PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA USAHA PADA SENTRA UMKM PAKAIAN ANAK PAGARSIH BANDUNG

Regina Susanto[1] Trustorini Handayani[2]

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

regina_susanto97@yahoo.com [1] ni_rakidhi@yahoo.com [2]

Abstract: *The study was conducted to find our the effect of creativity, and product innovation, on business performace, either partially or simultaneosly at Micro Small Medium Entreprises Pagarsih Bandung Children's Clothing. A population that used on this research was taken from the number of centers located in urban villages of Jamika, RW. 08 as many as 32 business operators. Sample using the census or the sampling method of saturated where the size of the population sample used as many as 32 business operators. An instrument the analysis used is of multiple regression analysis, test t, test f and assumption classic and coefficient pearson. The research showed that hypotheses it can be seen the size of the f variables influence of creativity, and product innovation product together have an effect on business performace simultaneously, and the result of T test analysis known that influence of creativity has a significant effect on business performance, and product innovation also has a significant effect on business performance.*

Keywords*: influence of creativity, product innoation, business performance*

I. Pendahuluan

Indonesia memiliki berbagai sumber daya yang melimpah, baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Tetapi dengn segala kekayaan melimpah yang sudah dimiliki Indonesia dari jaman dahulu kala, Indonesia masih belum bisa menjadi negara maju. Banyak faktor yang menyebabkan terhambatnya perjalanan Indonesia hingga dapat menjadi negara maju. Salah satunya disebabkan oleh tingkat pertumbuhan penduduk yang sangat tinggi yang menyebabkan kepadatan penduduk sehingga penyaluran untuk sandang, pangan, dan papan kepada masyarakat selalu kekurangan sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan setiap masyarakat yang mengakibatkan naiknya biaya hidup dan memunculkan kemiskinan.

Salah satu faktor paling berpengaruh yang menyebabkan kemiskinan adalah kurangnya lahan pekerjaan. Pertumbuhan penduduk yang cepat dan tidak diseimbangi dengan pertambahanan lapangan pekerjaan, menyebabkan masyarakat Indonesia banyak yang masih menganggur, belum lagi kurangnya latar belakang pendidikan dan pelatihan. Ditambah lagi semenjak diresmikannya MEA pada 1 Januari 2016 dan dijalankan pada 4 Januari 2016, semakin menyulitkan masyarakat Indonesia yang kurang pendidikan dan pelatihan untuk bersaing dengan pekerja yang datang dari Luar Negeri sehingga semakin kecilnya kesempatan masyarakat Indonesia untuk mendapatan pekerjaan.

Salah satu cara yang dinilai ampuh untuk memberantas kemiskinan adalah dengan memperbanyak lapangan pekerjaan yang mampu menyerap banyak tenaga kerja. Salah satu jenis usaha yg cocok dengan iklim perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah atau lebih dikenal dengan sebutan UMKM. Selain dapat menyerap banyak tenga kerja UMKM pun sudah terbukti dapat menyelamatkan perekonomian Indonesia pada saat terjadinya krisis ekonomi tahun 1998 yg mana akibat dari krisis moneter tersebut adalah naiknya bahan – bahan pokok.

UMKM memiliki ketahanan terhadap krisis yang terjadi dibandingakan perusahaan berskala bersar adalah karena UMKM merupakan industri padat karya, yang bahannya pun menggunakan bahan lokal, dan biasanya menggunakan modal sendiri atau bantuan dari pemerintah bukan hasil pinjaman dari bank, sehingga UMKM lebih tahan terhadap krisis moneter.

Salah satu wisata berbelanja pakaian anak yang dapat didatangi oleh para wisatawan adalah Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung. Terletak di Jalan Pagarsih Gang Pesantren kecamatan Bojongloa Kaler, Bandung, Sentra ini menyediakan pakaian anak mulai dari bayi hingga anak umur 2 - 6 tahun. Terdapat kurang lebih 32 unit usaha pengrajin pakaian anak dengan kapasitas produksi per tahunnya sebanak 552.000 lusin dengan nilai investasi Rp. 1.319 Milyar dan menyerap tenaga kerja sebanyak 126 orang.

Produksi pakaian anak yang mengedepankan model pakaian dan kenyamanan menguji kreativitas dan inovasi dari produk yang dipasarkan oleh para pengusaha pakaian anak agar dapat selalu menyediakan pakaian dengan model yang diinginkan masyrakat dengan kualitas baik tetapi dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat.

Kreativitas dan Inovasi Produk merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kinerja usaha yang akan mempengaruhi kualitas dari produk itu sendiri. Pengembangan usaha membutuhkan kemampuan inovasi dan kreativitas untuk menghadapi tantangan dalam usaha, khususnya untuk menemukan produk dan layanan yang unggul. Banyak produk dan layanan yang dihasilkan oleh pebisnis sukses merupakan hasil inovasi dan kreativitas yang dikembangkan dalam usaha. Oleh karena itu, untuk menjadi wirausaha yang uggul diperlukan kemampuan untuk melakukan inovasi dan kreativitas. (sumber: http://pmct.co.id/pentingnya-inovasi-dan-kreativitas-dalam-berwirausaha/).

Dari artikel diatas dapat dilihat bahwa untuk menjadikan produk dari usahanya lebih unggul dibanding para pesaing dibutuhkan kreativitas dan inovasi produk untuk meningkatkan kinerja usaha, sehingga dapat memberikan produk yang baru yang lebih unggul dariprada produk yang sudah ada dipasaran. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa untuk dapat mendapatkan hasil produk yang berkualitas dan dapat menarik perhatian konsumen para pengusaha harus menggali lebih lagi tingkat kreativitasnya yang mana hasil dari kretivitasnya akan menghasilkan inovasi produk yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja usaha dari segi kualitas dan produktivitas perusahaan tersebut.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pendahuluan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kreativitas pada produk Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung.
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai inovasi produk pada Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung.
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi produk secara parsial dan simultan trhadap kinerja usaha pada Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih Bandung.

II. Tinjauan Pustaka

Kreativitas

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2012:9) kreativitas adalah suatu proses meciptakan (*organization*) yang mempunyai nilai. Tidak semua yang baru mempunyai nilai. Jadi, daya kreativitas adalah proses penggalian kemampuan guna menciptakan sesuatu yang mempunyai nilai tertentu.

Menurut Louis Utama dan Jeremy K. Nadi (2017:82) Kreativitas dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan, menghasilkan dan mengembangkan

ide – ide dan cara – cara baru yang dapat berguna untuk melihat masalah dan peluang sehingga dapat mengahasilkan solusi yang kreatif.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa kreativitas atau berfikir kreatif adalah kemampuan menyelesaikan masalah dengan cara berpikir yang berbeda daripada cara berpikir pada umumnya sehingga memungkinkan seseorang dapat memikirkan ide atau gagasan baru dalam membuat sesuatu yang baru dan berbeda daripada yang sudah ada.

Inovasi Produk

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2012:9) inovasi adalah proses menciptakan yang menghasilkan nilai yang signifikan kepada perseorangan, kelompok, perusahaan, industri masyarakat.

Menurut Kotler (2007:36) dalam Cynthia V. Djodjobo dan H.N. Tawas (2014:1214-1224) menyatakan bahwa inovasi produk sebagai gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi satu sama lain.

Maka berdasarkan berbagai pendapat diatas penulis menyimpulkan bahwa inovasi produk adalah produk baru atau hasil dari pembaharuan atau modifikasi dari produk lain yang sudah ada sebelumnya sesuai dengan penyesuaian dengan kebutuhan masyarakat yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan.

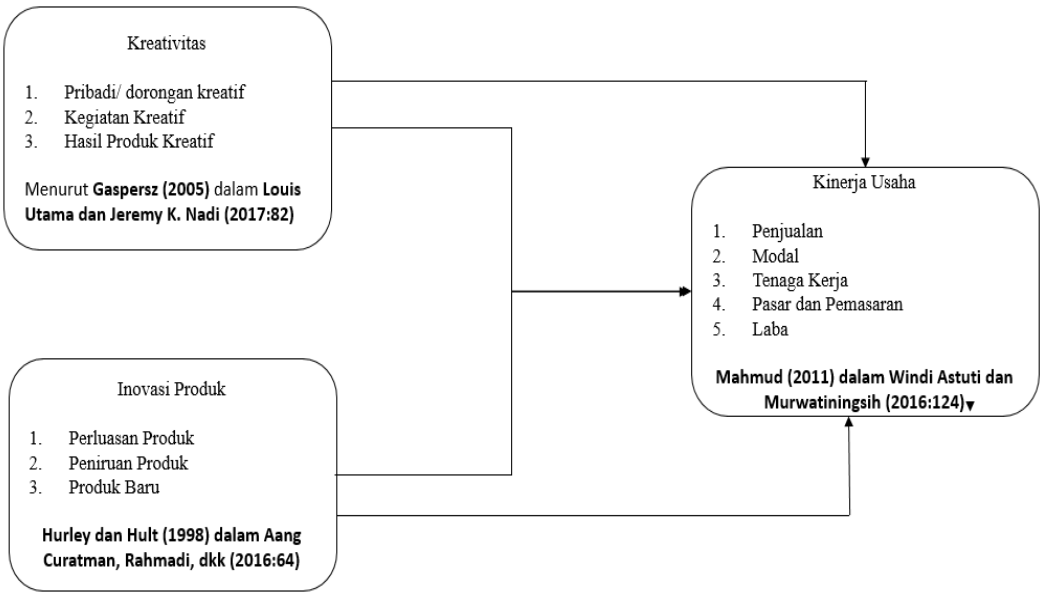
Kinerja Usaha

Menurut Mahmud (2011) dalam Windi Astuti dan Murwatiningsih (2016:124) adalah kinerja usaha mengarah pada tingkat pencapaian prestasi pada perusahaan dalam periode tertentu. Kinerja usaha yang baik ditandai dengan peningkatan penjualan, pertambahan modal, dan laba yang selalu meningkat.

Menurut Louis Utama dan Jeremy K. Nadi (2017:82) Kinerja bisnis didefinisikan sebagai sejauh mana organisasi benar – benar berkuasa utuk memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan dan kebutuhan sendiri untuk kelangsungan hidup.

Maka penulis menyimpulkan bahwa kinerja usaha adalah tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan untuk dapat membuktikan perkembangan perusahan yang ditandai dengan pertumbuhan modal laba dan pertumbuhan di faktor lainnya.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan dari kerangka pemikiran diatas, maka penulis berasumsi mengambil keputusan sementara (hipotesis) dalam penelitian ini bahwa:
Sub Hipotesis:

- H1 :Kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih..
- H2 :Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih..

Hipotesis Utama:
Terdapat pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja usaha pada Sentra UMKM pakaian anak Pagarsih

III. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Metode penelitian ini menggnakan metode deskriptif dan verifikatif. Dengan menggunakan metode penelitian akan diketahui Implikasi atau hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yg diteliti.

Metode penarikan sampel menggunakan sampling jenuh maka jumlah sample pada penelitian ini adalah 32 responden dari jumlah populasi yang berjumlah 32 pelaku usaha.

IV. Hasil dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Tabel 1.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Indeks Validitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kreativitas	Item 1	0,474	0,30	Valid
	Item 2	0,655	0,30	Valid
	Item 3	0,643	0,30	Valid
	Item 4	0,888	0,30	Valid
	Item 5	0,858	0,30	Valid
	Item 6	0,786	0,30	Valid
Inovasi Produk	Item 7	0,791	0,30	Valid
	Item 8	0,885	0,30	Valid
	Item 9	0,845	0,30	Valid
Kinerja Usaha	Item 10	0,853	0,30	Valid
	Item 11	0,790	0,30	Valid
	Item 12	0,709	0,30	Valid
	Item 13	0,834	0,30	Valid
	Item 14	0,810	0,30	Valid
	Item 15	0,768	0,30	Valid
	Item 16	0,734	0,30	Valid

Keterangan : olah bantuan Mengeluarkan Ide SPSS(terlampir), 2018

Dari tabel 1.1 di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi (indeks validitas) dari setiap butir pernyataan di setiap variabel laten lebih besar dari nilaik ritis 0,30. Hasil uji validitas ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan untuk variabel Kreativitas, Inovasi Produk dan Kinerja Usaha adalah valid dan tepat/mampu mengukur tiap indikator, sehingga mampu mencapai Mengeluarkan Ide pengukuran (menghasilkan data) untuk setiap variabel

laten dalam penelitian ini. Selain itu, menunjukan ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner.

Hasil Uji Realibilitas

Tabel 1.2
Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kreativitas	0,786	0,60	Reliabel
Inovasi Produk	0,826	0,60	Reliabel
Kinerja Usaha	0,834	0,60	Reliabel

Keterangan : olah bantuan Mengeluarkan Ide SPSS (terlampir), 2018

Dari tabel 1.2 diatas, terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas dari setiap variabel laten lebih besar dari nilai kritis (0,60). Hasil uji reliabilitas ini menunjukan bahwa setiap variabel laten adalah reliabel, jadi variabel laten yang diteliti menunjukan konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Variabel laten dalam penelitian ini bila dipakai dua kali untuk mengukur suatu penelitian, maka hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten.

Analisis Deskriptif

Hasil Analisis Deskriptif Kreativitas (X1)

Tabel 1.3
Persentase Skor Jawaban Responden Variabel Kreativitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kreativitas	0,786	0,60	Reliabel
Inovasi Produk	0,826	0,60	Reliabel
Kinerja Usaha	0,834	0,60	Reliabel

Sumber : Data olah hasil kuisioner 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat, bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel Kreativitas sebesar 65% dan berada di antara interval 52% – 68%. Berdasarkan hasil skor aktual masih terdapat jarak sebesar 35% (100%-65%) yang menunjukan masih terdapat masalah pada Kreativitas di Sentra UMKM Pakaian. Menurut Louis Utama dan Jeremy K. Nadi (2017:82) Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk dapat memikirkan, menghasilkan dan mengembangkan ide–ide dan cara–cara baru yang dapat berguna untuk melihat masalah dan peluang sehingga dapat mengahsilkan solusi yang kreatif.

Hasil Analisis Deskriptif Inovasi Produk (X2)

Tabel 1.4
Persentase Skor Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk

No.	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kriteria
1.	Perluasan Produk	81	160	50,6%	Kurang Baik
2.	Peniruan Produk	107	160	66,9%	Cukup
3.	Produk Baru	101	160	63,1%	Cukup
Jumlah		**289**	**480**		
Skor Total		$\frac{289}{480} \times 100\% = 60,2$		**Cukup**	

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabl Inovasi Produk 60,2% dan berada di antara interval 52%-68%. Berdasarkan hasil skor aktual masih terdapat jarak sebesar 39,8% (100%-60,2%) yang menunjukan masih terdapat masalah pada Inovasi Produk di Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung. Menurut Hurley dan Hult (1998) dalam Aang Curatman, Rahmadi, dkk (2016:64) "mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran – pemikiran baru, gagasan – gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan."

Hasil Analisis Deskriptif Kinerja Usaha (Y)

Tabel 1.5
Persentase Skor Jawaban Responden Variabel Kinerja Usaha

No.	Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	%	Kriteria
1.	Penjualan	104	160	65%	Cukup
2.	Modal	109	160	68,1%	Berkembang
3.	Tenaga Kerja	177	320	55,3%	Cukup
4.	Pasar dan Pemasaran	180	320	56,2%	Cukup
5.	Laba	106	160	66,3%	Cukup
Jumlah		**676**	**1120**		
Skor Total		$\frac{676}{1120} \times 100\% = 60,4$		**Cukup**	

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel Kinerja Usaha sebesar 60,4% dan berada di antra interval 52%-68. Berdasarkan hasil skor aktual masih terdapat gap sebesar 39,6% (100%-60,4%) yang menunjukan masih terdapat masalah pada Kinerja Usaha di Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung. Menurut Mahmud (2011) dalam Windi Astuti dan Murwatiningsih (2016:124) kinerja usaha mengarah pada tingkat pencapaian prestasi pada perusahaan dalam periode tertentu. Kinerja usaha yang baik ditandai dengan pertumbuhan penjual yang baik, laba yang selalu meningkat, dan modal yang selalu bertambah.

Analisis Verikatif
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.6
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.599	.422		1.419	.167
	Kreativitas	.399	.188	.388	2.121	.043
	Inovasi Produk	.373	.165	.412	2.257	.032

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

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

$$Y = 0{,}599 + 0{,}399X_1 + 0{,}373X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas diperoleh

b0 = nilai konstanta sebesar 0,599. Artinya, jika variabel Kinerja Usaha (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua varibel bebasnya, maka besarnya rata-rata Kinerja Usaha akan bernilai 59,9%. Jadi, saat kreativitas dan inovasi produk berada di nilai tetap (tidak ada kenaikan atau penurunan) maka nilai kinerja usaha akan sebesar 59,9%

b1= Tanda koefisien variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan Kinerja Usaha. Koefisien regresi untuk variabel bebas X_1 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang berbanding lurus antara Kreativitas (X_1) dengan Kinerja Usaha (Y). Koefisien regresi variabel X_1 sebesar 0,399 mengandung arti untuk setiap kenaikan Kreativitas (X_1) sebesar 1% akan menyebabkan peningkatan Kinerja Usaha (Y) 39,9%. Jadi, ketika kreativitas mengalami kenaikan sebanyak 1% maka nilai kinerja usaha akan bertambah sebanyak 39,9% dari nilai awal sebesar 59,9%.

b2 = Koefisien regresi untuk variabel bebas X_2 bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang berbanding lurus antara Inovasi Produk (X_2) dengan Kinerja Usaha (Y). Koefisien regresi variabel X_2 sebesar 0,373 mengandung arti untuk setiap kenaikan Inovasi Produk (X_2) sebesar 1 persen akan menyebabkan peningkatan Kinerja Usaha (Y) sebesar 37,3%. Jadi, ketika inovasi produk mengalami kenaikan sebanyak 1% maka nilai kinerja usaha akan bertambah sebanyak 37,3% dari nilai awal sebesar 59,9%.

Hasil Uji Koefisien Korelasi Pearson

Tabel 1.7
Korelasi Secara Parsial Antara Kreativitas dan Kinerja Usaha

Correlations

		Kreativitas	Kinerja Usaha
Kreativitas	Pearson Correlation	1	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	32	32
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	32	32

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil dari perhitungan SPSS 25.0 *for windows* di atas dapat dilihat nilai r yang sama yaitu 0,691 dengan arah positif. nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_1 dan Y bersifat positif. Artinya Kreativitas memiliki hubungan kuat dengan Kinerja Usaha, dikatakan sedang karena nilai korelasi sebesar 0,691 berada pada interval 0,60 – 0,799 yng dapat dilihat pada tabel interpretasi. Arah positif menggambarkan bahwa ketika Kreativitas meningka tmaka Kinerja Usaha akan meningkat.

Tabel 1.8
Korelasi Secara Parsial Antara Inovasi Produk dan Kinerja Usaha

Correlations

		Inovasi Produk	Kinerja Usaha
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	32	32
Kinerja Usaha	Pearson Correlation	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	32	32

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil dari perhitungan SPSS 25.0 *for windows* di atas dapat dilihat nilai r yaitu 0,697. Nilai r tersebut berarti bahwa hubungan antara variabel X_2 dan Y bersifat positif. Artinya, Inovasi Produk memiliki hubungan yang kuat dengan Kinerja Usaha. Hubungan antara variabel X_2 (Inovasi Produk) dan Y (Kinerja Usaha) dikatakan kuat karena korelasi sebesar 0,697 berada pada interval 0,60 – 0,799 yng dapat dilihat pada tabel interpretasi. Arah positif menggambarkan bahwa ketika Inovasi Produk meningkat maka Kinerja Usaha akan meningkat.

Hasi Uji Koefisien Determinasi

Tabel 1.9
Pengaruh Parsial Dengan Rumus X Zero Order

Model		Standardized Coefficients Beta	Correlations Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)				
	Kreativitas	.388	.691	.366	.263
	Inovasi Produk	.412	.697	.387	.279

Dengan menggunakan rumus beta X zero order, dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel Kinerja Usaha adalah variabel Inovasi Produk (X_2) sebesar 28,7% dan diikuti dengan variabel Kreativitas sebesar (X_1) sebsar 26,8%. Sehingga dapat diketahui bahwa Kinerja Usaha dipengaruhi oleh Kreativitas dan Inovasi Produk sebesar 55,5%.

Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Penetapan Hipotesis

H0: β**1,** β**2 = 0** Kreativitas dan Inovasi Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha secara simultan.

Ha: β**1,** β**2** $\neq$ **0** Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha secara simultan.

Taraf signifikansi (a): 0,05

Kriteria uji: tolak H0 jika nilai F-hitung > F-tabel, terima Ha jika nilai F-hitung < F-tabel. Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut.

Tabel 1.10
Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F) Kreativitas, Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.380	2	2.190	18.110	.000[b]
	Residual	3.507	29	.121		
	Total	7.888	31			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk , Kreativitas

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sbesar 18,110. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan a=0,05, df 1=2 dan df 2=32,

diketahui nilai F tabel sebesar 7,709. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (18,110) > F tabel (7,709), sehingga H_0 ditolak, artinya F-hitung lebih besar daripada F-tabel yang artinya terdapat pengaruh signifikan dari Kreativitas (X_1) dan Inovasi Produk (X_2) terhadap Kinerja Usaha (Y). Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jihanti Dama dan Imelda W.J. Ogi (2018) bahwa inovsi dan kreativitas secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dengan memperoleh Fhitung 0,003 pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk. Manado.

Hasil Uji Hipotesis Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

Penetapan Hipotesis
Ho : $\beta_1 = 0$, Kreativitas (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y)
Hα : $\beta_1 \neq 0$, Kreativitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y)
α= 5%

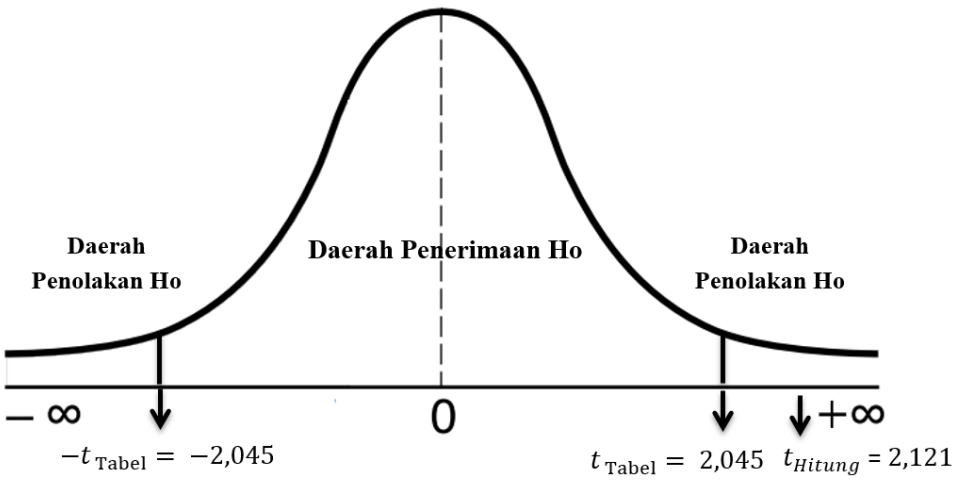
Tabel 1.11
Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T) Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.599	.422		1.419	.167
	Kreativitas	.399	.188	.388	2.121	.043
	Inovasi Produk	.373	.165	.412	2.257	.032

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil t_{hitung} tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel}. t_{tabel} diperoleh dari tingkt kepercayaan dengan taraf nyata α = 0,05, dimana df = n-k-1 = 32-2-1 = 29. Maka t (0,05:29) = 2,045. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilai variabel t_{hitung} Kreativitas yaitu sebesar 2,121 dengan nilai signifikan 0,043. Karena nilai t_{hitung} (2,121) lebih besar dari t_{tabel} (2,045) maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk menolak Ho sehingga Hα diterima. Artinya, dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha.



Gambar 1.3
Daerah penolakan dan penerimaan Ho antara Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

Pada gambar diatas dapat dilihat nilai thitung jatuh pada daerah penolakanHHo, sehingga disimpulkan bahwa Kreativitas secara parsial berpengaruh signifikan trhadap Kinerja;Usaha. Hasil uji secara parsial yang dilakukan oleh penulis ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Louis Utama dan Jeremy K. Nadi (2017) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kreativitas dengan kinerja usaha. Dengan temuan ini, kreativitas dapat membantu dalam memecahkan masalah, membuat produk baru, pelayanan yang lebih baik secara kreatif untuk dapat meningkatkan kinerja usaha.

Hasil Uji Hipotesis Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

Hipotesis

Ho : $\beta_2 = 0$, Inovasi Produk (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y)

Hα : $\beta_2 \neq 0$, Inovasi Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y)

α= 5%

Tabel 1.12
Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T) Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha

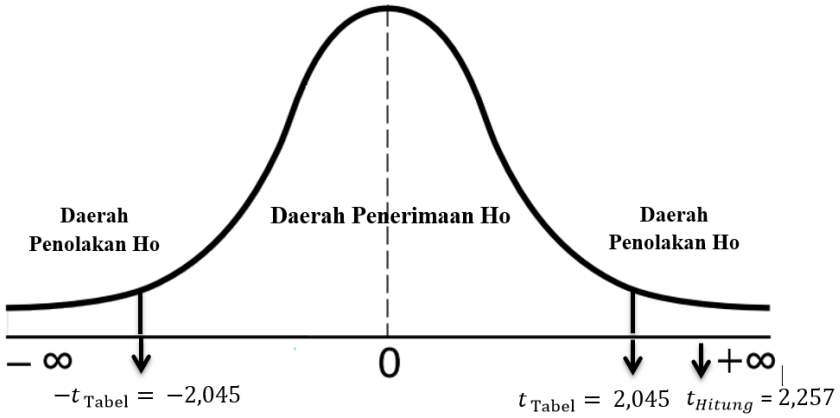
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.599	.422		1.419	.167
	Kreativitas	.399	.188	.388	2.121	.043
	Inovasi Produk	.373	.165	.412	2.257	.032

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil $-t_{Hitung}$ tersebut dibandingkan dengan nilai t_{Tabel} .t_{Tabel} diperoleh dari tingkat kepercayaan dengan taraf nyata α = 0,05, dimana df = n-k-1 = 32-2-1 = 29. Maka t (0,05:29) = 2,045. Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui nilai t_{Hitung} variabl Inovasi Produk 2,257 dengan nilai signifikan 0,032. Karena nilai t_{Hitung} (2,257) lebih besar dari t_{Tabel} (2,045) maka pada tingkat kekeliruan 5% diputuskan untuk

menolak Ho sehingga Hα diterima. Artinya, dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.



Gambar 1.4
Daerah penerimaan dan Penolakan Ho antara Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

Pada gambar diatas dapat dilihat nilai thitung jatuh pada daerah penolakan Ho, sehingga disimpulkan bahwa Inovasi Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hasil uji secara parsial yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sebahattin Yildiz, dkk (2014) yang menyatakan bahwa Inovasi Produk berpengaruh sebesar 0,678 terhdap Kinerja Usaha sebesar maka terdapat pengaruh secara signifikan dan positif..

V. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan data yang ada, mengenai Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Pada Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreativitas pada Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung yang diukur menggunakan indikator pribadi/ dorongan kreatif, kegiatan kreatif, dan hasil produk kreatif secara rata – rata mask kedlam kriteria "Cukup Baik". Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator pribadi/ dorongan kreatif, yang artinya pelaku usaha sudah dapat memberikan arahan yang baik kepada karyawan. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator kegiatan kreatif.
2. Inovasi Produk Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung yang diukur dengan indikator perluasan produk, peniruan produk, dan produk baru secara rata - rata masuk kedalam kriteria "Cukup Baik". Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator peniruan produk, yang artinya para pelaku usaha sudah dapat memberikan variasi dalam produk yang ditirunya. Sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator perluasan produk.
3. Kinerja Usaha Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung yang diukur dengan indikator penjualan, modal, tenaga kerja, pasar dan pemasaran, dan laba secara rata – rata masuk kedalam kriteria "Cukup Baik". Hal ini ditandai dengan persepsi responden dengan memberikan nilai tertinggi pada indikator modal, yang artinya para pelaku usaha sudah merasakan pertumbuhan modal dalam usahanya. Sedangkan indikator terendah terdapat pada indikator tenaga kerja.
4. Penelitian pengaruh parsial dan simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen memberikan hasil sebagai berikut:
   a. Dari hasil penelitian secara parsial untk menguji pengaruh terhadap Kinerja Usaha diperoleh hasil terdapat pengaruh yg signifikan terhadap Kinerja Usaha dengan arah hubungan positif, maka semakin baik Kreativias maka Kinerja Usaha pun akan semakin meningkat.
   b. Dari hasil penelitian secara parsial untuk menguji pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha diperoleh hasil terdapat pengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha dengan arah hubungan positif, semakin baik Inovasi Produk mka Kinerja Usaha semakin meningkat.
   c. Dari hasil penelitian secara simultan Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran bagi Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung sebagai bahan pertimbangan perusahaan maupun untuk pihak lainnya mengenai Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha, yaitu sebagai berikut :

1. Pada kreativitas di Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung sebaiknya para pelaku usaha memberikan perhatian lebih pada indikator kegiatan kreatif usahanya dengan cara mencari teknik atau cara baru dalam menjahit atau penggunaan bahan sehingga dapat meningkatkan kualitas produk.
2. Pada inovasi produk di Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung sebaiknya memberikan perhatian lebih pada indikator perlusan lini produk dengan cara berusaha mencari inspirasi baru dengan melihat berbagai macam model dan jenis pakaian anak dari internet atau majalah untuk menggali ide – ide baru untuk memperluas lini produknya d sehingga produk – produk yang sudah dipasarkan sekarang dapat memiliki manfaat atau kegunaan baru yang akan menambah nilai jual di mata konsumen.
3. Kinerja Usaha di Sentra UMKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung sebaiknya para pelaku usaha memberikan perhatian lebih pada indikator tenaga kerja dengan cara memberikan pelatihan kepada para tenaga kerja sehingga dapat meningkatkan kemampuan menjahitnya atau merekrut pekerja baru yang memiliki keahlian menjahit yang baik, sehingga produk yang dihasilkan akan memiliki kualitas yang lebih baik dan dapat tercapainya produktivitas yang maksimal

VI. Daftar Pustaka

Aang Curatman, Rahmadi, Soesanty Maulany, Mastur Mujib Ikhsani. *Analisis Faktor – faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makana dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon.* Jurnal Logika. Vol XVIII, No 3, Desember 2016 ISSN 2442-5176

Chynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas. *Pengaruh Orientasi Kewirasahaan, InovasiPProduk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado.* Jurnal EMBA. Vol2 No.3 September 2014. Hal 1214-1224 e-ISSN 2303-1174

Eddy Soeryanto Soegoto. 2012. *Analisis Motivasi Berhasil dan Daya Kreativitas dalam Upaya Menciptakan Ketahanan Usaha Home Industri Simping di Purwakarta Jawa Barat*, Jurnal Riset Bisnis & Manajemen, ISSN:2086-0455 Vol.2 No.1

Jihanti Dama, Imelda W.J. Ogi. *Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bank Mandiri (PERSERO) Tbk. Manado.* Jurnal EMBA Vol.6 No.1 Januari 2018, Hal. 41-50 ISSN 2303-1174

Louis Utama, Jeremy Kristanto Nadi. *Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Dengan Orientasi Kewirausahaan Sebagai Mediasi pada Wirausaha di ITC Cempaka Mas.* Confrence on Management and Behavorial Studies. 12 Oktober 2017 ISSN 2541-3406

Sebahattin Yildiz, Faruk Basturk, Iknut Tastan Boz, a. *The Effect of Leadership and Innovativeness on Business Performance*. 10th International Strategic Management Confrence. 2014

Sonang Sitohang. *Pengaruh Kreativitas dan Trade Exhibiiton Terhadap Inovasi Berkelanjutan dan Kinerja Pemasaran Sentra Industri Kecil Mebel Kayu di Kabupaten Madiun.* Ekuitas Vol.12 No.3 September 2008: 295-319 ISSN 1411-0393

Windi Astuti, Murwatingsih. *Pengauh Kemampuan Manajemen dan Karakteristik Usaha Terhadap Kinerja Usaha UKM Olahan Produk Salak di Kabupaten Banjarnegara.* Management Analysis Journal 5(2) (2016) ISSN 2252-6552

Yuyus Suryana, Kartib Bayu. 2018. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses.*Jakarta: Prenadamedia

Internet

http://pmct.co.id/pentingnya-inovasi-dan-kreativitas-dalam-berwirausaha/