Kreativitas dan inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil

Deden A.Wahab Sya'roni

Janivita J. Sudirham

Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

Abstrak

Pengusaha yang bergerak di usaha kecil cukup banyak menghasikan produk-produk hasil kreatif. Namun demikian, keberadaan usaha kecil tumbuh tidak menentu. Banyak usaha kecil yang tidak mampu bertahan lama dan mudah mengalami kebangkrutan. Kemampuan usaha kecil untuk mampu bertahan dan cukup berhasil dipengaruhi beberapa faktor dalam kewirausahaan, diantaranya kreativitas dan inovasi. Studi ini berusaha melihat beberapa indikator dari kreativitas dan inovasi yang membentuk kompetensi kewirausahaan dan dapat membantu keberlanjutan usaha kecil. Studi ini difokuskan pada usaha kecil yang potensial di wilayah Jawa Barat. Metode yang dipakai adalah metode survei. Analisis dilakukan dengan *Stuctural Equation Modeling* (SEM). Hasil analisis menunjukkan beberapa indikator yang mengkontribusi kreativitas diantaranya adalah nilai intelektual dan artistik, minat, peduli pada pencapaian pekerjaan dalam mencapai keunggulan, ketekunan, pemikiran mandiri, dan toleransi terhadap keraguan.Adapun indikator-indikator yang mengkontribusi inovasi diantaranya mengkreasikan produk baru, mengkreasikan proses, pengembangan produk, perbaikan proses serta penambahan sentuhan kreatif dengan duplikasi dan pemaduan faktor produksi serta metode baru.

Kata kunci: kewirausahaan, kreativitas, inovasi, usaha kecil

1.Pendahuluan

Para pengusaha di usaha kecil diketahui cukup banyak menghasilkan produk-produk hasil kreatif. Hal ini sering terlihat di berbagai daerah di Indonesia berbagai produk yang sangat beragam diciptakan dan terdapat di pasaran. Tidak sedikit dari para pengusaha kecil tersebut menjadi seorang wirausaha yang maju dan berkembang. Melihat produk yang dihasilkannya, terdapat beberapa jenis produk di usaha kecil tersebut seperti produk makanan olahan, tekstil/fashion, barang kayu dan hasil hutan, kertas dan barang cetakan, barang dari logam serta lainnya. Tidak sedikit pula produk yang dihasilkan dibutuhkan sebagai produk antara atau sebagai bahan baku untuk proses produksi di industri menengah dan besar, termasuk yang dikonsumsi oleh konsumen luar negeri disamping konsumen dalam negeri sendiri. Ini menunjukkan bahwa produk hasil usaha kecil dibutuhkan oleh masyarakat banyak, dalam arti mempunyai pasar yang cukup luas.

Para pengusaha di usaha kecil dewasa ini sepertinya menyadari bahwa pasar memang terbuka, tetapi tidak mudah dimasuki. Dengan alasan tersebut pula beragam jenis produk telah banyak diciptakan dan dihasilkan. Ini memperlihatkan bahwa pada dasarnya para pengusaha kecil setidaknya telah menunjukkan kemampuannya untuk berkreasi dan berinovasi memanfaatkan peluang dan mendayagunakan sumberdaya yang ada meski dalam batas-batas tertentu. Para

pengusaha di usaha kecil ini berupaya dengan segala keterbatasannya dengan harapan usaha yang dikelola mampu bertahan ditengah perubahan lingkungan yang berubah cepat.

Berdasarkan beberapa pengamatan, ternyata banyak usaha kecil yang tidak melanjutkan usahanya dan dapat dikatakan keberadaan usaha kecil tumbuh tidak menentu.Kondisi yang ada sering menunjukkan kelangsungan hidup usaha kecil memiliki ketidakberdayaan dan memprihatinkan, dan proporsi untuk menyelamatkan usaha serta ketahanan jangka panjang bahkan lebih kecil lagi. Di satu sisi penambahan jumlah usaha kecil setiap tahunnya besar, di sisi lain peningkatan tersebut tidak diikuti dengan ketahanan yang kokoh untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya sehingga tidak lama kemudian banyak mengalami kebangkrutan (Sucherly,2005).

Dari hal tersebut berbagai kendala dan hambatan yang bersifat klasik baik dari sisi teknis maupun non teknis senantiasa melingkupinya, yang pada pokoknya dapat dikelompokkan dalam masalah-masalah yang berkaitan dengan akses pasar, kelemahan dalam pendanaan atau akses pada sumber pembiayaan, kelemahan dalam organisasi maupun manajemen yang bermuara pada aspek sumberdaya manusianya.

Kemampuan usaha kecil untuk mencapai keberhasilan tertentu di antaranya dipengaruhi oleh faktor kewirausahaan. Implikasi dari penerapan konsep kewirausahaan itu sendiri dalam organisasi bisnis dinyatakan bahwa apabila pengusaha ingin berhasil dalam menghadapi persaingan yang terbuka dalam era global saat ini harus memiliki jiwa kewirausahaan yang kreatif dan inovatif, terlebih melihat kondisi saat ini tentu diperlukan wirausaha yang modern, yang lebih memiliki wawasan, berpikiran jauh ke depan, senantiasa mengikuti perkembangan, terbuka terhadap konsep dan ide baru. Dengan pandangan yang jauh ke depan, selalu berkarya dan berkarsa, menciptakan sesuatu yang baru, terbuka terhadap pengalaman yang baru, termasuk tidak puas dengan apa yang dilakukan saat ini merupakan sisi keberhasilan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya tersebut yang terkait dengan kompetensinya. Namun demikian aplikasi dari hal-hal itu ternyata masih menjadi kendala pengusaha meraih keberhasilan dalam berusaha. Salah satu penentu keberhasilan tersebut adalah kompetensi kewirausahaan yang dalam hal ini kreativitas maupun inovasi sebagai penentu yang merupakan ciri wirausaha.

Suatu kenyataan bahwa sumber daya manusia usaha kecil umumnya berpendidikan rendah, tidak memiliki keterampilan manajemen dan bisnis memadai, dan meski sebagian dari mereka telah memiliki semangat kewirausahaan pada tingkat tertentu, tetapi tanpa keterampilan teknis di bidang manajemen, pengorganisasian produksi, penguasaan teknologi dan informasi, mereka akan mengalami kesulitan untuk berinteraksi dan bersaing dengan pelaku bisnis lain yang sudah terbiasa menerapkan keterampilan manajemen modern.

Studi ini berusaha melihat beberapa indikator dari kreativitas dan inovasi yang membentuk kompetensi kewirausahaan serta pada gilirannya akan menentukan kerberlanjutan usahanya. Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah memeroleh temuan dan model pengaruh antara variabel penelitian setelah direkonseptualisasikan, yang meliputi kreativitas dan inovasi serta kompetensi kewirausahaan pada usaha kecil. Selanjutnya hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori ekonomi dan manajemen terutama mengenai pengembangan konseptual maupun memperkuat teori mengenai kreativitas inovasi serta kompetensi kewirausahaan. Pada gilirannya diharapkan dapat memberikan rangsangan dan referensi pembanding untuk peneliti lainnya**.** Hasil penelitian ini juga sebagai informasi yang diharapkan berguna bagi para pelaku usaha kecil untuk meningkatkan potensi diri yang dimiliki, sehingga dapat mengelola usahanya dengan lebih baik untuk mengembangkan usahanya. Demikian pula bagi berbagai instansi yang terkait diharapkan dapat dijadikan bahan untuk pengambil kebijakan guna menentukan strategi yang tepat dalam mendukung keberhasilan pengusaha kecil dalam kaitannya dengan perilaku wirausaha yang kreatif dan inovatifdi tengah lingkungan usaha yang semakin berkembang dan kompetitif.

2. Kajian Pustaka

2.1. Kewirausahaan dan Usaha Kecil

Sampai saat ini belum terdapat terminologi yang persis sama mengenai kewirausahaan (*Entrepreneurship*), akan tetapi umumnya memiliki konsep yang hampir sama yang lebih merujuk pada sifat, watak dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Istilah kewirausahaan yang merupakan padanan kata dari *entrepreneurship* dalam bahasa inggris sebenarnya berawal dari bahasa perancis yaitu '*entreprende'* yang berarti petualang, pencipta dan pengelola usaha. Istilah tersebut diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon (1755). Istilah tersebut makin popular setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B. Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan menghasilkan lebih banyak lagi (Winardi, 2003).

Kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan risiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi.Tidak sedikit pengertian mengenai kewirausahaan yang saat ini muncul seiring dengan perkembangan ekonomi dengan semakin meluasnya bidang dan garapan. Kewirausahaan sering dikaitkan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan suatu bisnis baru yang berorientasi memperoleh keuntungan, penciptaan nilai dan pembentukan produk atau jasa baru yang unik dan inovatif. Kewirausahaan juga merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Pada dasarnya inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang (Drucker, 2002). Oleh karenanya, apabila mengacu pada orang yang melaksanakan proses gagasan, memadukan sumberdaya menjadi realitas, muncul yang dinamakan wirausaha (*Entrepreneur*). Sering dikemukakan bahwa rumusan *Entrepreneur* yang berkembang sekarang ini kebanyakan berasal dari konsep Schumpeter (1934), dimana dia menjelaskan bahwa *entrepreneur* merupakan pengusaha yang melaksanakan kombinasi-kombinasi baru dalam bidang teknik dan komersial ke dalam bentuk praktek (Meredith, 2005).

Kewirausahaan memang tidak identik dengan usaha kecil, dan juga tidak selalu identik dengan watak atau cirinya. Namun demikian telah sejak lama kewirausahaan tersebut dianggap sebagai faktor yang mendorong dan memberikan kontribusi yang tidak kecil terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. "*Small business is business that are locally owned and managed, often with very few employes working at a single location."*(Longenecker, 2001).

Usaha kecil merupakan bisnis yang dikelola dan dimiliki secara lokal, seringkali dengan jumlah karyawan yang amat sedikit bekerja di satu lokasi, dan oleh karenanya bentuk usaha yang sesuai bagi wirausaha adalah usaha kecil karena usaha kecil biasanya memiliki beberapa pekerja sehingga memudahkan wirausaha mengorganisasikan usahanya. Usaha Kecil menurut Undang-Undang No 5 Tahun 1999 adalah usaha : (a) memiliki kekayaan (aset) bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan, tempat usaha; (b) hasil penjualan tahunan (omzet) paling banyak Rp. 1 milyar; (c) milik warga negara Indonesia; (d) berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung oleh usaha besar atau usaha menengah, berbentuk badan usaha perseorangan, badan usaha tidak berbadan hukum, atau usaha berbadan hukum, termasuk koperasi.

Berdasarkan Undang-Undang No.20 tahun 2008 terdapat beberapa perubahan kriteria sebagai berikut : (1) Kriteria Usaha Mikro dengan kriteria**:**a). memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau.b). memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

(2) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut : a). memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau b). memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Namun demikian definisi usaha atau perusahaan kecil sampai saat ini masih berbeda-beda tergantung pada fokus permasalahannya masing-masing, dan khususnya pada penelitian ini mengacu kepada Undang-Undang No.20 tahun 2008.

2.2. Kreativitas dan Inovasi

Banyak ahli memberikan definisi mengenai kreativitas, suatu pemikiran menyatakan Kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan 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 (Evans,1994). Pengertian lainnya adalah 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 subyek dari prespektif 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 (Stoner, Freeman dan Gilbert,1996).

Sebagaimana banyak diketahui bahwa seseorang dapat mengembangkan pemikirannya dengan memanfaatkan otak bagian kiri maupun bagian kanannya (Winardi. 2003). Otak bagian kiri dimanfaatkan untuk berfikir secara analitikal, sistematikal serta logikal. Oleh karenanya berfikir analitikal bersifat *konvergen* atau menuju sebuah titik. Hal sebaliknya bahwa otak bagian kanan akan membantu untuk berfikir secara imajinatif, kreatif dan bersifat *divergen* yang bertolak dari sebuah titik yang kemudian menyebar ke berbagai jurusan.

Melihat prosesnya, proses kreatif berlangsung melalui sejumlah tahapan berikut (Winardi. 2003) : 1) Orientasi, yang merupakan langkah pertama yang terdiri dari kegiatan merumuskan masalah yang akan dipecahkan serta tindakan memilih atau menetapkan pendekatan yang akan ditempuh dalam upaya memecahkan problem. 2). Preparasi, dimana dikumpulkan fakta dan informasi, 3). Analisis, dimana bahan atau informasi yang terkumpul dipelajari serta dianalisis 4). Sintesis, dimana berbagai macam informasi serta ide dikombinasikan secara keseluruhan. Namun demikian langkah-langkah tersebut tidak dilaksanakan secara berurutan tetapi adakalanya langkah tertentu diabaikan. Proses kreatif juga meliputi akumulasi pengetahuan yang meliputi membaca, berkomunikasi, penyerapan informasi, termasuk memperluas wawasan. Selanjutnya adalah proses 5). Inkubasi dimana seseorang tidak selalu harus terus menerus memikirkan problem yang dihadapi, tetapi melakukan kegiatan lainnya yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan masalah yang dihadapi tersebut. Proses selanjutnya adalah adanya ide dan solusi yang terkadang datang secara langsung atau tiba-tiba, kemudian diikuti pula dengan finalisasi atau penyempurnaan ide yang lebih matang.

Kreativitas biasanya tidak secara langsung berhubungan dengan tingginya intelegensia seseorang. Disamping hal tersebut bahwa orang kreatif memiliki kemampuan dalam menjalankan ide-ide yang berbeda, dan juga peka terhadap lingkungan termasuk sering termotivasi oleh masalah yang menantang disamping juga fleksibel serta kaya akan fantasi.Aspek penting dalam kreativitas adalah pembangkitan ide. Pembangkitan ide secara individu akan terkait dengan kebebasan dan beragam pola pemikiran. Ciri dari berpikir kreatif dan individu yang dikatakan kreatif, diantaranya didasarkan pada (Winardi. 2003) ; (1). Mencoba mengemukakan ide-ide atau gagasan asli dengan membuat keterkaitan baru diantara hal-hal yang telah diketahui, (2). Memperhatikan hal-hal yang

tidak diduga, (3). Mempertimbangkan karakterisik pribadi seperti fleksibilitas dan spontanitas dalam pemikiran, (4) Kerja keras untuk membentuk gagasan-gagasan sehingga orang lain dapat melihat nilai dalam dirinya.

Sejumlah ciri orang yang kreatif dapat dikatakan mampu mengobservasi situasi dan masalah-masalah yang sebelumnya tidak diperhatikan orang lain. Ciri lainnya adalah mempunyai kemampuan untuk membangkitkan ide-ide dan masalah-masalah yang dicapainya dari banyak sumber, termasuk cenderung memiliki banyak alternatif terhadap masalah atau subyek tertentu. Disamping hal tersebut bahwa ciri orang kreatif seringkali menentang hal-hal yang bersifat klise dan ia tidak terhalang oleh kebiasaan-kebiasaan yang terkadang menghambat berfikir kreatif. Demikian pula biasanya memiliki kemampuan dalam mendayagunakan serta menimba dari kekuatan-kekuatan emosional di bawah sadar yang dimilikinya termasuk juga memiliki fleksibilitas tinggi dalam pemikirannya, termasuk tindakannya.

Kreativitas juga merupakan sebuah proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kemampuan dan bakat merupakan dasarnya, tetapi pengetahuan dari lingkungannya akan mempengaruhi kreativitas seseorang. Selama ini terdapat anggapan yang keliru mengenai orang yang kreatif. Terdapat anggapan bahwa hanya orang pintar saja atau jenius saja yang memiliki kreativitas. Bahwa proses kreatif adalah proses mental yang di dalam proses itu pengalaman masa lampau dikombinasikan kembali sering dengan beberapa distorsi dalam bentuk sedemikian rupa sehingga orang muncul dengan pola-pola baru, konfigurasi baru, aturan baru sehingga muncul pemecahan yang lebih baik yang dibutuhkan manusia.

Ini terkait dengan inovasi dimana inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan solusi-solusi kreatif terhadap masalah dan peluang tersebut. Para *entrepreneur* dalam hal ini akan memiliki keberhasilan melalui kegiatan berfikir dan melaksanakan hal baru atau hal lama dengan cara-cara baru. Berfikir kreatif berhubungan dengan tindakan mengimpresi sebuah masalah secara mendalam dalam pikiran. Masalah tersebut divisualisasikan dengan jelas dan kemudian melakukan perenungan mengenai semua tindakan kearah perumusan sebuah ide atau konsep baru yang berbeda dibandingkan dengan hal-hal lama yang diketahui.

Menyajikan sebuah ide saja tidaklah cukup. Berfikir kreatif telah berkembang menjadi sebuah keterampilan bisnis inti (*a core bussines skill*) dan para *entrepreneur* menjadi pelopor dalam hal mengembangkan serta menerapkan (berinovasi) (Drucker,1985). Berkaitan dengan hal tersebut inovasi dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan ide dalam sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan dan luaran. Dari hal tersebut terdapat dua hal yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang merupakan suatu perubahan yang terkait dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, memodifikasi untuk menjadikan sesuatu bernilai, menciptakan hal-hal baru yang berbeda, merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan setiap sumberdaya menjadi suatu konfigurasi baru yang lebih produktif baik langsung atau pun tidak langsung.

Inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi ‘kombinasi baru’. Istilah kombinasi baru ini dapat merujuk pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. Dalam inovasi dapat diciptakan nilai tambah, baik pada organisasi maupun masyarakat luas. Oleh karenanya sebagian besar definisi dari inovasi meliputi pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Istilah ‘baru’ bukan berarti *original* tetapi lebih ke *newness* (kebaruan). Arti kebaruan ini, bahwa inovasi adalah mengkreasikan dan mengimplementasikan sesuatu menjadi satu kombinasi. ’Kebaruan’ juga terkait dimensi ruang dan waktu. ’Kebaruan’ terikat dengan dimensi ruang. Artinya, suatu produk atau jasa akan dipandang sebagai sesuatu yang baru di suatu tempat tetapi bukan barang baru lagi di tempat yang lain.Namun demikian, dimensi jarak ini telah dijembatani oleh kemajuan teknologi informasi yang sangat dahsyat sehingga dimensi jarak dipersempit. Implikasinya, ketika suatu penemuan baru diperkenalkan kepada suatu masyarakat tertentu, maka dalam waktu yang singkat, masyarakat dunia akan mengetahuinya. Dengan demikian ’kebaruan’

relatif lebih bersifat universal. ’Kebaruan’ terikat dengan dimensi waktu. Artinya, kebaruan di jamannya.

Terdapat sejumlah inovasi yang menimbulkan suatu perubahan besar seperti inovasi teknik yang besar dan merupakan hal yang luar biasa. Namun demikian kebanyakan inovasi yang berhasil adalah jauh lebih sederhana dan mampu memanfaatkan perubahan yang sedang berlangsung. Inovasi yang berhasil juga pada umumnya sederhana dan terfokus dan ditujukan pada aplikasi yang didesain khas, jelas dan cermat. Inovasi memang lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran, namun inovasi juga tidak perlu bersifat teknis dan juga tidak perlu berupa benda sama sekali

Dalam prakteknya inovasi didasari atas tahapan pengenalan, persuasi, pengambilan keputusan, implementasi, dan konfirmasi yang sesuai dengan kemampuan mengadopsi baik aktif (*innovator*, *early adopter*, dan *early majority*) dan pasif (*late majority* dan *laggard*) (Hubeis, 2005). Jika dilihat dari kecepatan perubahan dalam proses inovasi, ada dua macam inovasi yaitu inovasi radikal dan inovasi inkremental. Inovasi radikal dilakukan dengan skala besar, dilakukan oleh para ahli dibidangnya dan biasanya dikelola oleh departemen penelitian dan pengembangan. Inovasi inkremental merupakan proses penyesuaian dan mengimplementasikan perbaikan yang berskala kecil

Selanjutnya Hubeis (2005) mengemukakan bahwa apabila melihat jenisnya, terdiri dari empat jenis inovasi yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis. Suatu inovasi dikatakan penemuan apabila merupakan kreasi suatu produk, jasa atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Inovasi yang efektif dimulai dari kecil. Ini dimaksudkan bahwa sebuah inovasi tidaklah muluk-muluk dan mencoba untuk melakukan sesuatu yang khas, karena secara umum gagasan yang terlalu muluk seperti mengarah ke revolusi industri mungkin tidak dapat berjalan dan sulit terwujud. Kemudian bahwa inovasi tidak perlu mengarah pada tujuan akhir untuk menjadi sebuah bisnis besar, karena dalam kenyataannya tak seorangpun dapat memastikan terlebih dahulu apakah inovasi tertentu akan berakhir sebagai bisnis besar atau sebagai sebuah prestasi yang biasa-biasa saja.

2.3. Kompetensi Kewirausahaan

Kemampuan umum merupakan kompetensi yang diperlukan atau dituntut untuk mendukung penampilan (*performance*) seseorang dalam suatu pekerjaan tertentu yang mencakup sejumlah tingkah laku yang amat penting. Kompetensi yang diperlukan dapat berupa keahlian, pengetahuan, pengertian atau pemahaman dan nilai-nilai yang harus dimiliki. Kompetensi ini juga dapat berupa (Harris, 2000) (1).*Skill*, yang merupakan unjuk kemampuan dari keahlian yang dimiliki seseorang misalnya kemampuan berkomunikasi secara efektif, kemampuan bernegosiasi (2) *Knowledge*, berkenaan dengan akumulasi dari area-area utama dari keahlian yang dinilai seseorang (3) *Self concepts*, berkenaan dengan sikap dan perilaku, nilai dan *self image* (4) *Trait*, berkenaan dengan perilaku secara umum dalam suatu cara yang jelas, misalnya fleksibilitas seseorang dalam menghadapi situasi dan (5) *Motive*, berkaitan dengan dorongan seseorang berperilaku.

Berkenaan dengan pengusaha baik sebagai pemilik, manajer, ataupun pelaksana perusahaan tentunya perlu menjalankan fungsi-fungsi manajemen berupa perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian serta pengendalian. Terkait dengan hal tersebut tentunya harus dimilikinya kompetensi yang mencakup motif, sikap, konsep diri, pengetahuan dan keahlian yang memadai untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajemen tersebut.

Melihat kemampuan pada diri seorang manajer, dapat dilihat dari tiga hal pokok yang biasanya melekat pada kepribadian manajer yang bersangkutan (Spencer, 1993) yaitu 1) Sikap proaktif terhadap peluang-peluang usaha 2). Selalu bersikap proaktif terhadap ancaman yang ada 3). Memiliki nilai-nilai etika yang juga terbuka terhadap nilai-nilai yang dibawa orang lain.

Dalam berwirausaha dibutuhkan kemampuan untuk mengkalkulasikan risiko yang mungkin timbul serta mampu memanfaatkan setiap peluang dengan cara-cara tertentu yang kesemuanya itu membutuhkan pengetahuan, keahlian termasuk pengalaman. Beberapa kemampuan yang harus dimiliki oleh wirausaha bisa berupa (Yuyun Wirasasmita,1993) (Kuriloff, 1993) : *Self knowledge*, yaitu memiliki pengetahuan tentang usaha yang akan dilakukan atau ditekuninya. *Imagination* , yaitu memiliki imajinasi, ide, dan perspektif serta tidak mengandalkan pada sukses dimasa lalu. *Practical knowledge,* yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknik, desain, prosesing, pembukuan, administrasi, dan pemasaran. *Search skill*, yaitu kemampuan untuk menemukan berkreasi,dan berimajinasi. *Foresight*, yaitu berpandangan jauh ke depan. *Computation skill*, yaitu kemampuan berhitung , dan kemampuan memprediksi keadaan masa yang akan datang. *Communication skill*, yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

Terdapat empat kemampuan yang seimbang agar kewirausahaan berhasil (Kuriloff, 1993) : Wirausaha harus memiliki *Technical Competence*, yaitu memiliki kompetensi dalam rancang bangun *(know-how)* sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih. Misalnya , kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi. Ia harus betul-betul mengetahui bagaimana barang dan jasa itu dihasilkan dan disajikan. Selanjutnya bahwa wirausaha harus memiliki *Marketing Competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengindentifikasi pelanggan , dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan . Ia harus mengetahui bagaimana menemukan peluang pasar yang spesifik, misalnya pelanggan dan harga khusus yang belum digarap pesaing. Selanjutnya wirausaha harus memiliki *Financial Competence,* yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi. Ia harus mengetahui bagaimana mendapatkan dana dan cara menggunakannya. Wirausaha juga harus memiliki *Human Relation Competence,* yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan antar perusahaan. Ia harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.

Menurut beberapa ahli (Hersey dan Blanchard,1995) bahwa kemampuan mengendalikan faktor-faktor lingkungan, baik faktor fisik maupun faktor sosial, merupakan kompetensi. orang-orang yang memiliki motif ini tidak ingin menunggu terjadinya hal-hal secara pasif; mereka ingin mengubah lingkungan dan berusaha mewujudkan sesuatu.

3. Metodologi Penelitian

Riset kewirausahaan di usaha kecil ini difokuskan pada kompetensi kewirausahaan, kreativitas dan inovasi di usaha kecil. Metode yang digunakan untuk memperoleh informasi adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual. Dengan metode survei peneliti dapat membedah, membahas, dan mengenal masalah-masalah, serta mendapatkan pembenaran terhadap keadaaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung. Selain itu, dengan metode survei juga dapat dilakukan evaluasi serta perbandingan-perbandingan terhadap hal-hal yang dikerjakan orang dalam menangani situasi atau masalah yang serupa dan hasilnya dapat digunakan dalam pembuatan rencana dan pengambilan keputusan di masa mendatang. Dalam metode penelitian survei, data dikumpulkan dari sampel atas populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Sesuai dengan tujuannya, penelitian ini untuk menjelaskan hubungan kausalitas antara konsep-konsep penelitian dan melakukan pengujian hipotesis guna mengambil keputusan secara induktif atau generalisasi, dan oleh karenanya maka penelitian ini bersifat penjelasan (*explanatory atau confirmatory research*).

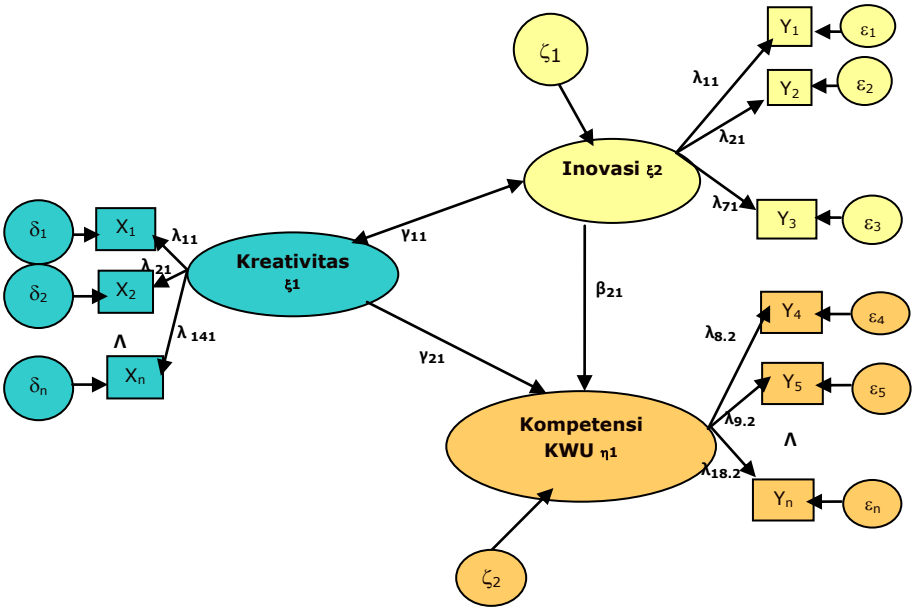
Sebagai tempat objek penelitian atau unit analisis dipilih perusahaan yang tergolong pada sektor usaha kecil dan difokuskan pada usaha/industri kecil potensial yang tersebar di wilayah Propinsi Jawa Barat. Subjek penelitian atau unit observasi adalah pemilik dan sekaligus pengelola usahanya sendiri yang dikategorikan memiliki perusahaan kecil yang terpilih.

Dalam penelitian ini kompetensi, kreativitas, dan inovasi merupakan variabel yang menjadi objek penelitian. Sebagai variabel eksogen dipilih kreativitas dan inovasi, sedangkan variabel endogen nya adalah kompetensi kewirausahaan. Variabel-variabel tersebut, akan diukur oleh instrumen pengukuran dalam bentuk kuesioner yang memenuhi *Skala Likert*. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, dan skor yang diperoleh mempunyai tingkat pengukuran ordinal.

Untuk jumlah sampel yang diambil didasarkan pada Schumacker dan Lomax (Gozali, 2005) yaitu sekitar 100-150 subjek untuk ukuran sampel minimum atau 1:5 antara jumlah item (indikator), sehubungan dengan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang digunakan dalam analisisnya. Teknik pengambilan sampelnya adalah *Two StageCluster Sampling* terhadap sejumlah usaha kecil yang memiliki potensi untuk berkembang di kota Bandung. Jumlah sampel yang terpilih sebanyak 165 unit usaha dengan teknik pengambilan sampelnya adalah *Two Stage Cluster Sampling*. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut (Moh.Nazir,1988) ; Daerah/wilayah yang tingkatannya lebih besar dibagi dalam wilayah yang lebih kecil yang merupakan *primary sampling unit (psu)* dengan menentukan besaran *sample fraction* terlebih dahulu. Pemilihan daerah dengan besaran *sample fraction*, dan dari hal tersebut diperoleh daerah (*psu* nya) yang dipilih secara random. Selanjutnya berdasarkan daftar perusahaan potensial yang ada di daerah terpilih, ditarik lagi sampel tahap kedua secara random dan berimbang dengan *sample fraction* 40% yang kemudian diperoleh jumlah perusahaan sebagai ukuran sampel di kota/kabupaten terpilih sebanyak 165 unit usaha.

Data primer yang diperoleh dari kuesioner disusun dengan skala ordinal berpedoman pada *Likert Summated Rating*. Sebelum kuesioner dipakai untuk mengumpulkan data primer, maka dilakukan uji coba kuesioner tersebut untuk menguji *validitas* dan *reliabilitas*nya. Perhitungan uji validitas dan reliabilitas sesudah data terkumpul dengan menggunakan metode *confirmatory factor analysis* yang perhitungannya secara simultan menggunakan *structural equation modeling* dengan bantuan program *software* komputer *LISREL*. Mengingat model dalam penelitian ini juga berupa kausalitas (hubungan pengaruh sebab akibat), untuk menguji hipotesis penelitian kausalitas secara empiris digunakan statistika multivariat, dengan menggunakan alat uji Model Persamaan Struktural (*Structural Equation Modeling*–SEM) tersebut yang merupakan suatu teknik statistik yang menganalisis variabel indikator, variabel laten, dan kekeliruan pengukuran (Gozali, 2005). SEM digunakan untuk menganalisis bagaimana hubungan antara variabel indikator dengan variabel latennya yang dikenal sebagai persamaan pengukuran (*measurement equation*), serta hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain yang dikenal sebagai persamaan struktur (*structural equation*) yang bersama-sama melibatkan kekeliruan pengukuran. Selain itu, model persamaan struktural dapat menganalisis hubungan dua arah (*reciprocal*).Penggunaan SEM dapat hubungan antara variabel indikator dengan variabel latennya yang dikenal sebagai persamaan pengukuran (*measurement equation*), serta hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain yang dikenal sebagai persamaan struktur (*structural equation*) yang bersama-sama melibatkan kekeliruan pengukuran(Jöreskog & Sörbom, 1996.

Selanjutnya gambaran paradigma penelitian berdasarkan uraian teoritis dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram jalur variabel penelitian

Setelah membentuk diagram jalur tersebut kemudian diagram jalur dikonversi ke dalam bentuk persamaan yaitu persamaan pengukuran untuk variabel laten eksogen, persamaan pengukuran untuk variabel laten endogen dan persamaan struktural.

Persamaan umum *model* matematisnya adalah sebagai berikut:

Persamaan *endogenous constructs* : $Y=\lambda_y \eta+\varepsilon$

Persamaan *exogenous constructs* : $X=\lambda_x \xi+\delta$

Persamaan *model struktural* : $\eta=\gamma\xi+\beta\eta+\zeta$

Berdasarkan gambar model struktural di atas, hubungan antar variabel laten dapat diidentifikasi pengaruh antar variabelnya sebagai berikut:

(1) Pengaruh langsung:
   a. Hubungan kreativitas (ξ_1) dan inovasi (ξ_2)
   b. Pengaruh kreativitas (ξ_1) terhadap kompetensi kewirausahaan (η_1)
   c. Pengaruh inovasi (ξ_2) terhadap kompetensi kewirausahaan (η_1).

(2) Pengaruh tidak langsung:
   a. Pengaruh kreativitas (ξ_1) terhadap kompetensi kewirausahaan (η_1) melalui inovasi (ξ_2)

(3) Pengaruh total
   a. Pengaruh kreativitas (ξ_1) dan inovasi (ξ_2) terhadap kompetensi kewirausahaan (η_1)

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil survei, perusahaan kecil di Jawa Barat umumnya bergerak pada subsektor industri makanan minuman, pakaian dan barang dari kulit serta kerajinan kayu, rotan, bambu dan perabot rumah tangga dan banyak diantaranya merupakan perusahan potensial yang andal

pengusahanya serta memiliki keunggulan akan produknya. Industri kecil potensial tersebut memiliki beberapa kriteria seperti permintaan pasar dalam negeri cukup tinggi termasuk terdapat pula ekspor, berbasis sumber daya alam yang cukup tersedia dan berkesinambungan serta dapat diperoleh dengan biaya ekonomis, proses produksi dengan menggunakan teknologi sedikit banyak dapat dikuasai, mempunyai ketahanan yang tinggi terhadap gejolak perekonomian, telah secara formal memiliki ijin usaha, serta menjalankan usaha telah lebih dari tiga tahun dan aktivitasnya berkesinambungan.

Profil industri kecil potensial yang ada di Jawa Barat bila dilihat dari jenisnya sangat beraneka ragam (berupa jenis usaha, aspek organisasi, aspek produksi, pemasaran, permasalahan), termasuk aspek demografis pengusaha, sebagaimana pengelompokan berdasarkan *International Standard of Industry Classification (ISIC)* dan di Indonesia dengan nama Klasifikasi Lapangan Usaha Indonesia (KLUI). Dari pengelompokan sub-sektor tersebut, industri kecil makanan minuman, barang dari kayu, kulit, bambu, rotan rumput dan sejenisnya serta pakaian merupakan yang dominan.

Di antara industri kecil yang dominan tersebut, industri kecil makanan dan minuman telah memberikan gambaran bahwa produk makanan dan minuman merupakan kebutuhan masyarakat yang utama sehingga permintaan akan produk makanan dan minuman tersebut akan senantiasa besar terlebih bahwa dukungan untuk kebutuhan bahan bakunya cukup besar, penguasaan teknologinya cukup memadai serta ditunjang dengan ide-ide yang kreatif dan inovatif dalam usaha ini. Usaha yang bergerak di industri makanan dan minuman merupakan salah satu industri yang strategis dalam perekonomian karena produk ini merupakan salah satu barang komoditas yang cukup penting yang selalu menjadi primadona dalam perdagangan karena pangsa pasarnya tidak akan pernah berakhir.Melihat keanekaragaman usaha yang ada, pada dasarnya aspek seperti organisasi, produksi, pemasaran serta permasalahan utama yang dihadapi merupakan hal yang perlu dicermati.

4.1. Keterkaitan Variabel Penelitian

Setelah di analisis dan data diolah, dihasilkan *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)* yang kecil = 0.023 sehingga dapat dikatakan bahwa model adalah fit. Interfal keyakinan berkisar antara 0,024 sampai dengan 0,051 yang juga kecil, jadi RMSE memiliki ketetapan yang baik pula. Demikian pula halnya dengan nilai probabilitas uji kedekatan terhadap model fit yang tidak signifikan jauh di atas 0,5 (0,92). Secara keseluruhan model adalah fit. Nilai R^2 pada variabel indikator merupakan koefisien *construct reliability*,dimana memiliki nilai antara 0-1. Semakin tinggi koefisien contruk reliability mengindikasikan semakin reliable model pengukuran yang dikembangkan (Imam Ghozali,2005). Demikian pula untuk melihat koefisien validitas dapat di lihat nilai estimasi koefisien bobot factor yang menunjukkan loading yang cukup besar.

Berikut tabel hasil analisis keterkaitan antara variabel penelitian:

Tabel 1. Tabel analisis keterkaitan antar variabel penelitian

Persamaan Struktural		Koefisien Jalur (Standardize)	Standard Error (SE)	Nilai t hitung	Hasil Uji	Faktor Residual
Variabel laten Endogen	Variabel laten Eksogen					
Kompetensi KWU	Kreativitas	0,45	0,11	4,15	Signifikan	0,42
	inovasi	0,39	0,11	3,67	Signifikan	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lisrel 8.30, 2007

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh pengaruh langsung dan tidak langsung variabel kreativitas terhadap kompetensi kewirausahaan melalui inovasi dalam bentuk model persamaan sebagai berikut;

$$\eta_1 = 0{,}45^* \xi_1 + 0{,}39^* \xi_2, \text{ Errorvar.} = 0{,}42,\ R^2 = 0{,}58$$
$$(0{,}11) \qquad (0{,}11)$$
$$4{,}15 \qquad 3{,}67$$

Besarnya koefisien jalur variabel kreativitas (ξ_1) dan inovasinya (ξ_2) masing-masing sebesar 0,45 dan 0,39 dengan nilai kesalahan standar 0,11 dan 0,11 serta nilai t-hitung masing-masing sebesar 4,15 dan 3,67. Besarnya pengaruh variabel laten eksogen kreativitas (ξ_1) dan inovasi (ξ_2) secara bersama terhadap variabel laten endogen kompetensi kewirausahaan (η_1) adalah 0,58 atau 58% dan sisanya yaitu sebesar 0,42 atau 42% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

Untuk variabel kreativitas, besaran koefisien pengaruhnya sebesar $(0{,}45)^2 = 0{,}2025$ atau secara langsung variabel kreativitas menentukan perubahan kompetensi kewirausahaan sebesar 20,25%. Dalam korelasinya dengan variabel inovasi adalah sebesar 0,1176, sehingga total pengaruh kreativitas terhadap kompetensi kewirausahaan adalah 0,3201 atau sebesar 32,01%, dengan demikian pengaruh gabungan antara kreativitas dan inovasi terhadap kompetensi kewirausahaan adalah sebesar 0,58 atau 58%.

Memperhatikan hal–hal tersebut pula bahwa besarnya koefisien pengaruh inovasi terhadap kompetensi kewirausahaan adalah sebesar $(0{,}39)^2 = 0{,}1521$ atau secara langsung variabel inovasi menentukan perubahan kompetensi kewirausahaan sebesar 15,21%. Dalam korelasinya dengan variabel kreativitas adalah 0,1176 atau sebesar 11,76%, sehingga total pengaruh variabel inovasi terhadap kompetensi kewirausahaan adalah 0,2697 atau sebesar 26,97 %.

Tabel berikut memperlihatkan korelasi antara kreativitas dan inovasi:

Tabel 2. Tabel korelasi antara kreativitas dan inovasi

Variabel Laten	Langsung	Tak langsung melalui $(\xi_1)/(\xi_2)$	Total
kreativitas (ξ_1)	0,2025	0,1176	0,3201
Inovasi (ξ_2)	0,1521	0,1176	0,2697

Untuk menguji hipotesis pengaruh kreativitas terhadap inovasi digunakan uji t dengan kriteria uji untuk penelitian sebesar 0,05, dan nilai untuk batas dinyatakan signifikan apabila t-hitung lebih besar dari t-tabel sebesar 1,97. Secara statistik pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kompetensi kewirausahaan adalah signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hit = 3,67 untuk variabel inovasi dan nilai t-hit = 4,15 untuk kreativitas. Dengan demikian kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan nyata. Berdasarkan hasil statistik tersebut maka hipotesis teruji secara empiris.

Variasi perubahan kreativitas dan inovasi mempengaruhi variasi perubahan kompetensi kewirausahaan sebesar 58 %. Angka positif mengindikasikan bahwa apabila kreativitas dan inovasi tinggi maka kemampuan kewirausahaan juga tinggi. Demikian pula sebaliknya apabila kreativitas dan inovasi rendah maka kemampuan kewirausahaan pun juga rendah. Hal ini bermakna bahwa semakin tinggi kreativitas dan semakin banyak inovasi dapat menentukan kompetensi kewirausahaanyang tinggi, dan sebaliknya semakin rendahnya kreativitas dan inovasi semakin

rendah pula kompetensi kewirausahaan.Dari hal tersebut di atas bahwa kreativitas yang menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran seseorang dan kemudian berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru ternyata memang mampu memengaruhi seseorang untuk selanjutnya berinovasi. Kreativitas menekankan pada munculnya gagasan baru, sedangkan inovasi terkait dengan penerapan gagasan ke dalam produk yang berguna, oleh karenanya kreativitas merupakan syarat untuk inovasi (Stoner, Freeman dan Gilbert, 1996).

Sekumpulan ide-ide baik berupa pengetahuan maupun pengalaman yang ada, kemudian digabungkan akan menjadi sesuatu hal yang sifatnya kreatif. Ini berguna baik pada dirinya maupun orang lain ataupun organisasi terutama dalam situasi atau kondisi yang tidak menentu. Meredith (Meredith, 2005) berpandangan bahwa berwirausaha berarti memadukan watak pribadi, keuangan dan sumberdaya. Oleh karenanya berwirausaha merupakan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil risiko, mengambil keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan untuk mencapai tujuan dalam menghasilkan produknya, dimana itu semua merupakan akan menentukan kompetensi kewirausahaan.

4.2. Pengaruh Variabel Indikator

Pada tabel berikut dapat dilihat variabel indikator dari kreativitas dan inovasi yang mempengaruhi variabel endogen kompetensi:

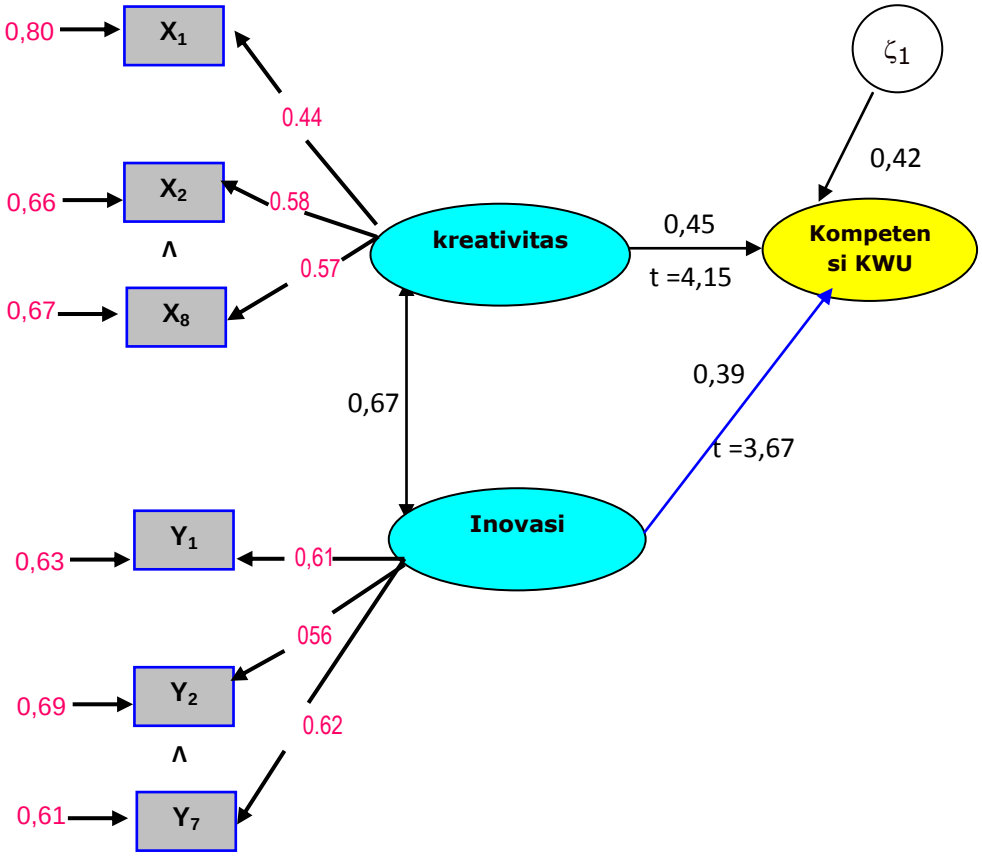
Tabel 3. Variabel indikator dari kreativitas dan inovasi yang mempengaruhi kompetensi

Variabel Manifest Kreativitas	***Koefisien Bobot faktor (Standardize)***	***Measr. Error***	***t*-hitung**	R^2	**Keputusan**
Nilai intelektual dan artistik (X_1)	0,44	0,80	5,75	0,72	Signifikan
Minat akan kompleksitas (X_2)	0,58	0,66	7,89	0,60	Signifikan
kepedulian mencapai keunggulan (X_3)	0,51	0,74	6,77	0,63	Signifikan
Ketekunan (X_4)	0,64	0,58	8,94	0,62	Signifikan
Pemikiran mandiri (X_5)	0,68	0,53	9,65	0,57	Signifikan
Toleransi terhadap keraguan (X_6)	0,55	0,69	7,40	0,63	Signifikan
Otonomi/ketidak bergantungan pada orang lain (X_7)	0,66	0,56	9,21	0,56	Signifikan
Kepercayaan diri (X_8)	0,57	0,67	7,74	0,62	Signifikan
mengkreasikan produk baru yang belum pernah dilakukan (Y_1)	0,61	0,63	7,34	064	Signifikan
mengkreasikan proses baru yang belum pernah dilakukan (Y_2)	0,56	0,69	6,68	0.68	Signifikan
Memperbaiki/membuat produk lebih baik dari yang telah ada sebelumnya (Y_3)	0,56	0,68	6,75	0,66	Signifikan
Memperbaiki/membuat proses lebih baik dari yang telah ada sebelumnya (Y_4)	0,65	0,57	7,85	0,53	Signifikan
Menambah sentuhan kreatif dengan menduplikasi (Y_5)	0,67	0,55	8,09	0,58	Signifikan
Memadukan faktor produksi yang telah tersedia (Y_6)	0,70	0,51	8,42	0,55	Signifikan
memadukan cara/metode baru (Y_7)	0,62	0,61	7,48	0,69	Signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Lisrel 8.30, 2007

Sebagaimana terlihat dalam Tabel 3, berdasarkan hasil pengujian kemampuan variabel manifest dalam membentuk/mengkontribusi variabel laten variabel eksogen kreativitas (ξ_1) dengan melihat besaran nilai t-hit >1,96 terdiri dari nilai intelektual dan artisitik (x_1) 5,75, minat akan kompleksitas(x_2) 7,89, peduli pada pencapaian pekerjaan dalam mencapai keunggulan (x_3) 6,77, ketekunan (x_4) 8,94, pemikiran mandiri (x_5) 9,65, toleransi terhadap keraguan (x_6) 7,40, otonomi / ketidak bergantungan pada orang (x_7) 9,21, serta kepercayaan diri (x_8) 7,74.

Pengujian kemampuan variabel manifest dalam membentuk/mengkontribusi variabel laten variabel endogen inovasi (η_1) dengan melihat besaran nilai t-hit >1,96 yang terdiri dari mengkreasikan produk baru yang belum pernah dilakukan (Y_1) 7,34, mengkreasikan proses (Y_2) 6,68, pengembangan dengan memperbaiki/membuat produk lebih baik dari yang telah ada sebelumnya (Y_3) 6,75, memperbaiki/membuat proses lebih baik dari yang telah ada sebelumnya (Y_4) 7,85, menambah sentuhan kreatif dengan menduplikasi (Y_5) 8,09 serta memadukan faktor produksi yang telah tersedia (Y_6) 8,42,serta memadukan cara/metode baru (Y_7) 7,48.



Gambar 2. Analisis hasil SEM

Variabel endogeous kompetensi (η_2) berupa pengetahuan mengenai usaha yang dilakukan (y_8), tanggap dalam memanfaatkan informasi (y_9), dan pengetahuan dalam memahami proses produksi (y_{10}). pengalaman yang mendukung dalam usahanya(y_{11}), tingkat keahlian dalam bidang produksi (y_{12}), tingkat keahlian dalam menegelola keuangan (y_{13}), tingkat keahlian dalam bidang pemasaran (y_{14}), tingkat kemampuan dalam mengelola usaha (y_{15}), kemampuannya dalam mendanai usaha (y_{16}), kemampuan dalam memikirkan pengembangan usaha kemasa yang akan datang (y_{17}) serta kemampuan dalam mengorientasikan diri terhadap perubahan (y_{18})

Aspek penting dalam kreativitas adalah pembangkitan ide. Pembangkitan ide secara individu akan terkait dengan kebebasan dan beragam pola pemikiran. Ciri dari berpikir kreatif dan individu yang

dikatakan kreatif, diantaranya didasarkan pada pengembangan sejumlah kualitas pribadi dalam nilai intelektual dan artistik seperti membaca buku-buku bermutu termasuk mengikuti kegiatan ilmiah berupa seminar maupun pertemuan sesama anggota asosiasi (Hubeis, 2005). Hal tersebut juga sesuai dengan yang tertulis dalam (Winardi, 2003) bahwa orang yang kreatif yaitu mampu mengobservasi situasi dan mempunyai kemampuan untuk membangkitkan ide-ide dan masalah-masalah yang dicapainya dari banyak sumber dalam arti seringnya mencari berbagai hal melalui pencarian pengetahuan, termasuk cenderung memiliki banyak alternatif terhadap masalah atau subyek tertentu.

Sehubungan inovasi merupakan pengembangan diri, individu yang inovatif selalu berupaya melakukan pengembangan diri dari keahlian yang dimilikinya. Biasanya dia selalu mencoba untuk melakukan pekerjaannya dengan mengembangkan pengetahuan teknik yang dimiliki, melakukan cara-cara terbaru dan apabila memungkinkan selalu menggunakan peralatan yang lebih baru yang dapat memperoleh hasil yang baik . Hasil penelitian Suryana (Suryana, 1999) bahwa 55,17 persen wirausaha kecil unggulan cenderung menciptakan sendiri gagasan usahanya baik dalam merancang maupun merekayasa produk.

Semangat berinovasi seseorang akan dapat diamati pada saat ia bekerja dalam kegiatan yang menyangkut inovasi. Semangat bekerja inovatif individu sangat penting karena dalam melakukan pekerjaan inovatif terdapat resiko yang besar dibanding pekerjaan rutin. Wirausaha sering menambah sentuhan kreatif dengan meniru/mencontoh dari produk sebelumnya sebagai *imitating and duplikating*. Inovasi memang lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran, namun inovasi juga tidak perlu bersifat teknis dan juga tidak perlu berupa benda sama sekali (Drucker, 1985).

5. Kesimpulan

Kreativitas,inovasi dan kompetensi para pengusaha di usaha kecil dapat menentukan baik buruknya performa usaha. Oleh karenanya meningkatkan kreativitas dapat juga dilakukan melalui pengembangan,serta metode pembentukan kreativitas yang menekankan pada beberapa indikator pengkontribusinya. Demikian pula dalam hal inovasi,perlu suatu pemahaman paradigma bahwa inovasi bisa dalam bentuk inkremental yang lebih bersifat perbaikan yang tidak hanya berupa inovasi yang sifatnya radikal. Oleh karenanya,dari diskusi terhadap hasil penelitian diatas, dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa nilai intelektual dan artisitik, minat akan kompleksitas, peduli pada pencapaian pekerjaan dalam mencapai keunggulan, ketekunan, pemikiran mandiri, toleransi terhadap keraguan, otonomi / ketidak bergantungan pada orang, serta kepercayaan diri merupakan nilai berupa indikator yang mengkontribusi kreativitas.

Mengkreasikan produk baru yang belum pernah dilakukan, mengkreasikan proses, pengembangan dengan memperbaiki/membuat produk lebih baik dari yang telah ada sebelumnya, memperbaiki/membuat proses lebih baik dari yang telah ada sebelumnya,menambah sentuhan kreatif dengan menduplikasi serta memadukan faktor produksi yang telah tersedia dan memadukan cara/metode baru merupakan nilai berupa indikator yang mengkontribusi inovasi, sehingga nilai tersebut dapat memberikan kesempatan yang luas terhadap para pengusaha kecil untuk berinovasi. Hal ini juga dapat dilihat bahwa kreativitas menentukan perubahan kompetensi kewirausahaan sebesar 20,25% dan inovasi menentukan perubahan kompetensi kewirausahaan sebesar 15,21%, yang berarti apabila kreativitas dan inovasi dapat di aktualisasikan akan meningkatkan kompetensi kewirausahaan seseorang yang pada akhirnya kontribusi dalam mempertahankan usaha, mengembangkan usaha dapat terwujud.

Referensi

Coulter , Mary., 2000, *Entrepreneurship in Action*, USA: Prentice Hall.

Drucker, Peter F, 2002, *The Disciplin of Innovation in HRB on The Innovative Enterprise,*. Boston : Harvard Business School Press.

Drucker, Peter F, 1985, *Innovation and Entrepreneurship,Practice and Priciples,* Harper and Row Publisher, NewYork

Evans, James R., 1994 *Berfikir Kreatif dalam Pengambilan Keputusan dan Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara.

Eugene Sadler-Smith., Yve Hampson., Ian Chaston., Beryl Badger, 2003, Managerial behavior, entrepreneurial style, and small firm performance**.** *Journal of Small Business Management;*Vol. 41,No. 1,pg. 47-67.

Fillis, Ian., Andrew McAuley, 2000, Modeling and measuring creativity at the interface**.** *Journal of Marketing Theory and Practice,* Vol.8, No. 2, pg. 8-17.

Fonseca, Jose , 2002, *Complexity and Innovation in Organization,* London: Routiedge.

Harris, Michael, 2000, *Human Resources Management*, Second Edition. USA : The Dryden Press.

Hersey, Paul.,Kenneth H.Blanchard.,and Dewey E.Johnson, 1996, *Management Of Organization Behaviour;Utilizing Human Resources.*Seventh Edition. New Jersey,Prentice-Hall Inc.

Hubeis, M. 2005, *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*, Hecca Mitra Utama. Jakarta.

Hunger, David J. And Thomas L. Wheelen, 2000, *Strategic Management*, Tenth Edition, Addison-Wessley Publishing Company. New York.

Imam Ghozali., Fuad, 2005, *Struktural Equation Modeling, Teori, Konsep dan Aplikasi* . Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Kreitner, Robert., Angelo Kinichi, 2005, *Organizational Behaviour* 5th, The McGraw-Hill Companies, Inc.

Kuratko, Donald F; Richard M. Hodgetts, 2004, *Entrepreneueship; Theory, Process and Practice.* Sixt Edition, South western a division at thomson learning. USA.

Kuriloff, Arthur H., John M. Memphil, Jr ., Douglas Cloud. 1993. *Starting and Managing The Small Business*. Third Edition, Mc.Graw-Hill. New York.

Levitt, Theodore , 2002, *Creativity Is Not Enough in HBR on The Innovative Enterpise,* Boston : Harvard Business School Press.

Longenecker,J.G., More, J.W. Petty, 2001, *Small Business Management, An Entrepreneurial Enphasis*, South Western Publishing Company, Cincinati.

Makó,Csaba , 2005, Training and Competence Development in the SME Sector: The Hungarian Case. *Journal for East European Management Studies;* Vol. 10,No. 2, pg. 156-185.

Mas'ud Machfueddz. 2004, *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer,*UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Meredith, Geoffrey G.et *al, 2005, The practice of Entrepreneurship,* International Labour Organization, Geneva.

O'Connor,Allan*;* Jose M Ramos. 2006. Empowering entrepreneurship through foresight and innovation. *Journal of Developmental Entrepreneurship;* Vol. 11, No. 3, pg. 207-231.

Robbins , P Stephen, 2001,. *Organizational Behavior: Concept Controversies and Applications,* Sixt Edit. New York : Prentice Hall Inc.

Samsunuwiyati Mar'at; Lieke Indieningsih, 2006, *Perilaku Manusia,* Refika Aditama. Bandung.

Scarborough Norman M.;Thomas W.Zimmerer, 2005, *Essential of entrepreneurship and Small Business Management, 4th edition,* Prentice Hall,Inc.Upper Saddle River, New Jersey.USA.

Shapiro, Stephen M. 2002. *Innovation : A blueprint for Surviving and Thriving in age of change.* New York : R.R Donneley & Sons Company.

Spencer, Lyle M., JR, & Signe M. Spencer, 1993*, Competence at work, Models for Superior Performance.* John Willey & Sons Inc

Stoner, James At, Edward Freman, Daniel Gillert. 1995. *Management*, sixth edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey.

Suryana. 2003. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses,* Salemba empat. Jakarta.

Sucherly, 2005, Pola Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) di Jawa Barat. Pemetaan Pengusaha Andalan dan Usaha Uggulan, Kerjasama Dinas Perindustrian dan Perdagangan.P3B UNPAD. Bandung

Wilson, Nicholas. C ., David Stokes, 2005, Managing creativity and innovation: The challenge for cultural entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development;* Vol.12,No. 3, pg. 366-377.

Winardi. 2003*, Entrepreneur dan Entrepreneurship,* Prenada Media. Jakarta.

Yuliani, Ma'ruf Hasan dan Ghufron Zaid, 2004, *Upaya Peningkatan Daya Saing indutri Makanan dan Minuman di Propinsi Jawa Barat Melalui Peningkatan Infrastruktur MSTQ,* PUSLIT KIM-LIPI Serpong, Tangerang.