PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA BISNIS PADA DISTRO CLOTHING DI KAWASAN TRUNOJOYO BANDUNG

Diki Firmansyah

Program Studi Manajemen Ekonomi
Universitas Komputer Indonesia

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat pula. Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya pada masa perkembangan ini adalah kegiatan di bidang fashion. Dari hasil wawancara dan kuisioner, menghasilkan bahwa Inovasi produk masih kurang baik. Hal ini disebabkan kurangnya informasi. Kemudian dari segi kreativitas, Para pengusaha distro di Jl. Trunojoyo Bandung menjual produk serupa dengan para pesaing lain. Kemudian karena banyaknya para pesaing mengindikasikan kinerja bisnis Distro Pada Jl. Trunojoyo di Bandung juga belum optimal.

Penulis melakukan Penelitian ini, mencoba untuk mengetahui bagaimana Inovasi Produk dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode dekriptif dan verivikatif .Setelah dilakukan tinjauan pustaka, dan penyusunan hipotesis, data dilakukan melalui metode kuesioner yang disebar kepada 85 responden pada Karyawan Clothing Distro di Kawasan Trunojoyo Bandung dengan menggunakan *stratified random sampling*. Sedangkan analisis dilakukan dengan pengolahan data menggunakan SPSS 19 *for windows.* Kemudian dilakukan analisis dengan data yang ada menggunakan uji validitas, reliabilitas, determinasi, analisis jalur dan pengujian hipotesis menggunakan uji f dan uji t.

Hasil analisis data dari penelitian ini menunjukan hasil Inovasi Produk dan Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha Distro Clothing di Kawasan Trunojoyo Bandung, Inovasi Produk dan Kreatifitas secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Bisnis pada Distro Clothing di Kawasan Trunojoyo Bandung secara positif/signifikan. Secara parsial yang paling berpengaruh terhadap Kinerja Usaha adalah Inovasi Produk dengan berada pada kategori baik.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kreatifitas, Kinerja Usaha

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Usaha sektor mikro kecil dan menengah atau UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam pergerakan dan pertumbuhan ekonomi indonesia. sebagai negara berkembang dengan jumlah penduduk yang sangat besar, sektor usaha kecil dan menengah telah membantu pemerintah dalam hal pekerjaan, dikarenakan jumlah lapangan pekerjaan yang belum lah seimbang dengan jumlah penduduk dan para pencari kerja yang setiap tahun nya terus bertambah, sektor ini telah menopang perekonomian nasional dalam waktu yang cukup lama karena mampu memberikan dan membuka lapangan pekerjaan yang cukup besar yang tentunya akan memberikan peluang pekerjaan baru.

Salah satu bagian dari industri kreatif atau sub sektor industri kreatif yang saat ini berkembang sangat pesat di indonesia adalah industri fashion. Industri fashion yang tergolong dalam industri kreatif saat ini berkembang sangat cepat sebagai bagian dari gaya hidup dalam berbusana pada saat ini telah menjadi trend tersendiri bagi masyarakat indonesia.kebutuhan dan juga permintaan yang semakin besar dari para konsumen telah mendorong para pelaku usaha di indonesia untuk terus melakukan inovasi dalam trend berbusana dan berusaha memahami keinginan pasar yang berpikiran sangat dinamis.

Berbagai macam busana terbaru lewat inovasi produk dan kreativitas anak bangsa lahir dari industri ini. Jawa barat sebagai salah satu propinsi di indonesia yang menjadi barometer industri bagi provinsi lainnya, memiliki banyak potensi pariwisata yang sangat besar dan menguntungkan dan menjadi salah satu destinasi utama di indonesia bagi para pelancong memiliki banyak industri unggulan yang sangat potensial seperti industri tekstil, makanan dan minuman, industri pengolahan rotan, komponen otomotif dan industri kreatif mulai dari kerajinan tak terkecuali dengan industri fashion nya.

Kota Bandung sebagai barometer pertumbuhan industri kreatif di tingkat nasional. Tidak heran bila berbagai macam predikat pun kini mulai bermunculan dari kalangan

masyarakat, mulai dari kota besar yang dikenal sebagai pusat perkembangan mode, pusat kreasi seni dan budaya, pusat jajanan dan kuliner, serta sebutan *Paris Van Java* yang sekarang menjadi salah satu icon tujuan wisata kota bandung.

Uniknya setiap titik lokasi di kota Bandung memiliki kekhasan sebagai pusat distro, factory outlet, grosir kain, grosir pakaian, kawasan sepatu, kawasan jajanan, kawasan percetakan, kawasan onderdil, kawasan barang bekas dan sebagainya. Dengan demikian setiap lokasi memiliki keunggulan tersendiri sesuai jenis produk dan jasa yang ditawarkan. Keunggulan ini terbentuk selain karena warisan juga intervensi SDM lokal (dalam negeri) yang kreatif. Hal ini dapat dipahami dengan jumlah industri di sectok kreatif yang relative banyak di kota Bandung.

Outlet distro di kota bandung penyebarannya cukup merata. Hampir di setiap pusat perbelanjaan yang ramai pengunjung, ada outlet distro yang menyediakan berbagai macam gaya dan model baju distro ini.

Berikut ini lokasi lokasi outlet distro di kota bandung :

Tabel 1.1
Lokasi Outlet Distro Di Kota Bandung

No	Lokasi distro
1.	Jl. Riau atau jalan R.E Martadinata, selain sebagai pusat factory outlet juga ada beberapa outlet baju distro sepanjang jalan tersebut.
2.	Jl. Dago atau jalan Ir. H. Djuanda, terdapat berbagai desain baju distro yang unik di outlet baju di sepanjang Jalan Dago.
3.	Jl. Trunojoyo, terdapat beberapa outlet distro yang letaknya saling berdampingan
4.	Jl. Dalem Kaum atau tepatnya sebelah kiri bangunan Masjid Agung Kota Bandung, Dapat ditemukan pusat Baju distro di Pada Jl. Trunojoyo terdapat aneka baju distro dengan desain yang unik dengan harga cukup terjangkau
5.	Jl. Setiabudhi, mulai dari jalan Setiabudhi bagian bawah hingga bagian atas ada berbagai outlet baju distro

Sumber : Hasil Olah Penulis 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa terdapat lima lokasi strategis outlet distro yang ada di kota Bandung, salah satu diantaranya terletak di Jl. Trunojoyo yang dijadikan objek

penelitian oleh penulis. Banyaknya persaingan dalam usaha distro ini sangat mempengaruhi kinerja bisnis para pengusaha distro, pada sentra outlet distro yang terletak di Jl. Trunojoyo Bandung dengan jumlah toko kurang lebih 20-an gerai distro. Pada sekitaran Jl. Trunojoyo ini terdapat beberapa distro ternama seperti EAT347, Evil, Screamous, Rockman, Blackjack, Cosmic, Ouval, dan beberapa distro lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan dua pengusaha distro di daerah Trunojoyo, yaitu pengusaha distro Ouval RSCH bapak M. Rizki Yanuar dan pengusaha Distro Flo Trunojoyo, Bapak Ozzy, mereka menyatakan bahwa pendapatan yang diperoleh para pengusaha distro dari tahun 2011-2014 mengalami penurunan dan kenaikan yang cukup signifikan. Salah satu strategi untuk meningkatkan pendapatan maka dibutuhkan inovasi produk dan kreativitas untuk kinerja bisnis yang lebih baik. **(11 November 2015)**

Menurut hasil wawancara dengan dua pengusaha distro di daerah Trunojoyo, yaitu pengusaha distro Ouval RSCH bapak M. Rizki Yanuar dan pengusaha Distro Flo Trunojoyo, Bapak Ozzy, mereka menyatakan bahwa inovasi produk pada Distro mereka masih kurang baik. Hal ini disebabkan oleh :

a) Distro di Trunojoyo umumnya tidak peduli terhadap konsumen, mereka tidak pernah mencari tahu seperti apa yang diinginkan konsumen mereka sendiri, tidak ada interaksi dan informasi langsung untuk mempelajari bagaimana melayani kebutuhan konsumen dengan lebih baik.
b) Kurangnya informasi mengenai perkembangan dan perubahan lingkungan usaha, mereka hanya mengandalkan faktor insting dan keberuntungan dalam menjalankan usahanya.

Kebutuhan pangsa pasar saat ini beranekaragam, sehingga dibutuhkan inovasi produk sangat penting dalam manajeman pemasaran modern. Perusahaan yang berorientasi pasar di nilai memiliki pengetahuan tentang pasar yang lebih tinggi serta memiliki kemampuan berhubungan dengan pelanggan lebih baik.

Menurut Larsen, P dan Lewis, A (2007) yang dikutip dalam Ernani Hadiyati, (2011:11) menyatakan bahwa : " Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi."

Inovasi produk di Distro pada Jl. Trunojoyo di Bandung masih sulit bersaing dalam kondisi pasar saat ini, kemampuan bersaing mereka tentunya akan baik jika mengikuti perkembangan pasar dan mampu membuat kreativitas dengan produk sesuai kebutuhan konsumen. Oleh karena itu Distro Pada Jl. Trunojoyo di Bandung harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif guna membangun, mempertahankan, tentunya harus didukung oleh kreativitas yang dimiliki dengan baik.

Miles dan Snow dalam (Sitohang, 2006) mengatakan bahwa Kreativitas adalah memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan yang bersumber dari pihak konsumen. Mengemukakan bahwa salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing adalah perusahaan harus berorientasi pada kreativitas dan inovasi yang tepat.

Secara lebih spesifik, masalah dasar yang lain dihadapi Distro pada Jl. Trunojoyo di Bandung adalah kreativitas. Menurut hasil wawancara dengan beberapa pemilik distro, adalah :

a) Produk-produk yang dihasilkan oleh Distro biasa-biasa saja, masih standar, masih hanya mengandalkan satu macam hasil produk yang mereka anggap bagus dan unggul sehingga terkesan monoton tidak ada pilihan produk lain.
b) Permasalahan persaing distro yang semakin ketat, sehingga terjadi tarik menarik antara pelaku usaha distro Pada Jl. Trunojoyo untuk memperoleh keuntungan yang besar, yang telah dijalankan selama ini agar tetap bertahan di tengah persaingan distro khususnya tempat tersebut.

Kenyataan yang terjadi pada Distro Pada Jl. Trunojoyo di Bandung ada indikasi salah satunya terjadi karena faktor inovasi produk dan kreativitas karena dari teori dan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan kreativitas sangat berpengaruh terhadap jumlah

keuntungan atau laba yang ingin dicapai dalam meningkatkan kinerja bisnis, makin buruknya inovasi produk dan kreativitas maka konsumen pun semakin enggan untuk membeli.

Kemudian peneliti melakukan survey awal terhadap 30 responden pemilik atau karyawan yang lebih mengetahui tentang perkembangan dari beberapa distro Pada Jl. Trunojoyo Bandung, mengenai inovasi produk dan kreativitas berhubungan dengan kinerja bisnis dan mendapatkan hasil sebagai berikut :

Berdasarkan survey dari 30 responden dari pemilik atau karyawan yang lebih mengetahui tentang perkembangan usaha Distro Pada Jl. Trunojoyo di Bandung, menunjukan bahwa, dilihat dari inovasi produk dari segi produk, pelayanan, proses, pasar, logistik, dan pangsa pasar masih kurang baik.

Lalu dari variabel kreativitas, para pengusaha kurang memberikan kebebasan terhadap karyawannya untuk memberikan ide kreatif hal ini dibuktikan dengan hasil survey awal bahwa responden sebesar 60% menyatakan karyawannya kurang dapat memberikan ide kreatif.

Kemudian dari variabel kinerja bisnis distro tidak mengalami peningkatan produk setiap tahunnya, Kemudian para pengusaha distro tidak mengalami peningkatan yang signifikan dari pelanggan yang datang.

Dengan dilatar belakangin beberapa teori, dan fenomena masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai "**Pengaruh Inovasi Produk dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung"**

Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang yang telah dijelaskan, penulis mengidentifikasikan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Inovasi produk yang masih kurang baik. Hal ini disebabkan kurangnya informasi sehingga kesulitan dalam memasarkan produk hanya mengandalkan katalog dan

display tidak menggunakan media sosial yang sedang ramai digunakan para pebisnis serta kurang peduli terhadap pelanggan.

Kreativitas Para pengusaha distro di Jl. Trunojoyo Bandung yang menjual produk serupa dengan para pesaing lain menjadikan distro Pada Jl. Trunojoyo mengalami persaingan yang cukup tinggi.

Target laba dari tahun 2010-2014 yang cenderung menurun dan jumlah volume pendapatan yang semakin menurun, karna banyaknya para pesaing. Hal ini di indikasi kinerja bisnis Distro Pada Jl. Trunojoyo di Bandung yang belum optimal.

Kegunaan Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat, sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Hasil dari penelitian ini berguna untuk :

1. Kegunaan Akademis
   Menambah wawasan dan pengetahuan menulis mengenai inovasi produk dan kreativitas terhadap kinerja usaha bisnis pengaruh melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh dari perkuliahan dan membandikannya dengan kenyataan yang terjadi serta melatih kemampuan analisis dan berfikir secara sistematis dan konseptual.
2. Kegunaan Praktis
   Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan denga upaya membangun hubungan baik dengan konsumen dan referensi bagi pengembangan penelitian dikemudian hari.

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi Produk

Menurut Nelly dkk (2008:16) yang berpendapat bahwa “inovasi produk menunjukkan pada pengembangan produk dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran, inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk”.

Menurut Drucker dalam Berthon dkk (2005:16) menyatakan bahwa “inovasi produk merupakan satu hal yang potensial

untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan".

Menurut Myers dan Maruis (2005) Inovasi Produk adalah Gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain (Philip Kotler, 2009). Jadi inovasi bukanlah sebuah konsep dari suatu ide baru, penemuan atau juga bukan merukapan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja tetapi inovasi merupakan gabungan dari semua proses-proses tersebut.

Indikator Inovasi Produk

Menurut Machfoedz (2004:24), mengemukakan bahwa inovasi produk terdiri dari 4 elemen, yaitu :

1) Penemuan : Dikatakan penemuan apabila merupakan kreasi suatu produk, jasa, atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya, konsep ini cenderung disebut revolusioner
2) Pengembangan : Untuk hal pengebangan merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari sutu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada sebelumnya dan konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda.
3) Duplikasi : Hanya dengan duplikasi, ini merupakan peniruan suatu produk, jasa, maupun proses yang telah ada, namun demikian upaya duplikasi bukan sematamata meniru, melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangi persaingan.
4) Sinetesis : Merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Kreativitas

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

untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru.

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, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk mengenerik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap penomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif

Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan yang bersumber dari pihak konsumen (Sitohang, 2006). Miles dan Snow dalam Sitohang (2006), mengemukakan bahwa salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing adalah perusahaan harus berorientasi pada kreativitas dan inovasi yang tepat.

Indikator Kreativitas

Stoner, Freeman dan Gilbert, dalam (Lila Fitria Sari, 2013:113), mengatakan kreativitas diukur dengan munculnya ide baru, inovasi, dan proses kreativitas.

- Ide baru
  Gagasan, usaha, mode atau model baru yang dihasilkan dan perilaku yang diperankan oleh individu, kelompok dan organisasi.
- Inovasi
  Kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*)
- Proses kreativitas
  Ide dan solusi yang terkadang datang secara langsung atau tiba tiba, kemudiaan diikuti pula dengan financial atau penyempurnaan ide yang lebih matang.

Kinerja Usaha

Kinerja Usaha merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi .

Ivancevich (Ranto, 2007:19) Jenis kinerja dapat diklasifikasikan sebagai kinerja manusia, kinerja mesin dan kinerja organisasi di mana hasil kegiatan dilaksanakan secara efisien dan efektif.. Dalam menilai kinerja yang efektif dapat mempengaruhi dua hal yaitu produktivitas dan kualitas kerja yang dapat dinilai dengan melakukan langkah – langkah :

(1) mendefinisikan pekerjaan;

(2) menilai kinerja dan

(3) memberikan umpan balik, dan adanya akuntabilitas yang jelas.

Menurut Kotter dan Hesket (Ranto, 2007:19) jenis kinerja terdiri dari dua yaitu :

(1) kinerja ekonomis, menghasilkan etos kerja yang kuat dan berkualitas, dan,
(2) kinerja unggul, menghasilkan produk unggulan.

Kinerja usaha para pengusaha adalah serangkaian capaian hasil kerja dalam melakukan kegiatan usaha, baik dalam pengembangan produktivitas maupun kesuksesan dalam hal pemasaran, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya. Kinerja usaha yaitu semangat kerja, kualitas kerja, produk unggulan, dan keberhasilan usaha yang mempunyai hubungan signifikan terhadap kinerja pengusaha.

Indikator Kinerja Usaha

Ferdinand (2000) menyatakan bahwa kinerja usaha merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik. Selanjutnya Ferdinand juga menyatakan bahwa kinerja usaha yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama nilai, yaitu :

1. nilai penjualan,
2. pertumbuhan penjualan, dan
3. porsi pasar.

Keterkaitan Antara Inovasi Produk Dan Kinerja Usaha

Menurut Lawless dan Anderson, dalam Sayamtinah et al. (2011:261) mengatakan bahwa : " inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, akan tetapi tergantung pada kompleksitas pasar yang dihadapai. Semakin kompleks kondisi pasar, maka semakin kuat pengaruh inovasi terhadap kinerja perusahaan "

Keterkaitan antara Kreativitas dan Inovasi Produk

Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan yang bersumber dari pihak konsumen (Sitohang, 2006).

Keterkaitan Antara Kreativitas Dan Kinerja Usaha

Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimiliki dan yang bersumber dari pihak konsumen.

Keterkaitan Antara Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha

Menurut Sonang Sitohang (2008:292) kreativitas dapat diposisikan sebagai faktor determinan inovasi karena tanpa kreativitas tidak akan ada inovasi atau dengan kata lain inovasi merupakan konstruk yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari kreativitas untuk meningkatkan kinerja usaha.

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Metode Penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik data primer ataupun data sekunder yang bisa digunakan untuk keperluan menyusun karya ilmiah dan kemudian menganalisis faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok permasalahan sehingga akan didapat suatu kebenaran atas data yang diperoleh.

Menurut **Aaker, Kumar & Day** (2010:53) pendekatan penelitian

dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori yaitu eksploratif, deskriptif dan kausal. Penelitian eksploratif digunakan untuk mengetahui sifat umum dari suatu masalah. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar. Sedangkan penelitian kausal digunakan untuk menunjukkan bahwa satu variabel menyebabkan atau menentukan nilai variabel lainnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif.

Metode Deskriptif menurut **Sugiyono** (2009:206) mendefinisikan:

"Penelitian yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi."

Sedangkan metode verifikatif menurut **Mashuri** (2008:45) menyatakan bahwa:

"*Metode Verifikatif* yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan benar atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan".

Metode ini dimaksudkan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik yaitu pengujian pengaruh dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena rumusan penelitian ini menjawab pertanyaan seberapa baik Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Variabel penelitian yang merupakan variabel mandiri adalah Inovasi Produk Dan Kreativitas.

Penelitian ini juga merupakan penelitian kausal/verifikatif karena bermaksud untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel penelitian diatas dengan hubungan yang bersifat sebab akibat sehingga ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

Tipe investigasi yang digunakan adalah kausalitas, yaitu tipe

penelitian yang menyatakan adanya keterkaitan antara Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung.

Karena penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode ***descriptive survey*** dan metode ***explanatory survey***.

Unit analisis dari penelitian ini adalah Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. yang mendiskripsikan Inovasi Produk Dan Kreativitas serta Kinerja Usaha.

Berdasarkan **horizon waktunya**, penelitian ini bersifat ***cross sectional***. Menurut **Uma Sekaran** (2009, 16) dan **Malhotra** (2002, 81), studi *cross sectional* yaitu informasi dari sebagian populasi (sampel responden) dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik, dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi merupakan satu instrumen dari riset karena merupakan salah satu tahapan dalam proses pengumpulan data. Definisi dari operasionalisasi menjadikan konsep yang masih bersifat abstrak menjadi operasional yang memudahkan pengukuran variabel tersebut. Sebuah definisi operasional juga bisa dijadikan sebagai batasan pengertian yang dijadikan pedoaman untuk melakukan suatu kejadian atau pekerjaan penelitian.

Tahap operasionalisasi merupakan langkah lanjutan setelah peneliti mendapatkan suatu definisi yang jelas pada tahap konseptualisasi. Sehingga, tahap operasionalisasi adalah tahap dimana definisi konseptual tersebut dikembangkan lebih spesifik dalam bentuk indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel.

Menurut **Sugiono** (2008:59), “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya."

Penulis melakukan penelitian Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pelanggan yang terjadi di Hotel Topas Galeria Bandung.

Sumber dan Teknik Penentuan Data/Informasi

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan data sekunder.

Menurut **Sugiyono** (2009:137) data primer sebagai berikut:

> "Sumber Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Data primer diperoleh dengan cara:

1. Kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden
2. Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap obyek yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan
3. Wawancara, yaitu mengadakan wawancara dengan pimpinan, staf, maupun karyawan-karyawati untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan dalam.

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari literatur-literatur dan laporan-laporan yang berhubungan dengan obyek penelitian.

Menurut **Sugiyono** (2009:137) "Data sekunder merupakan data langsung yang tidak memberikan langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen".

Sumber data pada penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survey secara langsung pada konsumen/pelanggan sedangkan data sekunder diperoleh dari data-data yang telah disediakan oleh hotel terkait.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang terjadi pada obyek penelitian.

   Dokumentasi ini merupakan data yang dijadikan dasar untuk mengungkapkan fenomena permasalahan pada penelitian ini. Proses dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai literatur, meliputi buku teks, jurnal, data-data sekunder tentang objek penelitian dan data-data pendukung lainnya yang diperoleh melalui internet.

2. Observasi, dengan mengamati kegiatan perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

   Pengamatan pada objek penelitian dilakukan dengan cara melakukan validasi dan verifikasi terhadap data-data sekunder atas objek penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya mengkaitkannya dengan hasil studi dokumentasi yang dilakukan. Hal ini untuk dapat menjelaskan fenomena permasalahan dengan kemungkinan solusi secara konseptual.

3. Wawancara kepada hotel terkait yang menjadi sampel penelitian, sebagai teknik komunikasi langsung untuk memperoleh data yang diperlukan.

   Wawancara ini dilakukan sebagai studi awal dalam penelitian ini, sekaligus melakukan pengecekan kesesuaian antara model yang telah dirancang dengan objek penelitian.

4. Kuesioner, digunakan untuk meliput data dari sumbernya yaitu konsumen hotel yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

   Kuesioner merupakan data primer yang dikumpulkan langsung dari objek penelitian. Merupakan sumber data yang akan digunakan untuk penyelesaian permasalahan dalam penelitian ini sesuai dengan kerangka model yang telah dirancang.

Uji Validitas

Hasil uji validitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat satupun nilai di bawah batas koefisien korelasi 0,3. Hal ini berarti menunjukkan bahwa seluruh

pertanyaan yang dibuat dalam kuesioner penelitian secara keseluruhan adalah valid. Karena alat ukur validitas yang tinggi berarti mempunyai varian kesalahan yang kecil, sehingga memberikan keyakinan bahwa data yang terkumpul merupakan data yang dapat dipercaya.

Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah *Split Half Method* (*Spearman–Brown Correlation*) Tehnik Belah Dua. Metode ini menghitung reliabilitas dengan cara memberikan tes pada sejumlah subyek dan kemudian hasil tes tersebut dibagi menjadi dua bagian yang sama besar (berdasarkan pemilihan genap-ganjil).

PEMBAHASAN HASIL

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Inovasi Produk Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung, penulis mencoba untuk menarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Inovasi Produk Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung secara umum dan keseluruhan pada dasarnya sudah berjalan bukup baik. Namun demikian ada beberapa indikator seperti sinetesis memiliki nilai persen skor dibawah nilai persenskor rata-rata variabel Inovasi

Produk. hal ini mungkin dikarenakan tanggapan para responden terhadap pengembangan produk yang telah ada untuk dikembangkan menjadi produk yang baru masih belum berjalan dengan cukup baik

2. Kreativitas Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung secara keseluruhan cukup baik. Namun demikian indikator proses kreativitas dan inovasi untuk beberapa pernyataan masih memiliki nilai persen skor dibawah nilai persen skor rata-rata variabel Kreativitas. hal ini dikarenakan menurut para responden design dari Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo masih tidak terlalu jauh berbeda dengan distro di kawasan lainnya.
3. Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung secara keseluruhan sudah baik. hal ini dibuktikan dengan nilai persen skor yang terbilang baik lewat beberapa pernyataan yang disebar kepada para responden.
4. Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Inovasi Produk Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Secara total pengaruh Kreativitas dalam meningkatkan Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung sebesar secara signifikan.
5. Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro

Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Inovasi Produk berpengaruh dalam meningkatkan Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung secara signifikan.

6. Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Secara total persentase atau kontribusi,pengaruh Kreativitas dalam meningkatkan Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung sebesar secara signifikan.
7. Inovasi Produk Dan Kreativitas secara bersama sama berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung dengan persentase secara signifikan. sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ,analisis, dan pembahasan diatas, penulis ingin coba memberikan saran saran yang semoga dapat memberikan manfaat dan berguna di kemudian hari bagi semua pihak khususnya kepada para pelaku usaha Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung, diantaranya:

1. Pada variabel X1 terdapat salah satu indikator yang memiliki nilai terendah yaitu pada indikator sinetesis dengan penyataan Distro para pengusaha selalu mencoba untuk menggabungkan produk

yang telah ada untuk menjadi produk baru. Agar terus mengembangkan dan tak henti hentinya untuk selalu mengedepankan terobosan terobosan atau inovasi yang berkelanjutan sebagai bagian dari upaya pengembangan pakaian distro dan selalu mengikuti keinginan pasar yang dinamis agar selalu siap berkompetisi dengan para pelaku usaha distro di kawasan lainnya, di masa mendatang para pengusaha lebih baik berfokus pada penggabungan produk baru yang baik dibandingkan dengan yang telah ada saat ini sehingga tercipta produk yang unggul.

2. Pada variabel X2 terdapat salah satu indikator yang memiliki nilai terendah yaitu proses kreativitas dengan pernyataan bahwa para pengusaha membuat produk sesuai dengan selera konsumen Dapat disarankan perlunya pengembangan dari produk produk yang telah ada untuk dikembangkan menjadi produk yang baru dan berbeda agar memiliki keunggulan dibanding produk sejenisnya harus diselaraskan dengan bagaimana keinginan konsumen atau pasar yang dinamis sehingga produk yang dijual oleh Distro dengan beberapa cara sosialisasi seperti melalui sosial media, kuisioner dsb.
3. Hasil variabel Y terdapat salah satu indikator yang memiliki nilai terendah dengan pernyataannya yaitu penjualan produk distro mengalami

peningkatan profit setiap tahunnya Untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan mutu produk yang selanjutnya akan menarik minat konsumen Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung tetap loyal berbelanja, yang tentunya akan meningkatkan profit atau keuntungan yang besar di masa yang akan datang para pengusaha harus lebih berfokus pada sinetesis produk dan pada proses kreativitas produk mereka.

4. Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Inovasi Produk Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Sehingga pada masa mendatang, para pemilik distro harus memerhatikan kreativitas mereka guna meningkatkan inovasi produk dari barang yang mereka pasarkan.
5. Inovasi Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Sehingga pada masa mendatang, para pemilik distro harus memerhatikan inovasi produk mereka guna meningkatkan kinerja usaha mereka
6. Kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Sehingga pada masa mendatang, para pemilik distro harus pula memerhatikan Kreativitas produk mereka guna meningkatkan kinerja usaha.

Inovasi Produk Dan Kreativitas secara bersama sama berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Bisnis Pada Distro Clothing

7. Di Kawasan Trunojoyo Bandung. Sehingga pada masa mendatang, para pengusaha tidak boleh mengesampingkan kedua variabel ini sehingga tercipta kinerja bisnis atau usaha yang tetap baik.

DAFTAR PUSTAKA

Crawford, Chris: "Chris Crawford on Game Design", New Riders 2003

Ernani Hadiyati (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.13, No.1, Maret 2011:8-16.*

Ginanjar Suendro (2010). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.* Diakses pada 12 Mei, 2012 dari World Wide Web *eprints.undip.ac.id/24073/1/GINANJAR_SUENDRO-01.pdf*

Ganong, W.F. 2010. Review of Medical Physiology,Ganong's. 23rd edition. New York: The McGraw-Hill Companies.Inc

Gregory B. Murphy, Jeff W. Trailer and Robert C. Hill Journal of Business Research, 1996, vol. 36, issue 1, pages 15-23

Hubeis, M. 2005. Menuju Industri Kecil Profesional di Era Globalisasi Melalui Pemberdayaan Manajemen Industri. Orasi Ilmiah Guru Besar Tetap IlmuManajemen Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Pertanian Bogor

Larsen, P. & A. Lewis. *2007. "How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation", Journal Creativity and Innovation Manage- ment, page: 141-151.*

Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran terj :Bob Sabran, , Edisi 13 jilid 1 dan 2 , penerbit Erlangga

Machfoedz, I., 2004. Menjaga Kesehatan Rumah Dari Berbagai penyakit. Yogyakarta: Fitramaya.

Munandar, Utami. 2009. Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. Jakarta: Rineka Cipta.

Myers, E. G & Myers, M T. 2005. The Dinamics of Human Communication
Laboratory Approach. Mc. Graw-Hill, Inc. United States of America.

Sonah Sitohang (2008). Pengaruh kreativitas dan trade exhibition terhadap inovasi berkelanjutan dan kinerja pemasaran sentra industri kecil mebel kayu di kabupaten Madiun. *Jurnal Ekuitas, Vol.12, No.3 September 2008.*

Sri hartini (2012). Peran inovasi: pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan, vol.14, no. 1, maret 2012: 63-90.*

Sugiarto, 2008. Peningkatan produksi dan mutu jagung. Makalah Seminar Mekanisasi Pertanian: Peran Strategis Mekanisasi Pertanian dalam Pengembangan Agroindustri Jagung. Jakarta

Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib, 2011, Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausahawan sukses, Jakarta : Kencana Perdana Media Group.

Sugiyono, 2010, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Thompson, Jhon & Bob Doherty.2006. The Diverse world of Social Enterprise: A collection of social enterprise stories. International Journal of Social Economic. Emerald. Volume 33 Number 5/6

Wahyono, T., 2004. Sistem Informasi. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Zimmerer, Scarborough. 2008. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil.

Jakarta : Edisi Kelima, Salemba Empat.