persepsi dan hipotesis. Dengan demikian individu kreatif adalah individu yang mampu menerima perbedaan.
- 2) Kemampuan untuk menilai situasi sesuai dengan patokan pribadi seseorang (*internal locus of evaluation*). Pada dasarnya penilaian terhadap produk ciptaan seseorang terutama ditentukan oleh diri sendiri, bukan karena kritik dan pujian dari orang lain. Walaupun demikian individu tidak tertutup dari kemungkinan masukan dan kritikan dari orang lain.
- 3) Kemampuan untuk bereksperimen atau “bermain” dengan konsep-konsep. Merupakan kemampuan untuk membentuk kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.

b. Dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik)

Munandar (2009) mengemukakan bahwa lingkungan yang dapat mempengaruhi kreativitas individu dapat berupa lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Lingkungan keluarga merupakan kekuatan yang penting dan merupakan sumber pertama dan utama dalam pengembangan kreativitas individu. Pada lingkungan sekolah, pendidikan di setiap jenjangnya mulai dari pra sekolah hingga ke perguruan tinggi dapat berperan dalam menumbuhkan dan meningkatkan kreativitas individu. Pada lingkungan masyarakat, kebudayaan-kebudayaan yang berkembang dalam masyarakat juga turut mempengaruhi kreativitas individu. Rogers menyatakan kondisi lingkungan yang dapat mengembangkan kreativitas ditandai dengan adanya:

- 1) Keamanan psikologis Keamanan psikologis dapat terbentuk melalui 3 proses yang saling berhubungan, yaitu:
  - a) Menerima individu sebagaimana adanya dengan segala kelebihan dan keterbatasannya.
  - b) Mengusahakan suasana yang didalamnya tidak terdapat evaluasi eksternal (atau sekurang-kurangnya tidak bersifat atau mempunyai efek mengancam.
  - c) Memberikan pengertian secara empatik, ikut menghayati perasaan, pemikiran, tindakan individu, dan mampu melihat dari sudut pandang mereka dan menerimanya.

- 2) Kebebasan psikologis Lingkungan yang bebas secara psikologis, memberikan kesempatan kepada individu untuk bebas mengekspresikan secara simbolis pikiran-pikiran atau perasaan-perasaannya.

Munandar (2009) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dapat berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan (inteligensi) dan pemerayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan ketrampilan. Faktor kepribadian terdiri dari ingin tahu, harga diri dan kepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambil resiko dan sifat asertif.

#### **2.1.1.4 Indikator Kreativitas**

Menurut Suryana (2006:42) indikator Kreativitas sebagai berikut :

1. Ingin tau

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 jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

#### 5. Suka Berimajinasi

Daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

### **2.1.2 Inovasi**

#### **2.1.2.1 Definisi Inovasi Produk**

Inovasi dari kata *innovation* yang dapat diartikan sebagai proses atau hasil pengembangan pemanfaatan/ mobilitas pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk memperbaiki produk (barang atau jasa). Inovasi merupakan penerapan ide-ide baru dari pemikiran kreatif (Roger: Event M: 2003). Menurut Larsen and Luwis (207) dalam Ernani (2011:11) bahwa inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang, Inovasi merupakan salah satu proses penting kewirausahaan dalam meraih kesuksesan usaha/bisnis.

Di dalam inovasi ada inovasi produk, inovasi proses, inovasi, strategik, inovasi dalam hubungan, inovasi struktur organisasi dan lain sebagainya. Yang menjadi fokus penelitian ialah inovasi produk. Inovasi dapat menjadi berbagai bentuk, warna, ukuran dan teknologi yang mendukung segala proses pembuatan produk (Trustorini Handayani : 2018). Inovasi produk merupakan perbaikan produk-produk yang sudah ada menjadi lebih baik dengan pemikiran yang berbeda dari yang lain (Abdullah : 2016)

Inovasi produk merupakan elemen penting dalam suatu perusahaan, termasuk perusahaan yang bergerak dalam apapun. Setiap pembaruan dalam hal produk perusahaan akan menentukan keputusan pembelian konsumen, dan akan meningkatkan angka penjualan perusahaan dan menyebabkan daya saing perusahaan dalam industri yang dilakukan oleh perusahaan (Eddy Soeryanto Soegoto and Raeny Dwi Santy : 2013)

Menurut Nelly A. (2001) bahwa, inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau di kembangkan yang berhasil dipasarkan. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Menurut Aang Curatman dkk (2016) pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Bagi perusahaan, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti perusahaan tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya (Trustorini Handayani : 2017). Inovasi produk merupakan hal yang mendukung atau membantu dalam mengembangkan produk yang sudah ada (Agrosamdhya, R:2018). Menurut Rizki Zulfikar (2018) inovasi dapat menunjang kapabilitas jejaring usaha dan menambah penciptaan nilai untuk pelanggan. Oleh sebab itu pengusaha diharapkan menawarkan produk inovatif serta memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan. Inovasi dan kreativitas memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha melainkan juga untuk unggul dalam persaingan (Wulantika, Lita: 2013).

#### **2.1.2.2 Ciri-Ciri Inovasi Produk**

Menurut Setiadi Nugroho (2010) menyatakan bahwa ciri-ciri inovasi produk terdiri dari 5 hal yaitu:



- a. Keunggulan relatif (relatif advantage), pertanyaan terpenting untuk diajukan dalam mengevaluasi keberhasilan potensial dari suatu produk baru yaitu, “apakah produk bersangkutan akan dirasa menawarkan keunggulan yang jauh lebih besar dibandingkan produk yang digantikan.
- b. Keserasian/kesesuaian (compatibility), adalah determinan penting dari penerimaan produk baru. Kesesuaian merujuk pada tingkat dimana produk konsisten dengan nilai yang sudah ada dan pengalaman masa lalu dari calon adopter.
- c. Kekompleksan (complexity), adalah tingkat dimana inovasi dirasa sulit untuk dimengerti dan digunakan. Semakin kompleks produk bersangkutan, semakin sulit produk itu memperoleh penerimaan.
- d. Ketercobaan (trialability) Merupakan tingkat apakah suatu inovasi dapat dicoba terlebih dahulu atau harus terikat untuk menggunakannya. Suatu inovasi dapat diuji cobakan pada keadaan sesungguhnya, inovasi pada umumnya lebih cepat diadopsi. Untuk lebih mempercepat proses adopsi, maka suatu inovasi harus mampu menunjukkan keunggulannya. Produk baru lebih mungkin berhasil jika konsumen dapat mencoba atau bereksperimen dengan ide secara terbatas.
- e. Keterlihatan (observability) Tingkat bagaimana hasil penggunaan suatu inovasi dapat dilihat oleh orang lain. Semakin mudah seseorang melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan inovasi diadopsi oleh orang atau sekelompok orang. Keterlihatan dan kemudahan komunikasi mencerminkan tingkat di mana hasil dari pemakaian produk baru terlihat oleh teman dan tetang

### 2.1.2.3 Proses Inovasi Produk

Menurut Buchari Alma (2010:10), proses inovasi merupakan faktor personal yang mendorong inovasi itu sendiri, adalah : keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Sedangkan faktor-faktor *environment* mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas. Tidak diragukan lagi pengalaman adalah sebagai guru yang berharga yang memicu perintisan usaha, apalagi ditunjang oleh adanya peluang dan kreativitas. Sedangkan menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:8) proses inovasi adalah kemampuan dalam menambahkan nilai guna/manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memerhatikan “market oriented” atau apa yang sedang laku dipasaran. Inovasi produk merupakan proses dalam membawa teknologi yang baru untuk ditanggapi (Raeny Dwi Santy : 2016).

### 2.1.2.4 Indikator Inovasi Produk

Menurut Thomas W. Zimmerer dan N.M. Scarborough (2008:57) indikator inovasi produk yaitu:

1. Perubahan desain.

Kemampuan sebuah produk bertahan dalam siklus sebuah pasar ditentukan oleh bagaimana sebuah desain mampu beradaptasi akan perubahan-perubahan dalam bentuk apapun yang terjadi dalam pasar yang dimasuki produk tersebut, sehingga kemampuan tersebut menjadi nilai keberhasilan bagi produk itu sendiri dikemudian hari (Muhajirin, 2013).

2. Inovasi teknis.

Inovasi teknis adalah inovasi pada proses pengusaha dalam menghasilkan produk. Banyak inovasi teknis terjadi lewat usaha-usaha, yang bertujuan

memuaskan tuntutan pelanggan. Pelanggan selalu mencari produk yang baru, lebih baik, lebih cepat, dan/atau lebih murah. Misalnya, banyak inovasi teknis telah mendorong pergeseran ke sistem komunikasi nirkabel (wireless). Bahkan sekalipun tidak ada produk baru, inovasi tetap dapat terjadi (Lukas dan Ferrell, 2000).

### 3. Pengembangan produk

Menurut Sofjan Assauri (2010), pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktifitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk kearah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar.

## **2.1.3 Keberhasilan Usaha**

### **2.1.3.1 Definisi Keberhasilan Usaha**

Seperti yang kita ketahui bahwa keberhasilan usaha tidak mungkin diraih dengan begitu saja, tetapi harus melalui beberapa tahapan untuk mencapai tujuan. Menurut Suryana (2008:38) 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 maupun uang. Langkah selanjutnya yang sangat penting adalah dengan membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis (Algifari, 2011:118) dalam (Isnari Budiarti : 2016)

Dalam pengertian umum, keberhasilan usaha menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik/unggul dari pada masa sebelumnya. Keberhasilan usaha berupa

terjadinya peningkatan yang dicapai oleh pengusaha berupa laba dalam waktu kurun tertentu (Trustorini Handayani : 2018). Hal tersebut selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Moch. Kohar Mudzakar (1998) yang menyatakan bahwa: Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada lainnya yang sederajat atau sekelasnya.

Keberhasilan suatu usaha dapat diukur dari berbagai segi, diantaranya dari laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha dalam kurun waktu tertentu (Waridah, 1992). Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan perusahaan/ usaha dengan berorientasi pada tujuan akhir yang berhasil (Raeny Dwi Santy: 2018). Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan pengusaha adalah proses dalam penambahan Jumlah karyawan, peningkatan omzet penjualan dan lain-lain (Bienayme dalam Novari, 2002).

Menurut W.J.S. Poerwardana (2005:345) “Dalam kamus bahasa Indonesia yang dimaksud dengan usaha kecil yaitu sesuatu yang diadakan oleh usaha berhasil yaitu mengeluarkan hasil, ada hasil. Keberhasilan adalah barang-barang yang dihasilkan. Adapun pengertian usaha adalah kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud, kegiatan belajar, pekerjaan (untuk menghasilkan sesuatu).”

### **2.1.3.3 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha**

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Menurut Zimmerer dalam (Fenny FD,2007:8) faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah :

- a. Perilaku Kewirausahaan
- b. Keterampilan
- c. Latar Belakang Pendidikan
- d. Kualitas Pelayanan

Selain itu menurut Tulus Tambunan (2002:14) ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha baik dari faktor internal maupun eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah :

- a. Kekuatan Modal
- b. Kualitas SDM
- c. Penguasaan Teknologi
- d. Sistem Manajemen
- e. Jaringan Bisnis dengan pihak luar
- f. Tingkat Enterpreneurship

Sedangkan faktor Eksternal yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah :

- a. Kebijakan Ekonomi
- b. Sistem Perekonomian
- c. Sistem Perburuhan dan kondisi perburuhan
- d. Tingkat Pendidikan Masyarakat
- e. Lingkungan Global

Dari faktor-faktor diatas yang dinilai dominan dalam mempengaruhi keberhasilan usaha mikro adalah faktor internal yaitu tingkat kewirausahaan yang

akan membentuk perilaku kewirausahaan dari pengusaha untuk mengelola usahanya menggunakan cara-cara yang berbeda dan lebih efisien guna menunjang keberhasilan usaha yang ingin dicapai. Seperti kita ketahui, pada usaha-usaha mikro pemilik merangkap sebagai manajer dan juga pekerja sehingga peran usaha itu sangat menentukan dalam mengelola usahanya, untuk itu dibutuhkan kewirausahaan yang tinggi yang ditandai oleh perilaku kewirausahaan yang positif yang dimiliki oleh pengusaha sebagai dasar pengelolaan usahanya.

Faktor internal yang lain seperti kekuatan modal, penguasaan teknologi sebagai sistem dan sistem manajemen akan berkaitan erat dengan kualitas SDM dan juga kemampuan kewirausahaan dalam mengelola semua aspek tersebut. Selanjutnya jaringan bisnis yang luas memberikan peluang kepada pengusaha untuk menghasilkan output produksi yang tinggi

#### **2.1.3.4 Indikator Keberhasilan Usaha**

Menurut Suryana (2003:85) indikator Keberhasilan Usaha sebagai berikut:

- a. Modal Uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dsb) yg dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yg menambah kekayaan.
- b. Pendapatan Jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan dari penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan.

- c. Volume penjualan Jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau yang ingin dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu
- d. Tenaga Kerja Penduduk dalam usia kerja yang siap melakukan pekerjaan, antara lain mereka yang sudah bekerja, mereka yang sedang mencari pekerjaan, mereka yang bersekolah, dan mereka yang mengurus rumah tangga

#### 2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

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

**TABEL 2. 2**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian/ Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil  Oleh: Ernani Hadiyati (2011) ISSN 14570243	Inovasi berpengaruh besar terhadap kewirausahaan.	Sama-sama memakai X1, X2 sebagai Variabel dan menggunakan 3 variabel	Variabel Y, dan Objek Penelitian
2	<i>Effect Of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladessh</i>  Oleh : Md.Aminul Islam, Mohammad Aktarazzaman Khan, Abu Zafar	<i>The characteristic of Entrepreneur is found to be a significant factor for business success of SMEs in Bangladesh. However the firm characteristic are found not to be significant factor on the business success of SMEs in Bangladesh. The results of analysis show that only on the demographic factors</i>	Penggunaan Variabel Keberhasilan Usaha ( <i>Business Succes</i> ) sebagai variabel dependen	Penggunaan Variabel Effect of Entrepreneur and firm characteristics sebagai variabel independen, sedangkan peneliti menggunakan Variabel inovasi dan Kreativitas

No	Judul Penelitian/ Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	<p>Muhammad Oibadullah; M.SyedAlam</p> <p>International Journal Of Business and Management Vol.6, No.3; March 2011 ISSN 1833- 3850 E-ISSN 1833- 8199</p>	<p><i>which is duration of organization operated has significant effect toward business success of SMEs</i></p>		<p>sebagai variabel independen</p>
3	<p><i>The Paradox of Diversity Management, Creativity and Innovation.</i></p> <p>Oleh : Nigel Bassett Jones Hal.169-175 Volume 14, Number 2, 2005 Blackwell Publishing Ltd, 2005. 9600 Garsington Road, Oxford OX4</p>	<p><i>It has been argued that embracing diversity management is a risky business. Organizations that embrace high-commitment HRM strategies do so because the systems and processes through which they add value are too complex for managers to control directly through supervision. Instead, they adopt an output orientation. This approach demands that they delegate authority to individuals and teams to make operational decisions. Organizations that adopt an output orientation need innovation and continuous improvement in both products and processes to support a strategy for delivering high-perceived value to the customer.</i></p>	<p>Penggunaan kreatifitas dan inovasi sebagai Variabel independen</p>	<p>Variabel <i>Diversity Management</i>, sebagai variable dependen</p>
4	<p>Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Di Semarang Barat)</p> <p>Oleh : Lies Inriyatni Jurnal</p>	<p>Faktor Modal Kerja, kemampuan/skill, dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah Semarang Barat.</p>	<p>Penggunaan variable keberhasilan usaha sebagai variable dependen</p>	<p>Penggunaan Variabel Modal Kerja, kemampuan/skill, dan lokasi usaha sebagai variabel independen, sedangkan peneliti</p>



No	Judul Penelitian/ Judul Referensi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	STIE Semarang, Vol 5, No 1, EdisiFebruari 2013 (ISSN : 2252-7836)			menggunakan Variabel inovasi dan Kreativitas sebagai variabel independen
5	Pengaruh Inovasi produk pimpinan terhadap keberhasilan Program Kurikulum Berbasis Kompetensi  Oleh : Sumaryanto (2007)  Jurnal Manajemen Sumber daya Manusia Vol.2 No.1 Desember 2007 : 71-77	Terdapat pengaruh signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan program kurikulum berbasis kompetensi terbukti kebenarannya	Penggunaan variable inovasi produk sebagai variable independen dan variable keberhasilan sebagai variable dependen	Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada sentra boneka, sedangkan sebelumnya melakukan penelitian pada kurikulum pembelajaran
6	Pengaruh Kemampuan Wirausaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Restoran Sindang Reret Cabang Surapati Bandung.  Oleh : Retno Kurnia Nurzaman, 2013	kemampuan wirausaha dan kreativitas secara parsial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha	Penggunaan variabel kreativitas sebagai variabel independen dan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel kemampuan wirausaha sebagai variabel independen ,sedangkan peneliti menggunakan variabel inovasi sebagai variabel independen dan objek yang berbeda

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Setiap orang yang mendirikan suatu usaha pastilah menginginkan usaha usaha tersebut berhasil, untuk mencapai keberhasilan usaha banyak faktor faktor yang berpengaruh terhadap pencapaian tujuan tersebut, dengan semakin maju nya industri maka semakin komplekslah hal-hal yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Pada setiap dunia bisnis sangat dibutuhkan kreativitas dan inovasi produk, karena jika seorang pengusaha tidak mampu mengembangkan

maka usahanya tidak akan berhasil. Sebuah bisnis harus dikelola dengan baik karena jika sebuah bisnis tidak dikelola secara baik maka hasilnya akan mengalami kegagalan hal ini yang mengharuskan setiap para pengusaha khususnya bidang industri fashion mampu memberikan kreativitasnya dalam berinovasi.

Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide yang baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam peluang usaha. Kreativitas harus memiliki keahlian, kemampuan dan bisa memotivasi setiap hal dalam mengembangkan sesuatu hal yang baru.

Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan Thomas W. Zimmerer dan N.M. Scarborough (2008:57). Inovasi Produk terdiri dari 1) perubahan desain, 2) Inovasi Teknis, (Pengembangan Produk). Keberhasilan usaha seorang pengusaha dapat di dukung oleh inovasi produk, selain itu harus adanya faktor yang lebih mendukung lagi yaitu kreativitas. Faktor-faktor ini menekankan kepada sejauh mana pengusaha mampu membuat tertarik kepada produk atau jasa yang dihasilkan, dengan tidak mengesampingkan faktor pesaing. Pengusaha yang berkreatifitas berarti mampu melihat kebutuhan pasar ke depan. Karena dengan kreatifitas ini juga, pengusaha dituntut untuk selalu berupaya memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen secara lebih baik.

Oleh karena itu sebuah pengusaha harus memiliki produk atau jasa pembeda di bandingkan dengan lain karena di era ini konsumen lebih banyak pilihan dalam mengambil sebuah keputusan. Keberhasilan pengusaha akan lebih mudah dicapai dengan faktor tersebut. Selain itu peran hasil dari keberhasilan usaha ini juga akan mampu menjaga eksistensi dalam rangka mempertahankan dan mengembangkan

bidangnya. Keberhasilan usaha tidak hanya di lihat dari produk yang dihasilkannya, melainkan penilaiannya dari segala aspek baik itu internal maupun eksternal di dalam usaha yang dijalani. Dalam pelaksanaannya tentu akan banyak rintangan untuk mewujudkan nilai keberhasilan usaha ini. Oleh sebab itu pengusaha harus siap dan mampu dalam menghadapi semua resiko yang akan terjadi.

### **2.2.1 Pengaruh Variabel Kreativitas dan Keberhasilan Usaha**

Menurut Buchari Alma (2009:72) Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. Menurut Zimmerer dalam buku Buchari Alma (2009:71) mengemukakan kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang di hadapi.

*The recognition of the relationships between diversity, creativity, innovation and competitive advantage has stimulated both academics and the business community to search for factors and situations that give rise to creativity in individuals, and for the catalysts of creativity in teams (West & Anderson, 1996), in Nigel Bassett – Jones 2005*

### **2.2.2 Pengaruh Variabel Inovasi Produk dan Keberhasilan Usaha**

Inovasi produk adalah salah satu unsur penting pendukung keberhasilan usaha, karena maju mundurnya suatu usaha terletak ditangan manajer, jika manajer mampu mengambil keputusan dan kebijakan yang benar dalam menjalankan usahanya maka usaha itu mempunyai peluang yang besar untuk maju dan berkembang, tapi jika manajer mengambil keputusan dan kebijakan yang salah maka kemungkinan besar pula usaha itu akan mengalami kemunduran atau bahkan

akan mengalami kebangkrutan. Untuk meningkatkan keberhasilan usaha salah satu upaya yang harus dilakukan yaitu meningkatkan sumber daya internal. Dan diantaranya sumber daya internal yang paling penting adalah inovasi produk. *The outer layer must be composed of carefully crafted HRM sub-systems that are both vertically integrated with the business objectives and horizontally integrated one with another* (Bamburger & Meshoulam,2000). *The inner layer consists of effective leadership, which can only be provided by suitably trained managers. They need to understand the challenges of diversity management, and to have the emotional intelligence and commitment necessary to build a personal relationship with each individual, or group/team member.* In Nigel Bassett-Jones (2005 : 173)

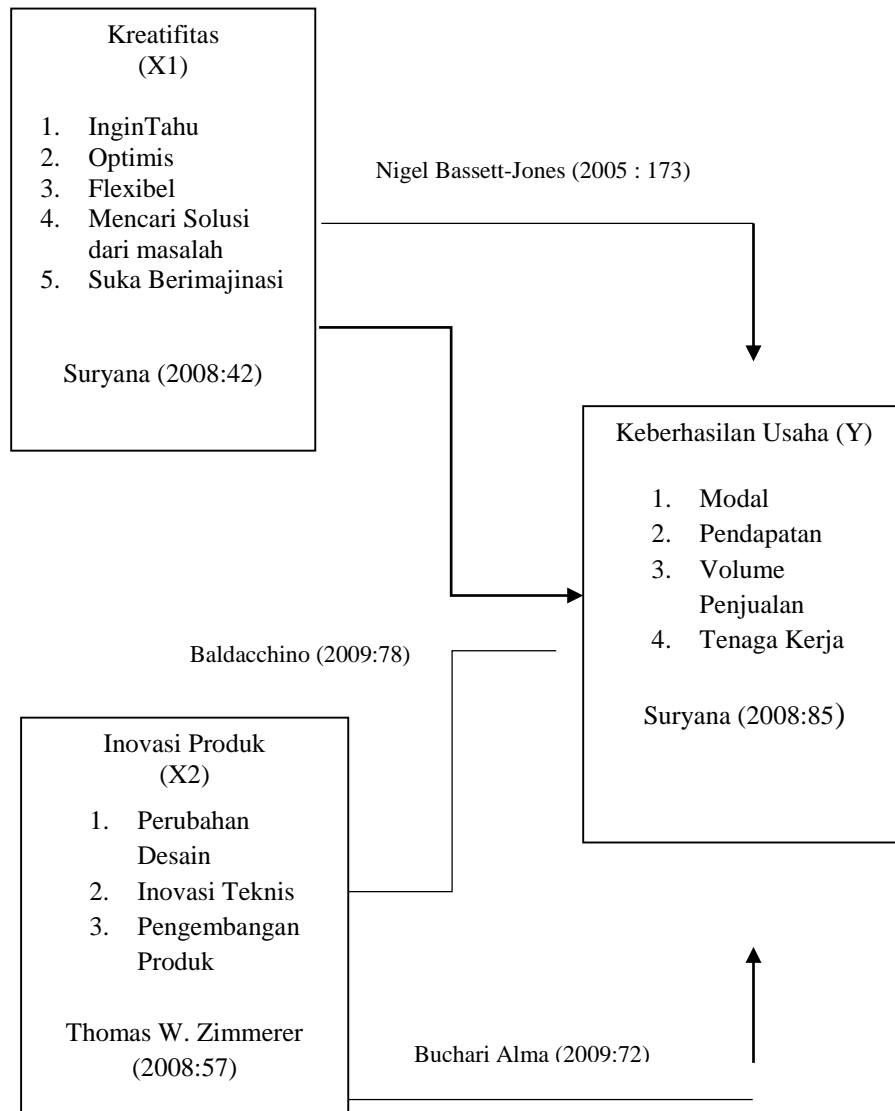
### **2.2.3 Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk**

Kreatifitas dan Inovasi Menurut Rahmayanti, et al (2015:4) Konsep inovasi secara singkat didefinisikan perubahan yang dilakukan dalam organisasi yang didalamnya mencangkup kreativitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide, atau proses baru. Menurut Rahmayanti, et al (2015:11) Usaha untuk memenangkan persaingan usaha harus melakukan inovasi karena dengan berinovasi nilai tambah suatu produk akan meningkat. Khususnya dalam pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan dalam persaingan pasar.

### **2.2.4 Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha**

Pada penelitian terdahulu, menurut Tiang Xiao Hua (2015:14) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha untuk pertumbuhan bisnis yang lebih baik. Menurut Baldacchino (2009:78) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju keberhasilan usaha

yang sukses. Menurut Lambing (2000:23) untuk menjadi manajer yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak seorang manajer yang baik. Seorang manajer adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start-up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (*oppertunity*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung resiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan sumber daya. Kemauan dan kemampuan-kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk: 1) Menghasilkan produk atau jasa baru (*the new product or new service*), 2) Menghasilkan nilai tambah baru (*the new value added*), 3) Merintis usaha baru (*new businesess*), 4) Melakukan proses/teknik baru (*the new technic*), dan 5) Mengembangkan organisasi baru (*the new organization*).



**GAMBAR 2. 1**

**Pradigma Penelitian**

**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:

- Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh kreatifitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha.

- Sub Hipotesis:

H<sub>1</sub> : Kreatifitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha Sentra burung Sukahaji

H<sub>2</sub> : Inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha Sentra burung Sukahaji

