PENCAPAIAN KEBERHASILAN USAHA MELALUI INOVASI PRODUK DAN KREATIFITAS (SURVEY PADA SENTRA BONEKA DI KOPO SAYATI KAB.BANDUNG)

Oleh :

Ivandi Danang Pradita

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komputer Indonesia

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pencapaian keberhasilan usaha melalui inovasi produk dan kreatifitas di Sentra Boneka Kopo Sayati Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif - verifikatif, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel random sampling. Analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, analisis korelasi pearson, analisis koefisien determinasi dengan uji hipotesis menggunakan Uji-T dan Uji-F dengan menggunakan software SPSS 17.0.Hasil penelitian yang diperoleh dengan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut : Keberhasilan usaha = 0.192 + 0.365*(Inovasi produk) + 0.563*(Kreatifitas) + 20.9% (ε). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan terhadap Keberhasilan usaha di Sentra Boneka Kopo Sayati Bandung adalah kreatifitas dengan kontribusi 54%.

Kata Kunci : Inovasi produk, Kreatifitas, Keberhasilan usaha

ACHIEVEMENTS BUSINESS SUCCESS THROUGH INNOVATION PRODUCTS AND CREATIVITY (SURVEY ON CENTER DOLL IN KOPO SAYATI KAB.BANDUNG)

Abstract - *This study aimed to analyze the achievement of business success through product innovation and creativity in the Sentra Dolls Sayati Kopo Bandung. The method used in this research is descriptive method - verification, the sample used in this study is a random sampling. The analysis used is multiple linear regression analysis, the classical assumption test, Pearson correlation analysis, coefficient of determination analysis to test the hypothesis using T-test and F-test using SPSS software 17.0.Hasil research obtained by linear regression analysis were as follows: business success = 0192 + 0365 * (product innovation) + 0.563 * (Creativity) + 20.9% (ε). The results showed that the most dominant influence on the success of efforts in Sentra Dolls Sayati Kopo Bandung is creativity by contributing 54%.*

Keywords*: Job Product innovation, creativity, business success*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi yang akan kita hadapi kedepan, yang tidak mengenal lagi batas-batas antar Negara dan dengan didukung oleh perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang pesat akan menyebabkan aliran barang bagai air mengalir dari hulu ke lembah, begitulah akan terjadi aliran barang dan jasa dari negara lain ke Negara kita. Oleh karena itulah, UKM harus ditingkatkan kemampuannya agar mampu menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi.

Ketatnya persaingan usaha sekarang ini tentu saja dirasakan juga oleh pengusaha kecil dan menengah. Fakta menunjukkan bahwa meskipun memiliki sejumlah kelebihan yang memungkinkan usaha kecil menengah (UKM) dapat bertahan dalam menahan badai krisis, tidak semua usaha kecil dapat lepas dari akibat buruk krisis ekonomi (Handoyo, 2001 dalam Andwiani Sinarasri, 2013:43). Maka, setiap perusahaan dituntut untuk selalu

mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing dengan pihak pesaing.

Banyak sekali UKM yang ada di Kota Bandung, Salah satunya adalah sentra pusat UKM Boneka yang ada di jalan Kopo Sayati, Kab. Bandung. Industri boneka Kopo Sayati Kecamatan Margahayu terbentuk sejak tahun 1982. Pada awalnya pengusaha boneka di kawasan ini merupakan salah satu pemasok kerajinan terbesar untuk kawasan daerah Jawa Barat dan sempat melakukan eksport ke luar negeri. Boneka yang diproduksi disini beraneka ragam mulai dari yang kecil hingga yang ukuran besar. Boneka yang di produksi di sentra ini sekarang di desain dengan berbagai bentuk mengikuti trend yang sedang berkembang di masyarakat.Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka.Bagi usaha kecil dan menengah seperti kerajinan boneka sendiri keberhasilan dalam pengembangan berbagai aspek berarti usaha mereka tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya.

Dari data tersebut bisa dilihat terjadi penurunan menuju periode yang sekarang ini. Penurunan paling drastis terjadi pada tahun 1998 hal itu disebabkan seiring krisis ekonomi di Indonesia, pengusaha boneka di Sentra UKM Boneka Kopo Sayati, Kabupaten Bandung menurun hingga 62 pengusaha. Orang. Hingga sekarang hanya berjumlah 26 pengusaha boneka di sentra tersebut. Selain itu penurunan terjadi bisa juga diakibatkan karena semakin banyaknya kompetitor dan tingkat keberhasilan usaha pengusaha yang ada di sentra tersebut semakin berkurang.

Dalam mencapai keberhasilan usaha, seorang wirausaha terlebih dahulu harus mengetahui seluk beluk mengenai usahanya. Langkah selanjutnya adalah menetapkan strategi yang tetap dan cepat untuk meraih pasar. Namun dalam realisasinya penetapan tahapan-tahapan tersebut membutuhkan adanya pemahaman dan kemampuan manajerial yang baik untuk menjalankan usahanya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai (Suryana, 2011).

Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut (West, 2000:18 dalam Chyntia dan Hendra, 2014:1217). Inovasi merupakan proses no-linear dari dua komponen meliputi implementasi kreativitas dan inovasi. Pada awal proses, kreativitas mendominasi dan kemudian, akan didominasi oleh proses implementasi inovasi. Inovasi dalam kewirausahaan terbagi atas dua tipe inovasi yang membentuk keuntungan bagi suatu usaha dengan cara yang berbeda yaitu inovasi produk dan inovasi proses (McDaniel,2002:105 dalam Chyntia dan Hendra, 2014:1217).

Menurut Frances Hesselbien dan Rob Johnson (2002), bahwa kreativitas adalah sebagai proses pengembangan ide-ide berguna dan baru. Apa pun itu, seperti perkembangan dari apa yang sudah ada atau dobrakan yang menggembrakan dunia, yang lebih banyak mencakup hal dari pada peluncuran produk baru atau proyek tim. Tingginya tingkat persingan yang ada tidak hanya drasakan oleh perusahaan-perusahaan besar tetapi dialami juga oleh perusahaan kecil. Tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat terjadi akibat berkurangnya pangsa pasar sehingga menuntut perusahaan-perusahaan untuk menerapkan strategi yang relevan dengan kondisi perusahaan dan lingkungan yang terus berubah.

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi produk

Menurut Crawford dan De Benedetto (2000: 9) dalam Putu et al. (2013:66), inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsionil/kegunaannya

Menurut Lukas dan Ferrell (2000:240) dalam Cynthia dan Hendra (2014:217) indikator inovasi produk adalah :

1. Perluasan Produk (*line extensions*)
2. Peniruan Produk (*me-too products*)
3. Produk Baru (*new-to-the-world products*).

Kreatifitas

Kreatifitas didefinisikan sebagai sebuah proses pemikiran intelektual yang membutuhkan sebuah kesepakatan hebat atas usaha-usaha kognitif (Shalley, 1999) dalam (Murwatiningsih 2012:50).

Adapun indicator kreatifitas menurut Suryana (2003:23):

1. Keahlian
2. Kemampuan
3. Motivasi

Keberhasilan usaha

Menurut Suryana (2011:38) mengemukakan bahwa untuk menjadi wirausaha atau jadi pengusaha yang sukses pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Langkah selanjutnya yang sangat penting adalah dengan membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan dan menjalankannya.

Menurut Suryana (2003:85) indikator Keberhasilan Usaha sebagai berikut:

1. Modal
2. Pendapatan
3. Volume Penjualan
4. Tenaga Kerja

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Definisi Metode Analisis Deskriptif menurut Sugiyono (2009: 35)adalah sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain”.

Metode deskriptif ditujukan untuk mengetahui perkembangan Inovasi produk, Kreatifitas, dan Keberhasilan usaha

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Mashuri (2008) dalam Narimawati Umi (2010:29) adalah sebagai berikut:

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

Metode verifikatif untuk mengetahui besarnya pencapaian keberhasilan usaha melalui inovasi produk dan kreatifitas. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu data sekunder, karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah lebih lanjut dan data yang disajikan oleh pihak lain.

Jenis data yang digunakan peneliti pada penelitian ini mengenai pencapaian keberhasilan usaha melalui inovasi produk dan kreatifitas pada Sentra Boneka Kopo Sayati Bandung adalah data sekunder.

Penelitian ini menggunakan sampel data Inovasi produk, Kreatifitas dan Keberhasilan usaha pada Sentra Boneka Kopo Sayati Bandung. Penelitian ini menggunakan sampel data dari pemilik Sentra Boneka Kopo Sayati Bandung. Total sampel 26 responden. Rancangan analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Sementara uji hipotesis menggunakan uji - t serta uji – F dengan tingkat signifikansi 5%. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan peneliti dengan maksud untuk menganalisis hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain untuk mengetahui besarnya pencapaian keberhasilan usaha melalui inovasi produk dan kreatifitas. Dengan menggunakan *software SPSS 17.0*, diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Keberhasilan usaha = 0.192 + 0,365*(Inovasi produk) + 0,563*(Kreatifitas) + 6.4% (ε)

C = 0.192 Menunjukkan jika Inovasi produk dan Kreatifitas yang bernilai 0 maka pertumbuhan Keberhasilan usaha bernilai 0.192

β_1 = 0.365 Menunjukkan besarnya pencapaian Keberhasilan usaha jika Inovasi produk meningkat satu satuan maka diprediksi pertumbuhan Keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0.365

β_2 = 0.563 Menunjukkan besarnya pencapaian Keberhasilan usaha jika Kreatifitas meningkat satu satuan maka diprediksi pertumbuhan Keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0.563

ε = 20.9% Variabel lain yang tidak diteliti.

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

Syarat lolos uji normalitas, nilai probability nya harus lebih besar dari 0,05 (> 5%). dengan menggunakan *software SPSS versi 17.0,* diperoleh hasil perhitungan nilai Kolmogorov sebesar 0.804 lebih besar 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa residu dalam model berdistribusi secara normal, sehingga model telah memenuhi salah satu asumsi untuk dilakukan pengujian regresi.

Uji Multikolinearitas

Dari hasil yang diperoleh tampak tidak ada koefisien korelasi yang kuat antar variabel Inovasi produk dengan Kreatifitas, sehingga diduga tidak ada hubungan linier antar variabel independen (bebas). Hasil tersebut menunjukan bahwa tidak ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi, sehingga model memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

-Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik yang diperoleh tampak titik menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bersifat homokedastisitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari adanya heteroskedastisitas, sehingga model tersebut memenuhi salah satu syarat untuk dilakukan pengujian regresi.

ANALISIS KORELASI

Dari pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Keeratan hubungan antara Inovasi produk (X_1) dengan Keberhasilan usaha (Y) sebesar 0.695 menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel adalah cukup baik/tinggi (dalam interval 0,61 – 0,80). Arah hubungan positif antara Inovasi produk dan Keberhasilan usaha menunjukkan tingginya Inovasi produk akan mempengaruhi meningkat Keberhasilan usaha.
2. Keeratan hubungan antara Kreatifitas (X_2) dengan Keberhasilan usaha (Y) sebesar 0.847 menunjukan bahwa hubungan antar kedua variabel adalah sangat baik/tinggi (dalam interval 0,801 – 1,00). Arah hubungan positif antara Kreatifitas dan Keberhasilan usaha menunjukkan tingginya Kreatifitas akan mempengaruhi meningkat Keberhasilan usaha.

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI

Dari hasil yang diperolehtampak nilai R-squared sebesar 0.79.1 atau 79.1% menunjukkan bahwa pencapaian keberhasilan usaha melalui inovasi produk dan kreatifitas secara simultan sebesar 79.1%, sedangkan sisanya 20.9% dipengaruhi oleh variabel lain.

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

- Inovasi produk terhadap Keberhasilan usaha

Hasil pengujian secara parsial pengaruh Inovasi produk terhadap Keberhasilan usaha diperoleh nilai t_{hitung} = 2.431 > 2.069 (t_{tabel}). Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Inovasi produk berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumaryanto (2007) yang menyatakan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

- Kreatifitas terhadap Keberhasilan usaha

Hasil pengujian secara parsial pengaruh Kreatifitas terhadap Keberhasilan usaha diperoleh nilai t_{hitung}= 4.772. > 2.069 (t_{tabel}). Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Kreatifitas berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Retno Kurnia Nurzaman (2013) yang menyatakan kreatifitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji T)

Inovasi produk dan Kreatifitas Terhadap Keberhasilan usaha

Hasil pengujian secara simultan pengaruh inovasi produk dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha diperoleh nilai f_{hitung} =43.618 > 3.42 (f_{tabel}). Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan pengaruh inovasi produk dan kreatifitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Lies Inriyatni (2013) yang menyatakan inovasi produk dan kreatifitas berpengaruh signifikaan terhadap keberhasilan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Inovasi produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu perluasan produk, peniruan produk dan produk baru. Indikator produk baru memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan perluasan produk memperoleh skor yang paling rendah dengan kategori kurang baik. Namun secara umum semua

indikator masuk dalam kategori kurang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan inovasi produk di Sentra Boneka Kopo Sayati masih harus diperbaiki.

2. Kreatifitas yang ada di Sentra Boneka Kopo Sayati berada pada kategori kurang baik, terdiri dari 3 indikator yaitu keahlian, kemampuan dan motivasi. Indikator keahlian yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator motivasi memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Secara umum semua ukuran masuk dalam kategori kurang baik, maka dari itu kreatifitas perlu dievaluasi agar tetap bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkan oleh setiap pengusaha.
3. Dari 3 indikator keberhasilan usaha, yaitu modal, pendapatan, dan volume penjualan. Indikator volume penjualan memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator modal memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara umum ukuran untuk keberhasilan usaha masuk ke dalam kategori cukup baik, namun masih ada yang perlu dibenahi agar terjadi peningkatan dalam konteks kemajuan sebuah usaha yang dimiliki.
4. Secara parsial dan simultan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara inovasi produk dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari inovasi produk dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha di Sentra Boneka Kopo Sayati.

Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran bagi pihak Sentra Boneka Kopo Sayati Bandung mengenai pencapaian keberhasilan usaha melalui inovasi produk dan kreatifitas, yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis ingin mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Penerapan inovasi produk masih berjalan kurang baik di Sentra Boneka Kopo Sayati, maka dari itu perlu ada perbaikan dalam hal ini diantaranya adalah dengan membuat sebuah metode yang baik dalam pembuatan sebuah boneka agar lebih memiliki kemasarikkn yang menarik. Selain itu dengan tetap menciptakan produk – produk baru yang mengikuti zaman menjadi hal yang sangat penting bagi pengusaha agar menghilangkan rasa jenuh konsumen terhadap produk yang sudah ada.
2. Kreatifitas di Sentra Boneka Kopo Sayati masih berjalan cukup baik. Namun peneliti menyarankan setiap pengusaha untuk menciptakan produk yang memiliki nilai berbeda dengan sentra kawasan lain. Selain itu dengan pengembangan teknologi dan sdm yang memadai pun menjadi hal yang harus diperhatikan oleh setiap pengusaha untuk mendorong kegiatan produksi usaha yang ada.
3. Keberhasilan usaha di Sentra Boneka Kopo Sayati masih berjalan cukup baik. Namun terdapat hal yang disarankan kepada pihak pengusaha yaitu dengan memperkuat modal yang dimiliki agar bisa lebih mendorong kemajuan setiap pengusaha. Karena dengan modal yang kuat bisa berimplikasi pada tingkat pendapatan dan penjualan produk bagi setiap pengusaha.
4. Pengaruh antara inovasi produk dan kreatifitas terhadap keberhasilan usaha di Sentra Boneka Kopo Sayati bisa dibilang baik, pada kondisi ini seharusnya bisa dimanfaatkan oleh setiap pengusaha untuk meningkatkan

kualitas dan kuantitas usahanya yang sedang berjalan tersebut.

PUSTAKA

Agus Sitata. 2006 Analisis Pengaruh Orientasi Strategik, Teknologi Informasi Pemasaran Terhadap Inovasi Produk dan Dampaknya Terhadap Pencapaian Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Asuransi Di Jawa Tengah). Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.

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 ISSN: 2085- 1375

Kotler, Philip & Keller K.L. 2009. Manajemen Pemasaran, Thirteenth edition. Jilid 1, PT. Erlangga, Jakarta

Lies Inriyatni. 2013. Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi KAsus Pada Usaha Kecil Di Semarang Barat). Jurnal STIE Semarang, Vol 5, No 1, Edisi Februari 2013 (ISSN : 2252-7836)

Md.Aminul Islam, Mohammad Aktarazzaman Khan, Abu Zafar Muhammad Oibadullah, M.Syed Alam. 2011. *Effect Of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Madium Enterprises (SMEs) in Bangladessh. International Journal Of Business and Management* Vol.6, No.3; March 2011 ISSN 1833-3850

Nigel Bassett Jones. 2005. *The Paradox of DIvversity Management, Crativity and Innovation. Blackwell Publishing Ltd, 2005. 9600 Garsington Road, Oxford OX4*

Retno Kurnia Nurzaman. 2013. Pengaruh Kemampuan Wirausaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Restoran Sindang Reret Cabang Surapati Bandung. Universitas Komputer Indonesia Bandung

Sugiyono. 2005. *Statistik Untuk Penelitian. Bandung* : CV Alphabeta

———— . 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D.* Bandung : CV.Alphabeta

———— . 2011. *Statistik untuk Penelitian.* Bandung: CV. Alphabeta

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:CV. alpha beta

Sumaryanto. 2007. Pengaruh Inovasi produk pimpinan terhadap keberhasilan Program Kurikulum Berbasis Kompetensi. Jurnal Manajemen Sumber daya Manusia Vol.2 No.1 Desember 2007 : 71-77

Umi Narimawati. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif : Teori dan Aplikasinya*. Bandung : Fakultas Ekonomi UNIKOM.

Umi, Narimawati., Linna, Ismawati., & Sri Dewi, Anggadini. (2010). *Penulisan Karya Ilmiah: Panduan Awal Menyusun Skripsi dan Tugas Akhir Fakultas Ekonomi UNIKOM*. Bekasi: Genesis