PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (SURVEY PADA DISTRO BLANKWEAR BANDUNG)

ABSTRACT

In the era of free trade and global competition is forcing every company must be prepared to face increasingly fierce business competition. Competition is increasingly competitive and consumers are increasingly critical in choosing a product, requires companies to be more innovative in producing a product. In other words, the company should be able to offer new products (goods or services) are much better than those offered by competitors.

This study aims to determine the effect of creativity and innovation for competitive advantage in the distribution Blankwear Bandung. The method used is descriptive and verification method by using multiple linear regression, correlation coefficient, determination coefficient and hypothesis testing. Respondents of this research is that consumers Blankwear. The questionnaire distributed to 60 respondents, kuosioner restored and filled in correctly so it is worth to be processed.

The result showed that creativity (X1) and innovation (x2) significantly affects the competitive advantage (Y) is equal to 36.7% while the remaining 63.3% is the influence of the variables studied. In partial Creativity in the category of weak with 11% while the value of the variable Innovation strong influence on Competitive Advantage variable with a value of 25.7%.

Keywords: creativity, innovation and competitive advantage

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era perdagangan bebas dan persaingan global memaksa setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin kompetitif serta konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk. Dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru (barang atau jasa) yang jauh lebih baik dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh pesaing.

Pada pinsipnya perusahaan menginginkan keuntungan yang optimal. Dengan memberikan kualitas pakaian yang terbaik kepada konsumen, bertujuan untuk mendapatkan kesetiaan konsumen bagi perusahaan itu sendiri yang berati keuntungan bagi perusahaan. Blankwear di mata para konsumen, sudah cukup baik.

Hanya saja belakangan ini ada beberapa konsumen yang sedikit mengeluh akan model yang ditawarkan Blankwear di pasaran untuk beberapa model yang keluar, kadang kala model yang diberikan biasa-biasa saja, maka dari itu dibutuhakan ide-ide yang kreativ untuk memunculkan produk-produk yang lebih unik. Perbandingan produk dengan para pesaing yaitu produk Ouval, Black id, Kick Denim, Paper Smooth, Apparael store, Evil, Wadezig, Cosmic, D'Loops, Flashy , Bloods. Penulis melakukan penelitian awal terhadap 30 responden yaitu konsumen Blankwear.

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Distro Blankwear, sebanyak 60 % Responden menyatakan ya bahwa produk Blankwear mampu membuat senang jika dipake, dan sebanyak 40 % responden menyatakan tidak bahwa produk Blankwear mampu membuat senang jika dipake. Hal ini menunjukkan sebagian besar konsumen merasa senang menggunakan produk dari Blankwear. Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Distro Blankwear, sebanyak 30 % Responden menyatakan ya bahwa

Blankwear selalu memberikan produk yang dibutuhkan konsumen, dan sebanyak 70 % responden menyatakan tidak. Hal ini menunjukkan Blankwear belum dapat memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan.

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Distro Blankwear, sebanyak 40 % Responden menyatakan ya bahwa Blankwear memberikan produk-produk yang menarik, dan sebanyak 60 % responden menyatakan Blankwear tidak memberikan produk-produk yang menarik. Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Distro Blankwear, sebanyak 50 % Responden menyatakan ya dan sebanyak 50 % responden menyatakan tidak tentang Produk Blankwear mudah didapatkan .

Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Distro Blankwear, sebanyak 40 % Responden menyatakan ya bahwa Harga produk Blankwear lebih murah dari distro lain, dan sebanyak 60 % responden menyatakan bahwa Harga produk Blankwear lebih mahal dari pada distro lain. Berdasarkan hasil survey awal kepada 30 responden yang merupakan konsumen di Distro Blankwear, sebanyak 40 % Responden menyatakan ya bahwa Produk Blankwear mengikuti perkembangan jaman, dan sebanyak 60 % responden menyatakan bahwa Produk Blankwear tidak mengikuti perkembangan jama

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka akan diteliti masalah pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Dengan demikian dapat dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Kreativitas pada distro Blankwear Bandung.
2. Bagaimana Inovasi pada distro Blankwear Bandung.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada distro Blankwear Bandung.
4. Seberapa besar pengaruhnya Kreativitas dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada distro Blankwear Bandung baik secara parsial maupun secara simultan.

Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk memperoleh data, informasi, dan suatu gambaran mengenai analisis pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Hasilnya akan digunakan sebagai bahan penyusunan usulan penelitian.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kreativitas pada distro Blankwear Bandung.
2. Untuk mengetahui Inovasi pada distro Blankwear Bandung.
3. Untuk mengetahui Keunggulan Bersaing pada distro Blankwear Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing secara parsial maupun secara simultan pada distro Blankwear Bandung.

Landasan Teori

Kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, akan tetapi juga sangat penting juga bagi kelangsungan perusahaan (Zimmerer dalam Suryana, 2006:48).

Thomas D. Kuczmarki (2003) mengatakan ada kerterkaitan antara inovasi terhadap keunggulan bersaing, " In order to gain a true competitive advantage the innovation should be focusing on developing new-to-the world". Maksudnya adalah untuk mencapai keunggulan bersaing, maka inovasi itu harus selalu fokus untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam dunia.

Zimmerer (2008:57) mengemukakan adanya keterkaitan antara kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing, "Kreativitas dan inovasi sering menjadi jantung bagi kemampuan perusahaan

kecil untuk dapat bersaing dengan pesaing mereka yang lebih besar. Perusahaan kecil dapat menciptakan keunggulan bersaing yang kuat dan efektif terhadap perusahaan lebih besar secara lebih kreatif dan inovatif."

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif, dengan pendekatan kuantitatif. Penulis melibatkan tiga variabel.

1. Variabel *independent* (variabel bebas), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependent (variabel tidak bebas). Variabel *independent* (variabel X1) dalam penelitian ini adalah Kreativitas dan (variabel X2) Inovasi.
2. Variabel *dependent* (variabel tidak bebas), yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent.* Variabel *dependent* (variabel Y) dalam penelitian ini adalah Keunggulan Bersaing.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi dan korelasi berganda dengan persamaan

1. Analisis Regresi

Analisis ini dimaksusdkan untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel. Tujuannya adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan nilai variabel lain.

Persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah:

$$Y = 2.456 + 0.113\ X_1 + 0.165\ X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keunggulan Bersaing
A = Konstanta dari persamaan
β1 = Koefisien regresi dari variable X1
β2 = Koefisien regresi dari variable X2
X1 = Kreativitas
X2 = Inovasi

Model regressi tersebut digunakan untuk memprediksi dan menguji perubahan yang terjadi pada pembelian impulsif yang dapat diterangkan atau dijelaskan oleh perubahan kedua variabel independen (Kreativitas dan Inovasi). Berdasarkan hasil pengolahan data Kreativitas dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing pada distro Blankwear Bandung di peroleh hasil regressi sebagai berikut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.456	1.612		1.524	.133
	KREATIVITAS	.113	.056	.241	2.018	.048
	INOVASI	.165	.043	.453	3.794	.000

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.456	1.612		1.524	.133
	KREATIVITAS	.113	.056	.241	2.018	.048
	INOVASI	.165	.043	.453	3.794	.000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

Dari persamaan regresi linear berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 2.456. artinya jika variabel keunggulan bersaing (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua varibel bebasnya, maka besarnya rata-rata keunggulan bersaing akan bernilai 2.456.

Tanda koefisien variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan keunggulan bersaing. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 bernilai positif, menunjukkan hubungan yang searah antara kreatifitas (X_1) dengan keunggulan bersaing (Y). Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,113 mengandung arti untuk setiap pertambahan Kreativitas (X1) sebesar satu persen akan berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing (Y) sebesar 0,113%.

a. Analisis Korelasi Parsial Antara Kreativitas dan Keunggulan Bersaing

Korelasi Secara parsial Antara kreatifitas dan keunggulan bersaing

Correlations

Control Variables			KREATIVITAS	KEUNGGULAN BERSAING
INOVASI	KREATIVITAS	Correlation	1.000	.258
		Significance (2-tailed)	.	.048
		Df	0	57
	KEUNGGULAN BERSAING	Correlation	.258	1.000
		Significance (2-tailed)	.048	.
		Df	57	0

Hasil perhitungan SPSS 16.0 for windows menghasilkan nilai r yaitu 0.258 dengan arah positif. Artinya kreatifitas memiliki hubungan yang lemah dengan keunggulan bersaing, dikatakan lemah karena nilai korelasi sebesar 0.258. berada pada interval 0.21 – 0.40 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi.

b. Analisis Korelasi Parsial Antara Inovasi dan Keunggulan Bersaing

Correlations

Control Variables			INOVASI	KEUNGGULAN BERSAING
KREATIVITAS	INOVASI	Correlation	1.000	.449

		Significance (2-tailed)	.	.000
		Df	0	57
	KEUNGGULAN BERSAING	Correlation	.449	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		Df	57	0

Hasil perhitungan dengan SPSS 16.0 for windows menghasilkan nilai r yaitu 0.449 dengan arah positif. Nilai korelasi positif menunjukkan bahwa hubungan antara inovasi dan keunggulan bersaing searah. Hubungan antara variabel X_2 (inovasi) dan Y (keunggulan bersaing) dikatakan sedang karena korelasi sebesar 0.449 berada pada interval 0.41 – 0.60 yang dapat dilihat pada tabel interpretasi.

2. Uji Determinasi

Uji Koefisien Determinasi kreatifitas, inovasi dengan keunggulan bersaing

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605[a]	.367	.344	1.29075

a. Predictors: (Constant), INOVASI, KREATIVITAS

Berdasarkan hasil output menggunakan SPSS 16.0 for windows dapat diperoleh koefisien determinasi, yaitu sebesar 0.605 ini berarti bahwa secara parsial kualitas kreatifitas (X_1), inovasi (X_2) mempengaruhi keunggulan bersaing (Y) adalah sebesar 36,7% sedangkan sisanya sebesar 63,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Parsial Dengan Rumus Beta X Zero Order

Model		Standardized Coefficients	Correlations		
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	KREATIVITAS	.241	.455	.258	.213
	INOVASI	.453	.567	.449	.400

Berikut adalah hasil pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap terikat dengan rumus X zero order :

1. Variabel kualitas kreatifitas = 0.241 x 0.455 = 0.1096 x 100% = 11 %
2. Variabel inovasi = 0.453 x 0.567 = 0.2568 x 100% = 25.7 %

Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat adalah variabel inovasi (X_2) sebesar 25.7% dan kreatifiitas (X_1) sebesar 11% dengan demikian pengaruh secara keseluruhan sebesar 36.7% sedangkan sisanya 63.3% merupakan kontribusi variabel lain.

Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik F)

Pengujian Hipotesis secara simultan

ANOVA[b]

Model		F	Sig.
1	Regression	8.655	.009[a]
	Residual		
	Total		

a. Predictors: (Constant), kreativitas, Inovasi

b. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 8.655. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan a=0,05, db1=2
dan db2=60, diketahui nilai F tabel sebesar 3.15. Dari nilai-nilai di atas, diketahui
nilai F hitung (8.655) > F tabel (3.15), sehingga H0 ditolak, artinya F-hitung lebih besar dari pada F-tabel yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara kreativitas (X_1) dan inovasi (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y).

2.Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) kreatifitas Terhadap keunggulan bersaing

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.456	1.612		1.524	.133
	KREATIVITAS	.113	.056	.241	2.018	.048
	INOVASI	.165	.043	.453	3.794	.000

a. Dependent Variable: KEUNGGULAN BERSAING

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel}. t_{tabel} diperoleh dari tingkat kepercayaan dengan taraf nyata α = 0,05, dimana df = n-k-1 = 60-2-1 = 57. Maka t (0,05:57) = 2.002
Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel kreatifitas 2.018 dengan nilai signifikan 0,048. Karena nilai t_{hitung} 2.018 lebih besar dari t_{tabel} 2.002 maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan Ho ditolak. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa kreatifitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang ada, mengenai pengaruh kreatifitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing (survey pada distro Blankwear Bandung), maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kreatifitas pada distro Blankwear Bandung secara umum masuk kedalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan presepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator

keahlian. Keahlian berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan arah hubungan positif. Artinya semakin baik kreatifitas maka akan semakin baik keunggulan bersaingnya. Dalam suatu kreatifitas keahlian adalah kunci dalam memberikan ide-ide yang baru untuk membuat model-model yang menarik serta mengembangkan produk yang lama dikemas menjadi produk yang baru.

2. Inovasi Usaha distro Blankwear Bandung secara umum masuk kedalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan presepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator produk. Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan arah positif. Artinya inovasi memiliki hubungan yang kuat dengan keunggulan bersaing. Inovasi sangat dibutuhkan dalam perkembangan produk yang baru, yang lain dari yang sebelumnya.
3. Keunggulan bersaing distro Blankwear Bandung secara umum masuk kedalam kriteria baik. Hal ini ditandai dengan presepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator *Cost Leadership*. Artinya *Cost Leadership* sangatlah berpengaruh terhadap keunggulan bersaing distro-distro di bandung, karena perusahaan harus memberikan kualitas, pelayanan, dan biaya murah kepada komsumen.
4. Kreativitas dan inovasi secara bersama-sama memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keunggulan bersaing pada distro Blankwear Bandung. Diantara variabel indipenden, inovasi memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keunggulan bersaing di distro Blankwear Bandung dibandingkan dengan kreativitas. Inovasi secara parsial hanya memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap keunggulan bersaing, sementara kreativitas secara pasrisal memberikan pengaruh yang tidak begitu besar dibandingkan dengan inovasi terhadap keunggulan bersaing.

SARAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan diatas, penulis mencoba memberikan saran kepada pihak yang berkaitan maupun pihak lainnya mengenai kreatifitas, inovasi dan keunggulan bersaing, yaitu sebagai berikut :

1. Kreatifitas pada distro Blankwear Bandung secara rata-rata masuk kedalam kriteria baik. Bila dilihat berdasarkan indikator, berdasarkan hasil penelitian hendaknya distro Blankwear dapat memeprtahankan bahkan meningkatkan keahlian dalam berakreativitas pada produk yang ada dalam segala hal karena perkembangan dan permintaan dari setiap konsumen akan selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan jaman.
2. Tanggapan konsumen terhadap inovasi pada distro Blankwear Bandung sudah dinilai baik, namun lebih diperhatikan pada saat memperkenalkan produk baru. Mengembangkan produk yang sudah ada tidaklah terlalu sulit, tetapi menciptakan sesuatu yang baru itu akan sedikit bermasalah apabila distro Blankwear kurang kreatif dalam memecahkan persoalan yang ada. Maka daripada itu Blankwear sendiri harus lebih mengerti keinginan konsumen melihat situasi mode yang sedang ada dengan menampilkan sedikit hal yang berbeda pada mode pakaiannya. Sebisa mungkin juga mengikuti kondisi iklim yang sedang ada di Indonesia khususnya.
3. Keunggulan bersaing yang konsumen rasakan pada distro Blankwear Bandung sudah di nilai baik, karena harga yang lebih miring jelas menarik minat konsumen. Tetapi yang harus lebih diperhatikan adalah diferensiasi produk, agar menunjukan keunggulan yang lebih kompetitif di antara para pesaing.
4. Secara keselurahan dari kreativitas dan inovasi terhadap keunggulan bersaing berpengaruh sangat kuat meskipun ada pengaruh dari variabel yang tidak diteliti. Khusus untuk indikator

produk yang terdapat dalam variabel inovasi harus lebih diperhatikan, karna inovasi produk lebih besar pengaruhnya dalam menghadapi keunggulan bersaing dalam penelitian ini. Disarankan untuk peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai keunggulan bersaing untuk memilih variable-variabel yang tidak diteliti oleh penulis, dikarenakan keterbatasan penulis sendiri. Baik berupa variable kinerja pemasaran, kualitas produk, orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dsb. Penulis masih menyadari banyaknya kekurangan dan keterbatasan pada saat menulis laporan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya Helmi, (2004). Analisis Pengaruh Merk, Orientasi Strategik, Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UKM Tanggulangin di Kota Sidoarjo). *Jurnal Sains PemasaranIndonesia, Vol III, No 3 Program Magister Manajemen*.

Ardy Mandala, Edy Raharja. 2012. *Peran Pendidikan, Pengalaman, dan Inovasi terhadap Produktivitas Usaha Kecil Menengah.* Diponegoro Journal of Management, Vol, 1, No. 2, pp. 1-11.

Azka Ghafoor, Tahir Masood Qureshi, Hassan Rasool Azeemi and Syed Tahir Hijazi (2011). Mediating role of creative self-efficacy. *African Journal of Business Management Vol. 5(27), pp. 11093-11103, 9 November, 2011.*

Chris Barker, Nancy Pistrang & Robert Elliot (2002). *Research Methods in Clinical Psychology.* (2nd ed.). John Wiley & Sons, LTD Chichester England.

Deden, A., Janvita, J. Sudirham. 2012. *Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil.* Vol, 11. No.1, pp. 42-59.

Edi Wahyudi, 2010, *Strategi Peningkatan Akses Pasara dan Peluang Inovasi Usaha Kecil Nelayan Pasuruan.* Riset Ilmiah Strategi (L-RIS) dan Prodi Adm. Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember, Vol. 23, No. 3, pp. 196-205.

Ernani Hadiyati. 2011. *Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil.* Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan , Vol. 13 No. 1. pp. 8-16.

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

Hanadi Mubarak Al-Mubaraki. Dalam *Innovation System in European Countriea : A SWOT Analysis. European Journal of Bussines and Management* , Vol. 4 No. 15. 2012.

Nursya'bani Purnamahery Setiawan (2003). Analisis Pengaruh Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnisjsb No. 8 Vol. 2, Desember 2003*

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

Petter Swann and Daniel Birk. 2005. Dikutip dalam buku *How do Creativity and Design Enchance Business Performence ? a Frame Work for Interpreting the Evidence.*

Sundgren et al, 2005. di kutip oleh Dr. Gabor et al. dalam *The Impact of Creative Organizational Climate on the Innovation Activity of Medical devices Manufacturing Firms in Hungary. European Journal of Bussines and Management* , Vol. 4 No. 13. 2012.

Siyamtinah, Heru Sulistyo, Eny Rahmani, 2011, Model Peningkatan Kinerja Melalui Kapabilitas Inovasi Pada UKM Semarang. Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan , pp. 251-262.

Sugiyono, 2008. Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: ALFABETA.

Umi, Narimawati., Sri Dewi, A., & Linna, I. 2010. *PENULISAN KARYA ILMIAH: Panduan Awal Menyusun skripsi dan Tugas Akhir Aplikasi Pada Fakultas Ekonomi UNIKOM,* Bekasi : Genesis.

.

http://rajapresentasi.com/2012/08/kreativitas-dan-inovasi-bisnis-agar-erencanaan-menjadi-kenyataan/ (14-07-2013)

http://www.tempo.co.id/edunet/ (14-07-2013)

http://faculty.petra.ac.id/ido/artikel/kreativitas.htm (14-07-2013)