PENGARUH KREATIVITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PRODUK KUE SOES PADA TOKO KUE SOES MERDEKA DI JL. MERDEKA NO. 25 BANDUNG

Rangga Dismawan
Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Komputer Indonesia
Jln. Dipatiukur No. 114 – Bandung
e-mail: ranggadismawan@yahoo.co.id

Abstract

Product creativity is a very important step for the survival of a company's productivity. It will have an impact on product innovation. high product creativity will improve a product innovation. If it's connected with an exellence competitive, it will make an exellence competitive that expected by a company. The existence of a product innovation is important for any company because it has the high level of product innovation, the company is able to achieve the targets of the company's goal of achieving an exellence competitive to the company. Methods of data analysis using path analysis with the SPSS 20.0 for windows. Results of path analysis concludes that creativity products significantly influence the product innovation. Product creativity and innovation products both simultaneously and partially have significant effect on the exellence competitive.

Key Words : Product Creativity, Product Inovation, and Exellence Competitive

I. Pendahuluan

Pada era globalisasi seperti sekarang ini yang ditandai oleh pesatnya perkembangan ilmu teknologi dan arus informasi yang semakin mempermudah para pelaku bisnis melakukan kegiatan bisnisnya. Selain itu, perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat terutama di sektor industri makanan, manufaktur, dan fashion. Perkembangan tersebut membuat setiap perusahaan yang berdiri di Indonesia harus memiliki daya saing yang cukup kuat dengan setiap perusahaan yang menjadi pesaingnya.

Keberhasilan bisnis makanan akan dapat dicapai bila perusahaan dapat dengan cepat bereaksi dengan kondisi pasar baru dan kebutuhan pelanggan. Selain itu perusahaan dapat secara berkesinambungan mencari solusi yang kreatif serta peningkatan secara terus-menerus dalam menghasilkan produk (Martensen dan Dahlgaard, 2004:24). untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, maka inovasi produk dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Menurut Prajogo & Sohal (2003:85) menyatakan bahwa inovasi produk akan menciptakan berbagai desain produk, sehingga meningkatkan alternatif pilihan, meningkatkan manfaat atau nilai yang diterima oleh pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

II. Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, dan hipiotesis

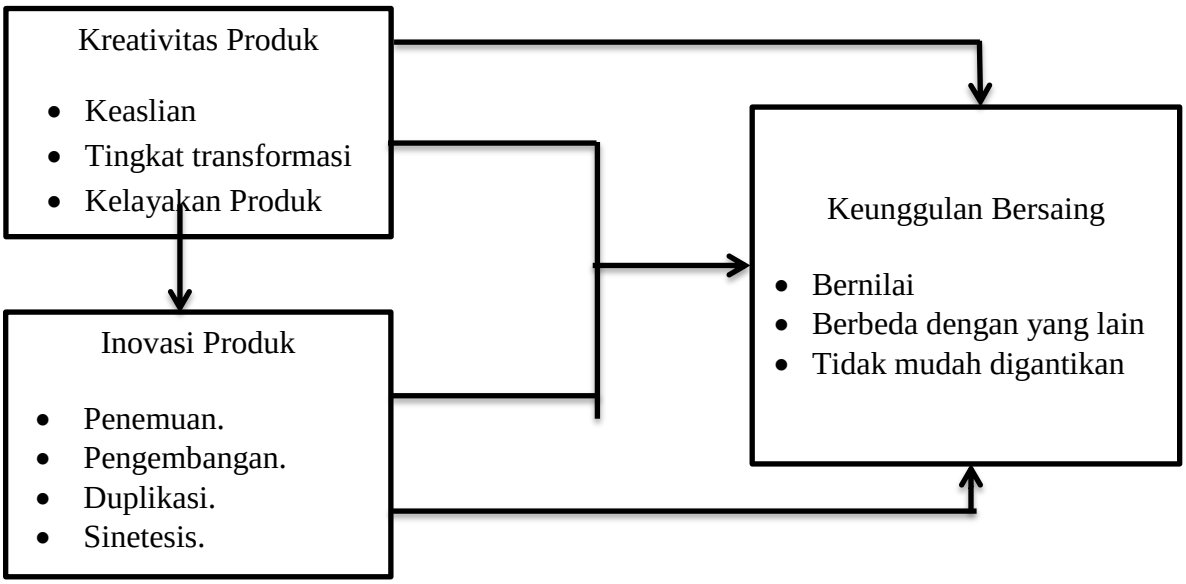
Perkembangan lingkungan bisnis terjadi secara dinamis mempengaruhi setiap perusahaan. Perubahan teknologi dan variasi produk yang cepat mempengaruhi perkembangan semua industri. Era perdagangan bebas dunia akan mereduksi bea masuk antar negara. Tantangan yang akan dihadapi adalah terbukanya batas wilayah dan batas persaingan, sehingga kegiatan ekonomi bergantung pada persaingan global yang bebas terbuka, dimana hanya pelaku bisnisyang kuat yang akan menang dan tetap bertahan. Kemajuan teknologi yang

cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produknya yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing usahanya.

Keunggulan bersaing menjadi kunci pokok untuk tetap bertahan dalam era global. Banyak faktor yang menentukan keunggulan bersaing, salah satunya adalah dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk menurut Hurley & Hult (2012:83) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan salah satu dampak dari perubahan teknologi yang cepat dan variasi produk yang tinggi akan menentukan keunggulan bersaing. Kemajuan teknologi yang cepat dan tingginya tingkat persaingan menuntut setiap perusahaan untuk terus menerus melakukan inovasi produk yang pada akhirnya akan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan tersebut.

Untuk menjawab tantangan agar perusahaan dapat memenangkan keunggulan bersaing, maka setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas produknya yang tinggi. Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya dan yang bersumber dari pihak konsumen. selanjutnya menggabungkannya sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Artinya bahwa kreativitas produk akan menciptakan produk yang baru, serta produk baru tersebut telah mendapat respon dari pihak konsumen pada saat di perkenalkan dan kemudian akan berpengaruh terhadap kemampuan untuk unggul dalam bersaing.

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran diatas, maka paradigma penelitian ini ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar Paradigma Penelitian

"**Pengaruh Kreativitas Produk dan Inovasi Produk**

terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes

Pada Toko Kue Soes Merdeka Di Jl. Merdeka No. 25 Bandung."

Dari pendapat ahli diatas, dapat dikatakan bahwa penelitian sebagai dugaan sementara mengenai hubungan variabel yang akan diuji kebenarannya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Kreativitas produk pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No.25 Bandung sudah tinggi.
2. Inovasi produk pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No.25 Bandung sudah tinggi.
3. Keunggulan bersaing produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No.25 Bandung sudah tinggi.
4. Kreativitas produk berpengaruh terhadap inovasi produk pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No.25 Bandung.
5. Kreativitas produk dan inovasi produkberpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No.25 Bandung baik secara parsial maupun simultan.

III. Objek dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini :

1. Menetapkan permasalahan sebagai indikasi dari fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian.
   Beberapa ahli mengatakan bahwa kreativitas produk dan inovasi produk bisa mempengaruhi keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penulis memilih membicarakan fenomena tersebut.
2. Mengidentifikasi permasalahan yang terjadi.
   Dalam penelitian ini permasalahan yang berhasil diidentifikasi adalah penggunaan kreativitas produk dan inovasi produk oleh pemilik toko kue Soes Merdeka yang mempengaruhi keunggulan bersaing.
3. Menetapkan rumusan masalah.
   Dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah :
   1) Bagaimana tanggapan responden mengenai kreativitas produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.
   2) Bagaimana tanggapan responden mengenai inovasi produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.
   3) Bagaimana tanggapan responden mengenai keunggulan bersaing produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.
   4) Seberapa besar pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung baik secara simultan dan parsial.
4. Menetapkan tujuan penelitian
   Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :
   1) Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kreativitas produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.
   2) Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai inovasi produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.
   3) Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai keunggulan bersaing produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung.
   4) Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di JL. Merdeka No. 25 Bandung baik secara simultan dan parsial.

5. Menetapkan hipotesis penelitian, berdasarkan fenomena dan dukungan teori.
   1) H0 : Variable kreativitas produk dan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk baik secara simultan maupun secara parsial.
   2) Variable kreativitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing baik secara simultan maupun secara parsial.
6. Menetapkan konsep variabel sekaligus pengukuran variabel penelitian yang digunakan.
   Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kreativitas produk dan inovasi produk, sedangkan yang menjadi variabel terikatnya adalah keunggulan bersaing.
7. Menetapkan sumber data, teknik penentuan sampel dan teknik pengumpulan data.
   Dalam penelitian ini menggunakan data primer, teknik penentuan sampelnya terdiri dari populasi dan sampel. Populasinya adalah konsumen yang membeli kue soes pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung dan Sampelnya adalah seluruh responden karena jumlah responden lebih dari 100 orang, maka pengambilan sampel menggunakan penghitungan yang telah ditetapkan dan menghasilkan jumalah 100 orang.
8. Melakukan analisis data. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis kualitatif (metode deskriptif) dan analisis kuantitatif (metode verifikatif).
9. Menyusun pelaporan hasil penelitian melalui data informasi yang diperoleh dari perusahaan kemudian data menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penjelasan dan jawaban atas identifikasi masalah dalam penelitian.

Tabel Operasional Variable

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kreativitas produk (X1)	"beberapa atribut untuk produk yang kreatif yaitu : keaslian pada tingkat kebaruan produk, tingkat transformasi, dan kelayaklan produk yang menyangkut aspek kualitas, ide sejauh mana produk sudah memenuhi persyaratan uang diinginkan." (Pasman:2008:46)	• **Keaslian Pada Tingkat Kebaruan Produk** - Keaslian Bentuk (tidak meniru) - Kebaruan bentuk	- Tingkat keaslian bentuk - Tingkat kebaruan bentuk	Ordinal
		• **Tingkat Transformasi Suatu Produk.** - Perubahan bentuk (mengikuti perubahan jaman) - Selalu melakukan perubahan bentuk kue soes dengan bentuk yang unik	- Tingkat perubahan bentuk - Tingkat perubahan bentuk	
		• **Kelayakan Produk Yang Menyangkut Aspek Kualitas Dan Ide Produk.** - Kualitas produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka baik. - Kemenarikan bentuk.	- Tingkat kualitas produk - Tingkat kemenarikan	

Inovasi Produk (X2)	"Inovasi produk menunjukkan pada penemuan, pengembangan, duplikasi, dan sinetesis yang dapat berhasil di pemasaran."(Mahfoedz:2004:24)	• **Penemuan Produk** - Penemuan rasa baru - Rasa fla kue soes baru hanya di temui di soes Merdeka.	- Tingkat kebaruan rasa - Tingkat kebaruan rasa	Ordinal
		• **Pengembangan Produk** - Pengembangan rasa fla kue soes mengikuti selera konsumen - Selalu melakukan pengembangann rasa fla kue soes dengan rasa yang enak untuk di konsumsi.	- Tingkat pengembangan - Tingkat pengembangan	
		• **Duplikasi Produk** - Perubahan rasa fla kue kue soes pada toko kue Soes Merdeka tidak meniru rasa fla kue soes dari toko lain. - Variasi rasa fla kue soes pada toko kue Soes Merdeka tidak meniru dari rasa fla kue soes dari toko lain.	- Tingkat keaslian rasa - Tingkat variasi rasa	
		• **Sinetesis Produk (Merupakan Perpaduan Konsep Dan Faktor Yang Telah Ada Menjadi Formula Baru)** - Perpaduan rasa dan bentuk menjadi produk yang unik. - Perpaduan rasa dan bentuk menjadi produk yang baru dan menarik	- Tingkat keunikan produk - Tingkat kebaruan produk	
Keunggulan Bersaing (Y)	"ada dua pijakan dalam mencapai keunggulan bersaing, pertama keunggulan sumber daya yang terdiri dari keunggulan keahlian dan bahan baku,	• **Bernilai** - Memiliki nilai kualitas produk yang lebih unggul dibandingkan dengan kue soes yang ada di toko kue lainnya. - Memiliki nilai rasa yang dirasakan lebih unggul dibandingkan dengan kue soes yang ada di toko kue lainnya.	- Tingkat keunggulan kualitas - Tingkat manfaat	Ordinal

	kedua terdiri dari keunggulan biaya relative rendah dan keunggulan nilai bagi pelanggan." (Bharadwaj:2008:17)	• **Berbeda Dengan Yang Lain** - Kue soes pada toko kue Soes Merdeka memiliki ciri khas tersendiri yang unggul dibandingkan dengan kue soes yang lain. - Bentuk dan rasa fla kue soes pada toko kue Soes Merdeka berbeda dengan kue soes dari toko kue lainnya.	- Tingkat ciri khas - Tingkat perbedaan	
		• **Tidak Mudah Digantikan** - Kue soes pada toko kue Soes Merdeka tidak mudah digantikan dengan kue soes yang ada pada toko lainnya. - Kesetiaan pelanggan	- Tingkat kepercayaan - Tingkat kesetiaan	

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2013

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

- Data Primer diperoleh dengan cara:

1.Kuisioner atau angket yang diberikan kepada responden
2.Observasi, yaitu dengan mengadakan pengamatan dan penelitian secara langsung terhadap objek yang diteliti guna melengkapi data yang diperlukan.
3.Wawancara, yaitu mengadakan wawancara dengan manager untuk mendapatkan informasi yang lebih luas dan dalam.

- Sedangkan Data Yaitu melalui Dokumentasi.

Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder.

Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung diperusahaan yang menjadi objek penelitian. Data yang diperoleh merupakan data primer yang diperoleh dengan cara:

a. Observasi (Pengamatan Langsung)

Dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung untuk memperoleh data yang diperlukan.

b. Wawancara Langsung

Teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara ke bagian yang berkaitan yaitu Manajer toko kue Soes Merdeka.

c. Angket (*Kuesioner*)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yang ditunjukkan

kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini yaitu berupa data-data mengenai kreativitas produk, inovasi produk dan keunggulan bersaing.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan atau laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai toko kue yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti, yang dalam hal ini adalah kreativitas produk, inovasi produk dan keunggulan bersaing.

2. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai perbanding dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

Jenis yang akan digunakan adalah probability dengan random sampling, yaitu teknik dimana sedemikian rupa sehingga setiap unit dari populasi mempunyai teknik yang sama untuk dipilih sebagai sampel dengan kata lain populasi dianggap homogen. Penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus :

$$\boxed{n = \frac{N}{1 + Ne^2}}$$

$$n = \frac{850}{1 + 850(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{850}{9{,}5}$$

$$n = 89{,}47 \approx 90$$

$$n = 90$$

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Peneliti menentukan tingkat kesalahan sebesar 10% Untuk menghindari dari pada kerusakan angket dan jumlah tidak kembalinya angket, maka dibulatkan menjadi 90. Sehingga jumlah sampel yang diambil 90 konsumen.

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh dari kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada produk kuesoes di toko kue Soes Merdeka Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

Dalam penelitian ini hipotesis deskriptif yang diajukan sebagai berikut :

H_1: Kreativitas Produk pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung sudah baik,

dimana :

H_{01} : μ (LK) ≤ 68%, *Kreativitas Produk belum baik* pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{11} : μ (LK) > 68%, *Kreativitas Produk sudah baik* pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_2 : Inovasi Produk pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung sudah baik,

dimana : H_{02} : μ (DK) ≤ 68%, *Inovasi Produk belum baik* pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{12} : μ (DK) > 68%, *Inovasi Produk sudah baik* pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H3: Keunggulan Bersaing produk kue soes pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung sudah baik,

dimana :

H_{03} : μ (PK) ≤ 68%, *Keunggulan Bersaing produk kue soes belum baik* pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.
H_{13} : μ (PK) > 68%, *Keunggulan Bersaing produk kue soes sudah baik* pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

Pengujian hipotesis verifikatif yang akan diuji dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungkan analisis regresi dan korelasi. Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{(n-k-1)R^2_{Y.X.....}}{k(1-R^2_{Y.X.....})}$$

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F_{kritis} dengan nilai F_{test} yang terdapat pada Tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *micro-soft.* Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keunggulan bersaing) ditolak dan sebaliknya.

H_7 : Kreativitas Produk dan Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{07} ; β = 0, secara simultan kreativitas produk tidak berpengaruh terhadap inovasi produk dan keunggulan bersaing.

H_{17} ; β ≠ 0, secara simultan kreativitas produk berpengaruh terhadap inovasi produk dan keunggulan bersaing.

Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel} (α = 0,05)

Apabila pada pengujian secara simultan H_0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah βyxi ≠ 0. Untuk mengetahui βyxi yang tidak sama dengan nol , maka dilakukan pengujian secara parsial.

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. Rumus uji t yang digunakan adalah :

$$t_i = \frac{P_{YX1}}{\sqrt{\frac{(1-R^2{}_{XY.....Xk})CRii}{(n-k-1)}}} \quad I = 1,2,3.....,5$$

Hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikansi 5%.

b. Hipotesis

H_4 : Kreativitas Produk berpengaruh positif terhadap Inovasi Produk Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{04} ; β = 0, Kreativitas Produk tidak berpengaruh terhadap Inovasi Produk pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{14} ; β ≠ 0, Kreativitas Produk berpengaruh terhadap Inovasi Produk pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_5 : Kreativitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{05} ; β = 0, Kreativitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{15} ; β ≠ 0, Kreativitas Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H6 : Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing Pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

Dimana :

H_{06} ; β = 0, Inovasi Produk tidak berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

H_{16} ; β ≠ 0, Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keunggulan Bersaing pada Toko Kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung.

c. Kriteria Pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung} < dari t_{tabel} (α = 0,05)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya antara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $T_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya anatara variabel X dan Y tidak ada hubungannya.

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.20 diperoleh koefisien korelasi antara ketiga variabel tersebut sebagai berikut.

Tabel Korelasi Antar Variabel Penelitian

Correlations				
		Kreativitas	Inovasi	Keunggulan
Kreativitas	Pearson Correlation	1	,549**	,634**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	90	90	90
Inovasi	Pearson Correlation	,549**	1	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	90	90	90
Keunggulan	Pearson Correlation	,634**	,921**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	90	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS.20

Berdasarkan nilai koefisien korelasi diatas dapat dilihat bahwa pengaruh antara kreativitas produk (X_1) terhadap inovasi produk (X_2) sebesar 0,549 dan masuk dalam kategori sedang. Arah hubungan positif antara kreativitas produk terhadap inovasi produk menujukkan bahwa kreativitas produk yang tinggi cenderung diikuti dengan peningkatan inovasi produk. Kemudian pengaruh antara kreativitas produk (X_1) terhadap keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,634 termasuk dalam kategori kuat, Arah hubungan positif antara kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing menujukkan bahwa kreativitas produk yang tinggi cenderung diikuti dengan peningkatan keunggulan bersaing, demikian juga pengaruh antara inovasi produk (X_2) terhadap keunggulan bersaing (Y) sebesar 0,921 termasuk dalam kategori sangat kuat dengan arah positif. Arah hubungan positif antara inovasi produk terhadap keunggulan bersaing menujukkan bahwa inovasi produk yang tinggi cenderung diikuti dengan peningkatan keunggulan bersaing.

Pengaruh Kreativitas Produk Terhadap Inovasi Produk

Pada sub struktur yang pertama variabel kreativitas produk berperan sebagai variabel independen (eksogenus variabel) dan inovasi produk sebagai variabel dependen (endogenus variabel). Selanjutnya untuk menguji pengaruh kreativitas produk terhadap inovasi produk ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Menghitung Koefisien Jalur

Karena variabel independen hanya satu variabel (kreativitas produk), maka nilai koefisien korelasi sekaligus menjadi koefisien jalur.

(P_{X2X1}) = r_{X1X2} = (0,549)

Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.20 diperoleh koefisien jalur kreativitas produk terhadap inovasi produk sebagai berikut:

Tabel Koefisien Jalur Kreativitas Produk Terhadap Inovasi Produk

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,276	2,298		6,212	,000
	Kreativitas	,601	,097	,549	6,169	,000

a. Dependent Variable: inovasi

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS.20

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dilihat bahwa nilai *standardized coefficients* sebesar 0,549 dengan arah hubungan yang positif dan dalam kategori sedang, menujukkan bahwa kreativitas produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan inovasi produk yang tinggi. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sonah Sitohang (2008:292) yang menyatakan bahwa kreativitas dapat diposisikan sebagai faktor determinan inovasi karena tanpa adanya kreativitas tidak akan ada inovasi, atau dengan kata lain inovasi merupakan konstruk yang digunakan untuk mengukur pengaruh dari kreativitas. Koefisien jalur adalah bobot pengaruh langsung variabel kreativitas produk terhadap inovasi produk.

2) Menghitung Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi diperoleh dari hasil mangkuadratkan nilai koefisien jalur, Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan software SPSS.20 diperoleh koefisien determinasi kreativitas produk terhadap inovasi produk sebagai berikut.

Tabel Koefisien Determinasi Kreativitas Produk Terhadap Inovasi Produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,549[a]	,302	,294	3,82269

a. Predictors: (Constant), Kreativitas_Produk

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS.20

Nilai koefisien determinasi dinterpretasikan sebagai besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel akibat. Jadi dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kreativitas produk memberikan pengaruh terhadap inovasi produk pada toko kue Soes Merdeka yang terletak di Jl. Merdeka No. 25 Bandung sebesar 30,2%. Menurut Hubeis dalam penelitian Sonah sitohang (2008:291) yang menyatakan bahwa kreativitas merupakan kumpulan dari ide-ide, baik pengetahuan maupun pengalaman yang berada di dalam pikiran manusia (proses mental pada otak bagian kanan) yang kemudian diramu menjadi inovasi yang bermanfaat secara berkesinambungan, sehingga kreativitas sebagai penciptaan ide-ide baru, gagasan baru yang membutuhkan individu kreatif yang mampu menghasilkan pemikiran yang kreatif dan orisinil untuk melakukan pembaharuan dalam suatu kegiatan pada situasi yang berlaku seperti halnya optimalisasi biaya dan waktu untuk meraih efisiensi. Sementara sisanya sebesar 69,8% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kreativitas produk seperti teknologi yang digunakannya, kepemimpinan perusahaan itu sendiri, dan lain-lain

besar pengaruh masing-masing variabel kreativitas produk dan inovasi produk sebagai berikut.

➔ **Besar pengaruh kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka.**

- Pengaruh langsung kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing = $(P_{YX1})^2$ = (0,183) x (0,183) = 0,033 **(3,3%).**
- Pengaruh tidak langsung kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing = P_{YX1} x r_{X1X2} x P_{YX2} = (0,183) x (0,549) x (0,821) = 0,082 **(8,2%)**

Jadi total pengaruh kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing pada toko kue Soes Merdeka yang terletak di Jl. Merdeka No. 25 Bandung **= 3,3% + 8,2% = 11,5** sisanya sebesar 88,5% merupakan pengaruh faktor lain diluar variable kreativitas produk seperti inovasi produk, lokasi toko kue Soes Merdeka yang strategis, display toko yang menarik perhatian, pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi, dan lain-lain.

➔ **Besar pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka.**

- Pengaruh langsung inovasi produk terhadap keunggulan bersaing = $(P_{YX2})^2$ = (0,821) x (0,821) = 0,674 **(67,4%)**
- Pengaruh tidak langsung inovasi produk terhadap keunggulan bersaing = P_{YX2} x r_{X1X2} x P_{YX2} = (0,821) x (0,549) x (0, 183) = 0,082 **(8,2%)**

Jadi total pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada toko kue Soes Merdeka yang terletak di Jl. Merdeka No. 25 Bandung **= 67,4% + 8,2% = 75,6%** sisanya sebesar 24,4% merupakan pengaruh faktor lain diluar variable inovasi produk seperti kreativitas produk, lokasi toko kue Soes Merdeka yang strategis, display toko yang menarik perhatian, pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi, dan lain-lain.

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengatakan bahwa produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka sudah memiliki kreativitas yang tinggi, yang didasarkan pada indikator keaslian produk dan transformasi produk yang sangat tinggi, serta kelayakan produk yang tinggi. Skor yang tertinggi ada pada indikator transformasi produk dan terendah ada pada indikator kelayakan produk. Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada item pertanyaan toko kue Soes Merdeka selalu mengeluarkan perubahan bentuk yang unik yang berada pada indikator transformasi produk dan item pertanyaan dengan skor terendah ada pada item pertanyaan kualiatas produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka yang berada pada indikator kelayakan produk.
2. Tanggapan responden mengatakan bahwa produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka sudah memiliki inovasi yang tinggi, yang didasarkan pada indikator duplikasi produk, penemuan produk dan sinetesis produk yang tinggi, serta pengembangan produk yang cukup tinggi. Skor yang tertinggi ada pada pada indikator sinetesis produk dan terendah pada indikator duplikasi produk.Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada item pertanyaan perpaduan rasa fla dan bentuk kue soes pada toko kue Soes Merdeka menjadi kue soes yang baru dan menarik yang berada pada indikator sinetesis produk dan item pertanyaan terendah ada pada item pertanyaan variasi rasa fla kue soes pada toko kue Soes Merdeka tidak meniru dari rasa fla kue soes dari toko lain yang berada pada indikator duplikasi produk, serta ada pada item pertanyaan toko kue Soes Merdeka selalu mengeluarkan pengembangan rasa fla kue soes dengan rasa yang enak untuk dikonsumsi yang berada pada indikator pengembangan produk.
3. Tanggapan responden mengatakan bahwa produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka sudah memiliki keunggulan bersaing yang tinggi, hal ini di dasarkan pada indikator bernilai, berbeda dengan yang lain, dan tidak mudah digantikan yang tinggi. Skor yang tertinggi ada pada pada indikator tidak mudah digantikan dan terendah ada pada indikator bernilai. Item pertanyaan dengan skor tertinggi ada pada item pertanyaan jika membeli kue soes selalu ingin membeli di toko kue Soes Merdeka, tidak ingin membeli kue soes pada toko kue lainnya yang berada pada indikator tidak mudah digantikan dan terendah pada item pertanyaan bentuk dan rasa fla kue soes pada toko kue Soes Merdeka berbeda dengan kue soes dari toko kue lainnya yang berada pada indikator berbeda dengan yang lain.
4. Kreativitas produk berpengaruh terhadap inovasi produk pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung sebesar 0,549 dengan arah hubungan yang positif dan dalam kategori sedang, yang menunjukan bahwa kreativitas produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan inovasi produk yang tinggi. Kreativitas produk memberikan pengaruh terhadap inovasi produk pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung sebesar 30,2%, sementara sisanya sebesar 54,8% merupakan pengaruh faktor-faktor lain diluar kreativitas produk seperti teknologi yang digunakannya, serta kepemimpinan perusahaan.
5. Kreativitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan arah hubungan yang positif dan dalam kategori sangat kuat, yang menunjukan bahwa kreativitas produk dan inovasi produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan keunggulan bersaing yang tinggi. Kreativitas produk dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung. Secara bersama-sama variabel kreativitas produk dan inovasi produk memberikan kontribusi atau pengaruh terhadap keunggulan bersaing. Sisanya merupakan pengaruh faktor lain diluar kedua variable seperti lokasi toko kue Soes Merdeka yang strategis, display toko yang menarik perhatian, pengaruh orientasi pasar, serta orientasi teknologi. Selain itu kreativitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan arah hubungan yang positif dan dalam kategori sangat rendah,

yang menunjukan bahwa kreativitas produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan keunggulan bersaing yang tinggi. Secara total kontribusi atau pengaruh kreativitas produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing sebesar. Sisanya merupakan pengaruh faktor lain diluar variable kreativitas produk seperti inovasi produk, lokasi toko kue Soes Merdeka yang strategis, display toko yang menarik perhatian, pengaruh orientasi pasar, serta orientasi teknologi. Selain itu inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing dengan arah hubungan yang positif dan dalam kategori sangat kuat, yang menunjukan bahwa inovasi produk yang tinggi akan diikuti dengan peningkatan keunggulan bersaing yang tinggi. Secara total kontribusi inovasi produk secara parsial berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Secara total kontribusi atau pengaruh inovasi produk dalam meningkatkan keunggulan bersaing. Sisanya merupakan pengaruh faktor lain diluar variable inovasi produk seperti kreativitas produk, lokasi toko kue Soes Merdeka yang strategis, display toko yang menarik perhatian, pengaruh orientasi pasar, serta orientasi teknologi. Dari hasil tersebut ternyata bahwa variabel inovasi produk lah yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keunggulan bersaing.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat penulis maka selanjutnya penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna mengenai pengaruh kreativitas produk dan inovasi produkterhadap keunggulan bersaing pada toko kue Soes Merdeka di Jl. Merdeka No. 25 Bandung, diantaranya:

1. Toko kue Soes Merdeka perlu menjaga kelayakan produk kue soes nya, terutama memperhatikan masalah kualitas produk kue soes tersebut, untuk itu toko kue Soes Merdeka harus mengambil langkah dengan meningkatkan monitoring terhadap standar kualitas dalam membuat kue soes kepada setiap karyawan yang memproduksi kue soes, agar mampu bersaing dengan lebih baik lagi.
2. Toko kue Soes Merdeka dituntut untuk selalu melakukan inovasi produk kue soes nya, terutama masalah variasi rasa fla kue soes tersebut, untuk itu toko kue Soes Merdeka harus mengambil langkah dengan meningkatkan inovasi produk kue soes nya dengan harus selalu melakukan pengembangan rasa fla dengan rasa-rasa fla kue soes yang belum pernah ada serta memperbanyak varian rasa yang baru.
3. Toko kue Soes Merdeka di tutuntut agar mampu mengungguli persaingan dengan memperhatikan nilai rasa kue soes tersebut, dan memperhatikan bentuk serta rasa kue soes yang akan di buat agar tidak menyamai dengan kue soes yang ada pada toko kue lainnya. Pihak toko kue Soes Merdeka dapat melakukan intelejensi ke toko kue lainnya serta survey langsung kepada konsumen dengan menanyakan bagaimana pendapat mereka mengenai produk kue soes pada toko kue Soes Merdeka, agar toko kue soes merdeka mengetahui apa saja kekurangan pada kue soes yang di produksinya dan dapat membenahinya sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli produk kue soes di toko kue Soes Merdeka.
4. Toko kue Soes Merdeka perlu melakukan penelitian tentang teknologi yang di gunakan untuk memproduksi kue soes tersebut dengan mengikuti pelatihan khusus kepada setiap karyawannya agar mereka mampu menggunakan teknologi tersebut dengan baik dan benar, sehingga tidak akan menganggu proses produksi kue soes tersebut dan hasilnya pun akan maksimal, serta toko kue Soes Merdeka harus tepat dalam memilih pipimpinan perusahaanya dengan memilih pemimpin perusahaan yang memang berkompeten di bidang makanan, khususnya dalam pembuatan kue soes agar nantinya dapat mengarahkan setiap karyawan untuk menghasilkan produk kue soes yang baru, inovatif, dan berkualitas.
5. Toko kue Soes Merdeka perlu memperhatikan faktor lainnya yang dapat meningkatkan keunggulan bersaingnya seperti menata tatanan toko kuehnya dengan benar, bersih, dan rapih agar mampu menarik perhatian setiap konsumen yang melintas di depan toko kue Soes Merdeka agar mau mampir atau membeli kue soes di toko kue Soes Merdeka dan tentunya akan membuat para konsumen merasa nyaman jika membeli kue soes di toko kue Soes Merdeka.

VI. Daftar Pustaka

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.*

Bagas Prakosa (2005). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Danorientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang). *Jumal Studi Manajemen & Organisasl Vol. 2 No. 1 Januari 2005.*

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

Heri Setiawan (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang. Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012.

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

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

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