BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kreativitas

2.1.1.1 Pengertian Kreativitas

Kreativitas menurut Suryana (2003) dalam penelitian Ernani Hadiyati (2011:10) menyatakan bahwa :

> "Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembagakan ide – ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang."

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa :

> "Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu 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 hal baru."

Atribut orang yang kreatif adalah : terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, mnerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesutu 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-ideyang baru, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap

fenomena yang belom jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berfikir dalam imajinasi, dan selektif.

Menurut (e.g., Eysenck, 1993; Guilford, 1950) dalam penelitian Mark Betey (2012:57) menyatakan bahwa :

> "Mereka yang menekankan pandangan orang-berpusat kreativitas mungkin akan menilai kreativitas dengan referensi untuk atribut sifat, seperti kecerdasan atau kepribadian "
>
> *"Those who emphasize a person-centered view of creativity will probably assess creativity with reference to trait attributes, like intelligence or personality "*

Menurut Suryana (2003) dalam penelitian Ernani Hadiyati (2011:10) menyatakan bahwa :

> "Kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara- cara baru dalam memecahkan persoalan dalam peluang ".

Kreativitas merupakan suatu kemampuan seseorang di dalam menghasilkan ide-ide maupun produk baru dan sesuai dengan tuntutan keadaan, di mana ide-ide maupun produk tersebut dibutuhkan. Kemampuan itu dapat diterima dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar sebagai sesuatu yang wajar dan bukan sesuatu yang aneh dan tidak masuk akal, apabila ide-ide atau produk baru yang dihasilkan dianggap mampu memenuhi kebutuhan. Orang yang kreatif akan memiliki sikap, pemikiran dan perilaku kreatif apabila kemampuannya dipupuk sejak dini karena kreativitas merupakan suatu proses.

Banyak ahli memberikan definisi mengenai kreativitas, menurut Evans (1994) dalam penelitian Deden A. Wahab Syah'roni, Janivita J. Sudirham

(2012:46) kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengatahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan-gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat.

Pengertian lainnya menurut Stoner, Freeman dan Gilbert (1996) dalam penelitian Deden A. Wahab Syah'roni, Janivita J. Sudirham (2012:46) mengatakan bahwa kreativitas merupakan penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide – ide baru dan lebih baik.

Kreativitas juga merupakan keterampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subjek dari perspektif baru dan membentuk kombinasi – kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran dan juga merupakan pembangkit ide – ide baru. Kreativitas juga sebagai penghasil ide baru dan inovasi sebagai penerjemah ide baru menjadi perusahaan baru, produk baru, jasa baru, proses baru atau metode baru untuk memproduksi.

Menurut Hubies (2005:11) dalam penelitian Sonang Sitohang (2006:291) kreativitas merupakan kumpulan dari ide-ide, baik pengetahuan maupun pengalaman yang berada di dalam pikiran manusia (proses pada bagian otak sebelah kanan), yang kemudian diramu menjadi inovasi yang bermanfaat secara berkesinambungan, sehinggan kreativitas sebagai penciptaan ide-ide baru, gagasan baru yang membutuhkan individu kreatif yang mampu menghasilkan pemikiran yang kreatif dari orisinil untuk melakukan pembaharuan dalam suatu kegiatan pada situasi yang berlaku seperti halnya optimis biaya dan waktu meraih efesiensi.

2.1.1.2 Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2003:23) bahwa, indikator Kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Keahlian
2. Kemampuan
3. Motivasi

2.1.2 Inovasi

2.1.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang.

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 "

Hal yang sama dikemukakan dengan Hills (2008) yang ditulis pada penelitian Ernani Hadiyati (2011:11) menyatakan bahwa :

> " inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau pengguna lainnya."

Sedangkan Ernani Hadiyati (2011:11) menulis bahwa Suryana (2003) manyatakan " inovasi yaitu sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan." Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang : a.

Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat). b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dll).

Menurut Sandee (1995) dalam penelitian Aloysius Gunadi Brata (2009:95) mengatakan bahwa inovasi adalah satu strategi penting bagi industri kecil untuk memperkuat posisi daya saing mereka.

2.1.2.2 Indikator Inovasi

Menurut Aloysius Gunadi Brata (2009:101) inovasi sering dikaitkan dengan kebaruan, dalam artian bahwa inovasi adalah suatu hal yang baru bagi pengrajin. Namun demikian, inovasi yang dilakukan oleh seorang pengrajin secara relatif belum tentu benar - benar baru bagi pengrajin lainnya. Indikator inovasi meliputi (1) Produk. Seperti produk baru, perubahan komponen produk, perubahan desain produk. (2) Pelayanan. Seperti perubahan cara melayani pelanggan/pembeli, jenis pelayanan baru. (3) Proses. Seperti perbaikan proses produksi yang sudah ada, pemanfaatan alat/teknologi baru. (4) Pasar. Lokasi/tujuan pemasaran yang baru, segmen pasar yang baru. (5) Logistik. Seperti penggunaan bahan baku yang baru, penggunaan sumber pasokan bahan baku yang baru. (6) Organisasi Usaha. Seperti sistem pengelolaan produksi yang baru, penggunaan kontrol kualitas produksi, penyederhanaan pengambilan keputusan, pengembangan tenaga kerja dengan cara yang baru.

2.1.3 Keunggulan Bersaing

2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing sangat penting bagi perusahaan. Perusahaan kecil memiliki keunggulan bersaing jika pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada produk atau jasa pesaing. Pemilik perusahaan dapat mencipatakan persepsi ini dengan berbagai cara. Perusahaan-perusahaan kecil kadang-kadang mencoba menciptakan keunggulan bersaing dengan harga terendah.

Keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaanmemilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generik ke dalam praktik (Porter dalam Nursya'bani dan Purnama Hery Setiawan, 2003:106).

Porter dalam Prakosa (2005:39) berpendapat bahwa keunggulan bersaing berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan memilih dan benar-benar dapat melaksanakan strategi generic ke dalam praktik. Semua bagian yang ada di dalam organisasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktivitas dapat menjadi keunggulan bersaing.

Porter dalam Prakosa (2005:40) mendefinisikan keunggulan bersaing sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam market place. Strategi harus didesain unutk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus, sehingga perusahaan dapat mendominasi pasar lama maupun pasar baru.

Hal terpenting dalam mencapai kesuksesan strategi yang diterapkan adalah dengan mengidentifikasi asset perusahaan yang sesungguhnya, dalam hal ini adalah tangible dan intangible resaources yang membuat organisasi itu unik.

Porter dalam Nursya'bani Purnama dan Hery Setiawan (2003:106) menyatakan semua bagian yang ada dalam organisasi, baik yang berupa sumber daya maupun aktifitas, dapat menjadi keunggulan bersaing melalui 3 alternatif strategi: cost leadership, differentiation, atau focus.

2.1.3.2 Faktor yang Membedakan Perusahaan Lebih Unggul

Tidak mudahnya sumber daya suatu perusahaan untuk ditiru perusahaan lain disebabkan tiga hal (Baruey dalam Prakosa 2005), yaitu :

1. Kondisi historis yang unik.
2. Hubungan antara kemampuanyang dimiliki perusahaan dengan perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing adalah bersifat mendua.
3. Sumber daya yang menghasilkan keunggulan secara sosial kompleks,budaya perusahaan can reputasi perusahaan di mala supplier.

2.1.3.3 Teori Strategi Generik dan Keungulan Bersaing

Michael P. Porter dalam Suryana (2006:174), mengungkapkan beberapa strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat bersaing. Beberapa aspek inti dari teori Porter tersebut adalah:

1. Persaingan merupakan inti dari keberhasilan dan kegagalan. Hal ini berarti bahwa keberhasilan atau kegagalan bergantung pada keberanian perusahaan untuk dapat bersaing.

2. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi langganan atau pembeli. Keunggulan bersaing menggambarkan cara perusahaan memilih dan mengimplementasikan strategi generic (biaya rendah, diferensiasi produk, dan focus) untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing.
3. Ada dua jenis dasar keunggulan bersaing, yaitu biaya rendah dan diferensiasi. Semua keunggulan bersaing ini berasal dari struktur industry. Perusahaan yang berhasil dengan strategi biaya lebih rendah memiliki kemampuan dalam mendesain produk dan pasar yang lebih efisien disbanding pesaing. Sedangkan diferensiasi adalah kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik serta memiliki nilai lebih bagi pembeli dalam bentuk kualitas produk, sifat-sifat khusus dan pelayanan lainnya.

2.1.4 Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya

Berikut tabel perbandingan jurnal penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Ernani Hadiyati (2011)	Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil	Bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap UKM	Unit penelitian dilakukan pada Usaha Kecil Menengah Malang sedangkan peneliti ini di distro Blankwear	Terdapat Kreativitas dan inovasi
2	Bagas Prakosa (2005)	Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk	Bahwa orientasi pasar, inovasi, dan orietansi belajar mempengaruhi kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan	Unit penelitian terdahulu di lakukan di Industri Manufaktur Semarang sedangkan peneliti melakukan di	Terdapat variable menggunakan inovasi dan keunggulan bersaing

		Mencapai Keunggulan Bersaing Studi Empiris Pada Industri	kompetitif.	distro Blankwear	
3	Nursya'bani Purnama Hery Setiawan (2003)	Analisis Pengaruh Sumber-Sumber Keunggulan Bersaing Bidang Pemasaran Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur Di Indonesia	keunggulan bersaing bidang pemasaran atau kompetensi pemasaran mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.	Unit penelitian dilakukan pada industry manufaktur di Indonesia sedangkan peneliti ini di distro Blankwear	Menggunakan analisis korelasi. Salah satu variable menggunakan keunggulan bersaing.
	Ginanjar Suendro (2010)	Analisis Pengaruh Inovasi Produk Melalui Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	Terdapat pengaruh inovasi produk melalui kinerja pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan	Unit penelitian dilakukan pada IKM Batik Pekalongan sedangkan penelitian ini di distro Blankwear	variable menggunakan inovasi dan keunggulan bersaing.
5	Azka Ghafoor, Tahir Masood Qureshi, Hassan Rasool Azeemi And Syed Tahir Hijazi (2011)	*Mediating Role Of Creative Self-Efficacy*	*In this study, we examined the relationship between transformational leadership, learning orientation and employee creativity. Furthermore, the mediating effect of creative self efficacy is studied in the relationship of these two variables with creativity*	Unit Penelitian ini *Banking Sector* sedangkan peneliti dilakukan di distro Blankwear	Salah satu variable menggunakan kreativitas.
6	Ravi Kiran and Vijay Jain (2012)	*Enhancing innovation and intellectual property culture in manufacturing small and medium enterprises*	*The results of the factors influencing Innovation in SMEs of Punjab manufacturing depict that: increased market share, improved production flexibility, staff employed in R and D, status of trademarks.*	Unit penelitian *manufacturing small and medium enterprises* sedangkan peneliti di distro Blankwear	Terdapat inovasi dalam variabel
7	M. Farooq Hussain and Saqib Ilyas (2010)	*Environment for innovation: Gaining competitive advantage*	*Research has found that commitment to innovation is a key to success and in a long run can be helpful in earning a competitive advantage for the firm.*	Unit penelitian di perusahaan Pakistan sedangkan peneliti di distro Blankwear	Menggunakan inovasi dan keunggulan bersaing dalam variabel
8	Sri Hartini (2012)	Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis	Hasil-hasil penelitian menunjukkan adanya peran inovasi terhadap kualitas produk serta peran kualitas produk terhadap kinerja bisnis	Unit penelitian di usaha kecil menengah di Surabaya sedangkan penliti di distro Blankwear	Salah satu variable menggunakan inovasi

2.2 Kerangka Pemikiran

Wirausahawan yang sukses harus memiliki ide dan kemudian mencari cara agar ide tersebut sukses memecahakan masalah. Begitupun dalam bisnis pakaian, agar para konsumen tertarik penampilan produk-produk yang terlihat tentu harus dapat menyimpan kesan menarik.

Maka dari itu pemikiran yang kreatif dalam menciptakan dan mengerjakan ide-ide yang unik dari para pemilik dan anggota di dalam perusahaan itu sendiri harus benar-benar luas. Karena kreativitas dan inovasi menjadi sebuah "penentu" bagi bisnis kewirausahaan berskala kecil untuk menciptakan keunggulan bersaing yang kuat dan efektif terhadap perusahaan lain.

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.

Wirausahawan yang berpikir kreatif dapat menciptakan keunggulan bersaing terhadap para pesaing-pesaing yang lebih besar. Dengan mengeluarkan ide-ide yang kreatif dalam memproduksinya agar konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Kreatif itu juga mencirikan bahwa sebuah perusahaan melakukan perkembangan untuk keunggulan daya.

Inovasi sering dikaitkan dengan kebaruan. Namun demikian, inovasi yang dilakukan oleh seorang secara relatif belum tentu benar - benar baru bagi lainnya. Indikator inovasi meliputi (1) Produk. Seperti produk baru, perubahan komponen

produk, perubahan desain produk. (2) Pelayanan. Seperti perubahan cara melayani pelanggan/pembeli, jenis pelayanan baru. (3) Proses. Seperti perbaikan proses produksi yang sudah ada, pemanfaatan alat/teknologi baru. (4) Pasar. Lokasi/tujuan pemasaran yang baru, segmen pasar yang baru. (5) Logistik. Seperti penggunaan bahan baku yang baru, penggunaan sumber pasokan bahan baku yang baru. (6) Organisasi Usaha. Seperti sistem pengelolaan produksi yang baru, penggunaan kontrol kualitas produksi, penyederhanaan pengambilan keputusan, pengembangan tenaga kerja dengan cara yang baru.

Inovasi yang dilakukan akan berdampak pada keunggulan bersaing perusahaan dengan menciptakan hal-hal yang baru di dalam perusahaan atau mengeluarkan dan memperkenalkan sesuatu yang baru dari produk yang ditawarkannya.

Keunggulan bersaing adalah menciptakan strategi benefit untuk berkompetisi lebih efektif di dalam market place. Keunggulan bersaing yang baik dari sebuah perusahaan dapat menarik lebih banyak konsumen untuk tetap membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Keunggulan bersaing dapat tercipta apabila perusahaan melakukan 3 alternatif strategi yaitu, cost leadership atau menjual harga lebih murah daripada para pesaing, melakukan diferensiasi produk dan focus pada produk yang ditawarkan mengacu pada teori Porter.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

2.2.1.1 Hubungan Antara Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing

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

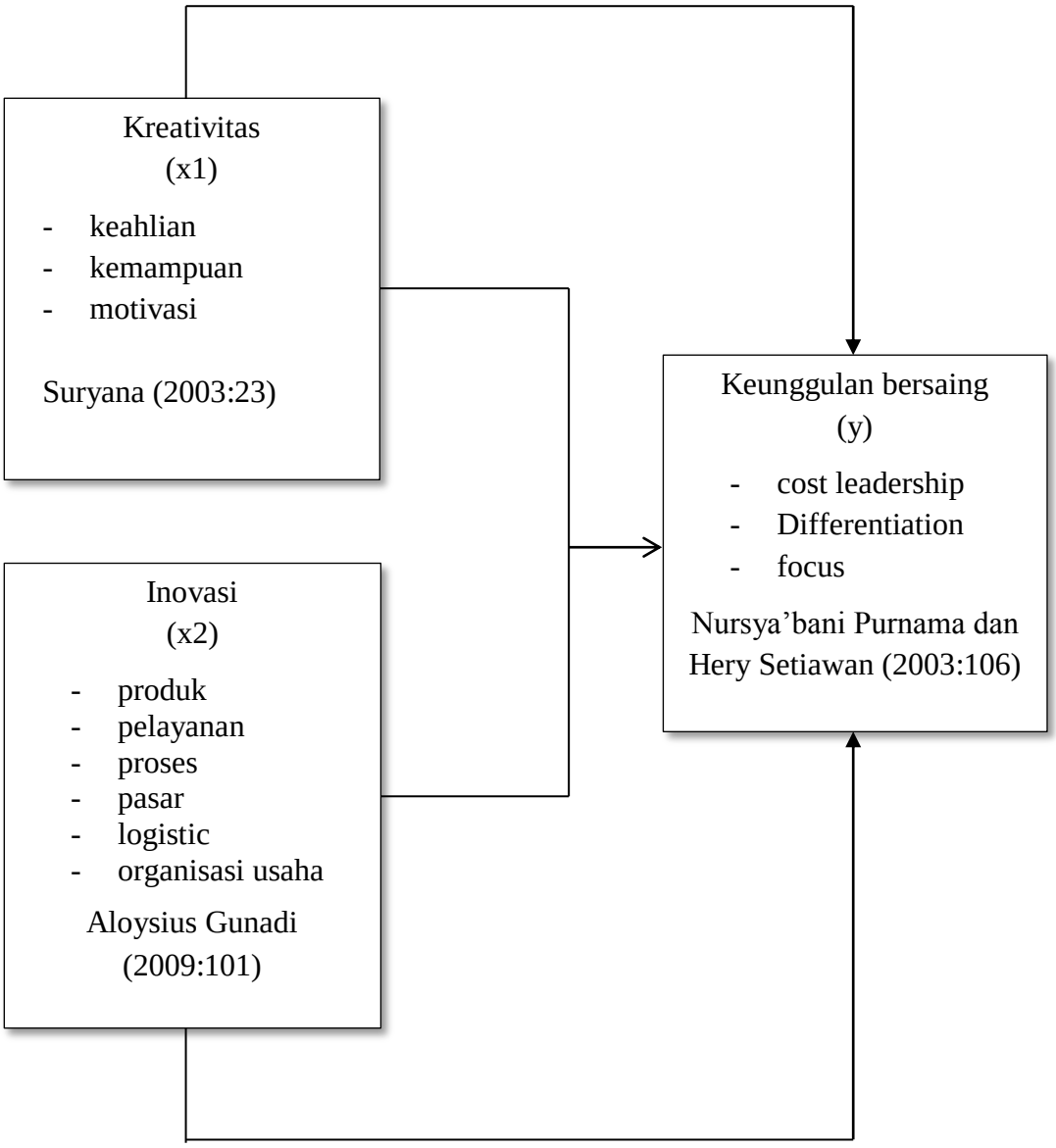
2.2.1.2 Hubungan Antara Inovasi dengan Keunggulan Bersaing

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.

2.2.1.3 Hubungan Antara Kreativitas Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing

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." Bagan Paradigma Pemikiran

Adapun analisis korelasi berganda yang digunakan untuk model di atas adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009 : 93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. 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 empirik, maka penulis menarik kesimpulan sementara, yaitu:

Keterangan:

X1 : Variabel Independen 1, yaitu Kreativitas

X2 : Variabel Independen 2, yaitu Inovasi

Y : Variabel Dependen, yaitu Keunggulan Bersaing

Hipotesis

- Terdapat pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha secara simultan maupun parsial.