

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA
(SURVEY PADA SENTRA BONEKA WARUNG MUNCANG BANDUNG)**

Arman Jumadi¹ Raeni Dwi Santy²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
jalan Dipatiukur No. 112-116, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
armanjumadi@gmail.com¹ raeny.wijaya@gmail.com²

Abstract:

The purpose of this research to see how the influence of orientation entrepreneurship, creativity and business performance through the doll center warung muncang bandung. The use writers the method of analysis that used is descriptive analysis and verifikatif with the quantitative approach. Instrument test used is regression analysis multiple .To technique the sample collection saturated or census , in which all population was used as a sample with 32 business players

The hypothesis use test f as a test of simultan and the t as a test of partial. As for the use writers the questionnaire and interview on business performance through orientation entrepreneurship and creativity as a means of a data with respondents business owners.

The results of the study descriptive which showed that the influence of orientation entrepreneurship and creativity to business performance be in the good enough. Next verifikatif research showed that orientation entrepreneurship and creativity significant to business performance good simultaneously and partial. Variable creativity is the variable that most dominant impact on business performance.

Keywords: Orientation Entrepreneurship, Creativity, Business Performance

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan bisnis global mendorong Indonesia untuk terus mengembangkan kegiatan bisnis nya, salah satunya adalah dengan munculnya industri-industri kecil dan menengah. Maka untuk mendukung perkembangan industri tersebut dibutuhkan para pelaku bisnis yang memiliki orientasi kewirausahaan dan memiliki kreativitas untuk melakukan berbagai cara agar dapat bersaing dan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang berubah-ubah. Persaingan usaha yang semakin ketat juga mengharuskan para pelaku usaha mempunyai strategi yang tepat untuk menarik konsumen agar membeli produknya, jika tidak maka tujuan dari para pelaku usaha tersebut tidak akan tercapai. Penerapan strategi yang tepat tentu akan berbeda antara usaha dengan skala yang

besar dengan usaha berskala kecil dan menengah.

Pertumbuhan UMKM juga terjadi di berbagai Provinsi di Indonesia tidak terkecuali pada Provinsi Jawa Barat. Sebagai salah satu Provinsi di Indonesia yang di kenal dengan wisatanya, Jawa Barat juga dikenal sebagai Provinsi penghasil Industri kreatif. Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat, Kota Bandung memiliki kontribusi cukup besar pada pembentukan ekonomi Provinsi Jawa Barat salah satunya dari sektor UMKM dan industri kreatif.

Salah satu industri mikro kecil yang berpotensi adalah sentra industri boneka kain. Hal itu tidak terlepas dari Industri boneka yang memiliki keterkaitan dengan kota Bandung, mengingat kota Bandung merupakan kota wisata keterkaitannya dengan boneka yang dapat dijadikan souvenir bahkan menjadi cinderamata para

wisatawan sebagai kenang-kenangan. Salah satunya adalah Sentra Industri Boneka Warung Muncang Bandung, Sentra Boneka Warung Muncang Bandung merupakan salah satu Industri yang cukup potensial dan dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian di kota Bandung. Boneka yang dihasilkan industri tersebut juga mampu bersaing dengan boneka-boneka yang diproduksi pabrik-pabrik besar.

Sentra Boneka Warung Muncang Bandung ini mengalami perkembangan yang cukup baik dalam hal usaha produksi boneka, namun pada perkembangan yang terjadi saat ini, Industri Boneka Warung Muncang menghadapi beberapa kendala seiring dengan bermunculannya para pengusaha di bidang yang sama yang memproduksi produk yang sejenis sehingga mempengaruhi penjualan produk di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Hal itu dikarenakan para pemilik unit usaha yang ada di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung masih kurang mampu untuk berkreativitas dalam menciptakan produknya. Dan juga para pengusaha belum sepenuhnya memiliki sikap inovatif dan keberanian mengambil resiko sehingga belum bisa menciptakan kinerja usaha yang lebih baik.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden tentang orientasi kewirausahaan pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden tentang kreativitas pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden tentang kinerja usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan kreativitas terhadap kinerja usaha baik secara parsial

maupun secara simultan pada pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan, kreativitas dan keunggulan bersaing di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung dan membandingkannya dengan teori-teori dan pendapatan para ahli yang tersedia.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang orientasi kewirausahaan pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang kreativitas pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.
3. Untuk mengetahui tanggapan responden tentang kinerja usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan dan kreativitas terhadap kinerja usaha baik secara parsial maupun secara simultan pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikat manfaat yang sangat besar bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya :

1. Bagi Perusahaan
Sebagai bahan masukan atau sumbangan informasi bagi pengelola perusahaan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan kreativitas terhadap kinerja usaha.

2. Bagi Pihak Lain
Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang bermanfaat sebagai referensi bisnis atau usaha.

Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis
Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulisan mengenai orientasi kewirausahaan, kreativitas dan kinerja usaha melalui penerapan ilmu dan teori penelitian ini.
2. Bagi Peneliti Lain
Untuk peneliti lain diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan penelitian berikutnya dan dapat menambah wawasan yang dapat menambah pengetahuan tentang orientasi kewirausahaan, kreativitas dan kinerja usaha.
3. Bagi Universitas
Diharapkan dapat memberikan pengetahuan perpustakaan universitas dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya, sehingga dapat memperluas tinjauan penelitian dan dapat meneruskan penelitian ini agar lebih efektif.

KAJIAN PUSTAKA

Orientasi Kewirausahaan

Menurut Ginsberg (2011) dalam Silviasih Franky Slamet dan Denny Iskandar (2013:16) menjelaskan pengertian orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif, dan mau mengambil risiko untuk memulai mengelola usaha.

Sementara Liao dan Sohmen (2001) dalam Louis Utama dan Jeremy Kristanto Nadi (2017:81) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil resiko, kecepatan, dan fleksibilitas.

Menurut Lumpkin dan Dess (1996) dalam Dwi Wahyu Pril Ranto (2016:3) Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan

yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.

Kreativitas

Kreativitas menurut Suryana (2003) dalam penelitian Lila Fitria Sari (2013:113) adalah :

“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.”

Menurut Zimmerer (2003:10) dalam Raeni Dwi Santy (2018:3) kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang.

Lila Fitria Sari (2013:113) mengungkapkan bahwa kreativitas dapat diukur dengan munculnya ide baru, inovasi, dan proses kreativitas.

Kinerja Usaha

Moulin (2002) dalam Silviasih Franky Slamet dan Denny Iskandar (2013:15) mendefinisikan kinerja usaha sebagai seberapa baik perusahaan tersebut dikelola dan nilai yang dapat disalurkan oleh perusahaan bagi pelanggan dan stakeholders lainnya.

Sedangkan Pelham dan Wilson (1996) dalam Dwi Wahyu Pril Ranto (2016:5) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru dalam pengembangan pasar.

Sanchez dan Marin (2005) dalam Silviasih Franky Slamet dan Denny Iskandar (2013:15) berpendapat indikator untuk mengukur kinerja adalah sebagai berikut :

1. Profitabilitas
2. Produktivitas
3. Pasar

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2002:39) menjelaskan bahwa “Hipotesis penelitian

adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. 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 dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empiris”.

Sub Hipotesis :

H1: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Sentra boneka Warung Muncang Bandung.

H2: Kreativitas berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada Sentra boneka Warung Muncang Bandung.

Hipotesis Utama :

Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha pada Sentra boneka Warung Muncang Bandung.

Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:38) pengertian objek penelitian adalah “Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan Pengertian diatas maka dalam penelitian ini objek yang akan di kaji adalah Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. dengan uraian variabel sebagai berikut :

1. Variabel Independent atau variabel Bebas (Variabel X1 dan X2), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel Independent dalam penelitian ini Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas.
2. Variabel Dependent atau variabel tidak bebas (Variabel Y) yaitu variabel yang

dipengaruhi oleh variabel Independent. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Kinerja Usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Sugiyono (2009:4) adalah “Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”.

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka penelitian melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu:

Populasi

Pengertian Menurut Sugiyono (2012:115), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi pada penelitian ini adalah 32 pelaku usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Sampel

Menurut Umi Narimawati (2008:77) “Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih

untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian”.

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2003:122), adalah:

“Sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”

Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sampling jenuh yaitu seluruh Pelaku Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Lapangan (*Field Research*), yang dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (data yang diambil langsung dari Sentra Boneka Warung Muncang Bandung).

1. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Kuesioner

2. Data Sekunder Didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

- a. Dokumentasi
- b. Studi Literatur

HASIL PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Analisa Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.507	2.981		-.506	.617
	Orientasi Kewirausahaan	.703	.228	.431	3.086	.004
	Kreativitas	.465	.141	.462	3.304	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Dari tabel output di atas diperoleh nilai α sebesar -1,507, β_1 sebesar 0,703 dan β_2 sebesar 0,465.

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut. Masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

$$Y = -1,507 + 0,703X_1 + 0,465X_2$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

$\alpha = -1,507$ artinya jika variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Kreativitas (X_2) bernilai 0, maka variabel Kinerja Usaha (Y) akan tetap bernilai -1,507. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tidak adanya variabel independen variabel dependen akan bernilai negatif, maka variabel Orientasi Kewirausahaan (X_1) dan Kreativitas (X_2) sangat berpengaruh terhadap berubahnya variabel Kinerja Usaha (Y).

$b_1 = 0,703$ artinya untuk setiap pertambahan Orientasi Kewirausahaan (X_1) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kinerja Usaha (Y) sebesar 0,703.

$b_2 = 0,465$ artinya untuk setiap pertambahan Kreativitas (X_2) sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Kinerja Usaha (Y) sebesar 0,465.

Tabel 2. Analisis Koefisien Korelasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	.439	.401	2.31055

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara orientasi kewirausahaan

dan kreativitas dengan kinerja usaha adalah sebesar 0,663. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,663 termasuk kedalam kategori hubungan yang cukup tinggi, berada dalam kelas interval antara 0,61 – 0,80. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang cukup kuat antara Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas dengan Kinerja Usaha.

Tabel 3. Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Correlations			
		Orientasi Kewirausahaan	Kinerja Usaha
Orientasi Kewirausahaan	Pearson Correlation	1	.478 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.006
	N	32	32
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.478 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.006	
	N	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations			
		Kreativitas	Kinerja Usaha
Kreativitas	Pearson Correlation	1	.505 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.003
	N	32	32
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.505 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

1) Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha adalah sebesar 0,478. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik orientasi kewirausahaan, diprediksi akan meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,478 termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang, berada dalam kelas interval antara 0,41 – 0,60. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang cukup kuat antara Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

2) Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara kreativitas dengan kinerja usaha adalah sebesar 0,505. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa

hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik kreativitas pelaku usaha, akan meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai korelasi sebesar 0,505 termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang, berada dalam kelas interval antara 0,41 – 0,60. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang cukup kuat antara Kreativitas dengan Kinerja Usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung.

Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	.439	.401	2.31055

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Hasil koefisien determinasi sebesar 0.439 atau 43.9% hasil tersebut merupakan besarnya kontribusi dari Orientasi kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha sedangkan sisanya sebesar 56.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini contohnya adalah orientasi pasar, inovasi dan manajemen pengetahuan.

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients ^a			
Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Orientasi Kewirausahaan	.431	.478
	Kreativitas	.462	.505

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berikut disajikan hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus beta x zero order:

Pengaruh X_1 terhadap $Y = 0,431 \times 0,478 = 0,206$ atau 20,6%

Pengaruh X_2 terhadap $Y = 0,462 \times 0,575 = 0,233$ atau 23,3%

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa kreativitas (X_2) memberikan kontribusi paling dominan terhadap kinerja usaha (Y) dengan

kontribusi yang diberikan sebesar 23,3%, sedangkan 20,6% lainnya diberikan oleh orientasi kewirausahaan (X_1).

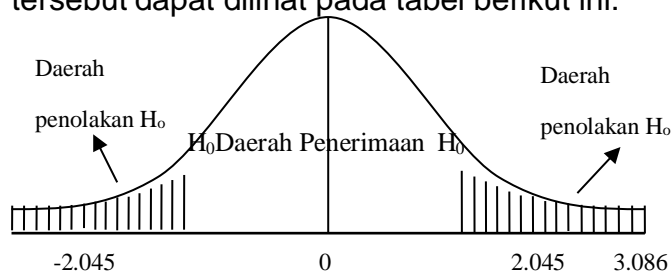
HIPOTESIS

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Parsial (X_1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.507	2.981		-.506	.617
	Orientasi Kewirausahaan	.703	.228	.431	3.086	.004
	Kreativitas	.465	.141	.462	3.304	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh orientasi kewirausahaan (X_1) adalah sebesar 3,086. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=32-2-1=29$, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar $\pm 2,045$. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3,086, berada diluar nilai t-tabel (-2,045 dan 2,045). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada sentra usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. . Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 1
Daerah penerimaan X_1

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 2.045 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa. Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. Dari pernyataan di atas dapat diinterpretasikan bahwa ketika Sentra Boneka Warung Muncang Bandung mampu

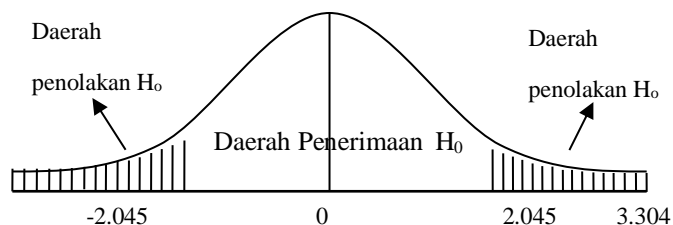
menerapkan Orientasi Kewirausahaan maka akan menciptakan Kinerja Usaha.

Tabel 7. Pengujian Hipotesis Parsial (X_2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.507	2.981		-.506	.617
	Orientasi Kewirausahaan	.703	.228	.431	3.086	.004
	Kreativitas	.465	.141	.462	3.304	.003

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh kreativitas (X_2) adalah sebesar 3,304. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=32-2-1=29$, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar $\pm 2,045$. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3,304, berada diluar nilai t-tabel (-2,045 dan 2,045). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara parsial kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada sentra usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. Jika disajikan dalam grafik, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Gambar 2
Daerah penerimaan X_2

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 3.304 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. Dari pernyataan di atas dapat diinterpretasikan bahwa ketika Sentra Boneka Warung Muncang Bandung mampu menerapkan Kreativitas maka akan menciptakan Kinerja Usaha.

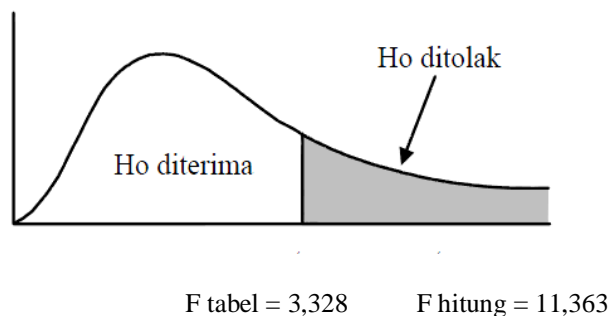
Tabel 8. Pengujian Hipotesis Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.326	2	60.663	11.363	.000 ^b
	Residual	154.820	29	5.339		
	Total	276.146	31			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 11,363. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan $\alpha=0,05$, $db_1=2$ dan $db_2=29$, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,328. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai $F_{hitung} (11,363) > F_{tabel} (3,328)$, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan orientasi kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. Jika disajikan dalam gambar, nilai F_{hitung} dan F_{tabel} tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3
Daerah penerimaan Simultan

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} sebesar 11.363 berada pada daerah penolakan H_0 yang menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha di Sentra Boneka Warung Muncang Bandung. Dari pernyataan di atas dapat diinterpretasikan bahwa ketika Sentra Boneka Warung Muncang Bandung mampu menerapkan Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas maka akan menciptakan Kinerja Usaha yang baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha dengan arah hubungan positif, maka semakin baik Orientasi Kewirausahaan maka Kinerja Usahnya pun akan semakin meningkat.
- Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Usaha Pada Sentra Boneka Warung Muncang Bandung diperoleh hasil terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha dengan arah hubungan positif, maka semakin baik Kreativitas maka Kinerja Usahnya pun akan semakin meningkat.
- Dari hasil penelitian secara simultan Orientasi Kewirausahaan dan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Saran

- Orientasi kewirausahaan Sentra Boneka Warung Muncang Bandung masih berjalan cukup baik. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pelaku usaha untuk lebih berani untuk memproduksi produk lebih banyak dari biasanya, hal itu bisa dilakukan dengan melakukan riset pasar terlebih dahulu. Para pelaku usaha harus tahu perkembangan dari pesaingan pasar saat ini agar bisa mengimbangi, setelah itu para pelaku usaha harus memikirkan cara supaya lebih unggul dari para pesaingnya.
- Kreativitas Sentra Boneka Warung Muncang Bandung masih berjalan cukup baik. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pelaku usaha untuk menciptakan produk baru yang memiliki ciri khas dibandingkan dengan para pesaing. Para pelaku usaha harus mencari tahu kebutuhan

konsumen yang belum terpenuhi ataupun bisa dengan menyempurnakan produk yang sudah ada selama ini. Hal itu bisa dilakukan salah satunya adalah dengan mewawancarai konsumen tentang produk yang mereka sukai selama ini dan produk yang sedang trend di pasar.

- c. Kinerja Usaha Sentra Boneka Warung Muncang Bandung masih berjalan cukup baik. Oleh karena itu peneliti menyarankan kepada pelaku usaha harus lebih memperhatikan para karyawannya dengan baik, karena jika mampu membuat karyawan bekerja secara maksimal maka akan membuat kegiatan usaha menjadi lebih efektif dan efisien. Selain itu para pelaku usaha harus mampu untuk mengikuti perkembangan zaman, salah satunya adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan bisnisnya, seperti memanfaatkan media sosial untuk sarana memasarkan produk atau pun untuk menjalin relasi dengan mitra bisnis yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Agus Setiawan. 2016. *Profil Karakter Kewirausahaan Mahasiswa Semester III Program Studi Bk Fip Universitas PGRI Semarang Tahun Akademik 2016/2017*. Vol 3, No. 2. ISSN 2406-8691.
- Apri Dahlius dan Mariaty Ibrahim. 2016. *Pengaruh Fasilitas Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. Bank RiauKepri Cabang Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi*
- Andi Supangat. 2010. *Statistik Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Badan Pusat Statistik. "Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut 2-digit KBLI, 2010-2015" <https://www.bps.go.id/dynamic/table/2015/11/24/1011/jumlah-perusahaan-industri-mikro-dan-kecil-menurut-2-digit-kbli-2010-2015.html>
- Barker et al. 2002. *Research Methods in Clinical Psychology, An Introduction for Student and Practitioners*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas. 2014. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap kinerja pemasaran Usaha nasi kuning kota Manado*. Jurnal EMBA Vol 2 No 3 Hal. 1214-1224 ISSN 2303-1174
- Dwi Wahyu Pril Ranto. 2016. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner Di Yogyakarta*. Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi Vol III, No 2. ISSN 2252-5483
- Eddy Soeryanto Soegoto 2014. *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*, Kompas Gramedia. Edisi Revisi ke-2
- Ernani Hadiyati. 2011. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.13, No. 1.
- Ernani Hadiyati. 2012. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan
- Fernando Lourenco dan Dilani Jayawarna. 2011. *Enterprise Education: The Effect of Creativity on Training Outcomes*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol 17, No 3

- Gujarati Damodar. 2003. *Ekonomimetrika Dasar*. Terjemahan : Sumarno Zain, Jakarta : Erlangga.
- Gujarati Damodar. 2003. *Ekonomimetrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Husein Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, Sekuensial, Surabaya.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Kedua. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada
- Ketut Yasa. Dkk. 2016. *Analisis Pengaruh Motivasi, Knowledge Entrepreneurship dan Independensi terhadap Kualitas Perusahaan dan Kinerja Usaha Kecil Kerajinan Payung Tradisional di Provinsi Bali*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan Vol 12, No 3
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.
- Kuntowicaksono. (2012). *Pengaruh Pengatahuan Wirausaha dan Kemampuan Memecahkan Masalah Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Sekolah Menengah Kejuruan*. Journal of Economic Education, 1 (1). 46-52.
- Lila Fitria Sari. 2017. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Pakaian Jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus*. Management Analysis Journal. ISSN 2252-6552
- Louis Utama dan Jeremy Kristanto Nadi. 2017. *Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Usaha dengan Orientasi Kewirausahaan sebagai Mediasi pada Wirausaha di ITC Cempaka Mas*. Conference on Management and Behavioral Studies. ISSN 2541-3406 e-ISSN 2541-285X
- Munandar Utami. 2009. *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta:Rineka cipta.
- Muslim Amin. 2015. *The Effect of Entrepreneurship Orientation and Learning Orientation on SMEs' Performance: an SEM-PLS Approach*. International Business and Entrepreneurship Development Vol 8, No 3
- Naniek Utami Handayani, Haryo Santoso, Yengky Imam Susanto. 2014. *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kewirausahaan di klaster industri mebel Kabupaten Blora*
- Nur Hasanah dan Daisy Kee. 2017. *Entrepreneurial Orientation, Innovation and SME Performance: A Study of SME in Malaysia Using PLS-SME*. Conference on Advanced Research in Business and Social Sciences Hal 129-135
- Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Raeni Dwi Santi, Muhamad Ihsan, Rizki Desaina. 2013. *The Effects of Creativity and Innovation to Busuness Performance (Survey on The SMEs Trusmi Batik Center, Cirebon)*.
- Renita et al. 2015. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)*. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science.
- Romauli Nainggolan. 2016. *Gender, Tingkat Pendidikan Dan Lama Usaha Sebagai Determinan Penghasilan Umkm Kota Surabaya*. Kinerja, Volume 20, No.1.
- Sanny Ekawati dan Ida Puspitowati. 2016. *Pengaruh Manajemen Pengetahuan dan Inovasi terhadap Kinerja Perusahaan UKM di Jakarta*
- Silviasih Franky Slamet dan Denny Iskandar. 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Sektor Manufaktur Garmen di*

Tanah Abang Jakarta Pusat. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Vol 16, No 1

- Sugiyono 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan*, Edisi IV. Jakarta: Salemba Empat.
- Syahri Alhusin. 2003. *Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS.10 Windows*. Edisi kedua, Graha Ilmu, Yogyakarta
- Umi Narimawati, 2007. *Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Agung Media
- Umi Narimawati. 2008, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Teori dan Aplikasi. Bandung : Agung media
- Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi : Genesis
- Umi Narimawati. 2011. *Penulisan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama