

Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)”

Muhamad Desky Alkachvi¹ Trustorini Handayani²
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia
ni_rakidhi@yahoo.com¹ d

ABSTRACT

This study aims to determine respondents' responses regarding creativity, Product Innovation and Business Success. As well as to find out the great importance of Creativity and Product Innovation on the Success of Businesses of Sukahaji Bird Cage Business Entrepreneurs, Bandung, both partially and simultaneously.

The population in this study were 102 business owners, and the number of samples used in this study were 102 business owners. The analytical method in this study uses descriptive and verification analysis which consists of multiple regression analysis, comparative analysis, and coefficient of determination, and hypothesis testing by performing t test for partial and f test for simultaneous.

The results of the study are based on descriptive analysis for variables Creativity is in the good category, the Product Innovation variable is in the good category, and the Business Success variable is in the excellent category. The results of the trial show that Creativity and Product Innovation are important to Business Success. Hypothesis test results that prove the existence of differences in Creativity and Product Innovation on Business Success, both partially and simultaneously

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kecil dan menengah sangat banyak di Indonesia, Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki pengusaha mikro yang cukup banyak (Ernani, Hadiyati : 2010). Kota Bandung sendiri menjadi salah satu pusat industri yang cukup besar, contohnya saja industri rajut, sepatu, tahu, tempe, sangkar burung, dan sebagainya (Martini, Tini : 2016). Banyaknya industri di Kota Bandung dapat mengembangkan bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Semakin banyaknya UMKM di suatu daerah dapat membantu menjangkitkan meningkatnya perekonomian menjadi lebih signifikan dan dapat membuka banyak lapangan kerja (Triadi, Alvin: 2016). Namun hanya sedikit dari UMKM yang memiliki kekuatan untuk mencapai keberhasilan. Para pengusaha mikro, kecil dan menengah di tuntut untuk memiliki kreatifitas dan inovasi produk sehingga menambah kemungkinan besar dalam keberhasilan usaha yang dijalankannya (Hua, Tiang Xiao:2015).

Seorang *entrepreneur* dituntut untuk memiliki “*knowhow*” bagaimana menemukan sesuatu yang baru (kreativitas), dapat mengembangkan hal-hal yang sudah ada di pasaran (inovasi), merangkai dan mengendalikan usaha agar lebih berkembang (Hisrich, 2011). Mencapai keberhasilan sebuah usaha tentu bukan hanya modal melainkan kompetensi pribadi untuk mengelola usaha menjadi berhasil dan konsisten. Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas dan inovasi yang tinggi. Kreativitas dan inovasi produk yang dijual sebagai solusi untuk dapat membantu meningkatkan keberhasilan usaha terutama dalam industri kreatif.

Kreativitas merupakan kemampuan dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu Zimmerman dalam Suryana (2010:211). Kreativitas dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada di pasar, sedangkan inovasi merupakan

kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan dapat menemukan peluang untuk mengembangkan produk yang sudah ada (Ernani, 2011:10) dan (Raeny Dwi Santy: 2013)

Hobi yang dimiliki masyarakat menjadi peluang bagi para pengusaha. Kreativitas tidak bisa lepas dari yang namanya inovasi produk, kreativitas dan inovasi produk merupakan satu kesatuan yang tidak bisa terlepas untuk mempertahankan serta meningkatkan keberhasilan usaha (Agrosamdhya, R:2018). Para pengusaha harus berusaha mempertahankan bisnisnya dengan berpikir kreatif (menciptakan) dan inovatif (Aang : 2016). Hobi masyarakat bisa menjadi peluang yang menguntungkan bagi para pembisnis yang jeli melihat keadaan sekitar. Salah satu hobi masyarakat yang sedang trend di Kota Bandung saat ini ialah memelihara burung, mengikuti kontes burung, memiliki sangkar burung yang indah dan hal-hal yang berkaitan dengan burung (www.jawapos.com/jpg-today/14/08/2018/permen-lhk-p20-turunkan-penjualan-burung-di-solo). Hobi ini digandrungi masyarakat banyak mulai dari menengah bawah sampai menengah atas, yang dapat menjadi peluang untuk pengusaha sangkar burung khususnya.

Sangkar burung merupakan kerajinan yang sangat memiliki prospek yang sangat menjanjikan bagi pengusaha, dengan penambahan unsur-unsur estetika (ukiran, warna, desain, bentuk, tambahan aksesoris, dan sebagainya) dapat menjadi nilai tambah yang membuat masyarakat menjadi lebih tertarik untuk mendukung hobi yang dimiliki. peralatan menjadi salah satu penghambat keberhasilan usaha pengusaha sangkar burung, karena pengerjaannya lama masih diukir menggunakan tangan secara manual belum ada alat yang bisa digunakan untuk mengukir sangkar burung.

Salah satu daerah yang menjadi pusat penjualan sangkar burung terbesar di Jawa Barat adalah Sentra burung Sukahaji yang terletak di Jl. Peta, Suka Asih, Bojongloa Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat. Sentra burung Sukahaji menjadi produsen utama di Kota Bandung untuk sangkar burung, pakan burung, berbagai macam burung, aksesoris yang berhubungan dengan sangkar burung, dan sebagainya. Bahkan pemasaran Sentra burung Sukahaji sudah merambat ke luar pulau Jawa.

Untuk terus mengembangkan usaha yang dijalankan, perlu dikembangkannya kreativitas dan inovasi pengusaha agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan. Karena kreatif merupakan salah satu faktor kunci untuk bertahan dalam suasana bisnis yang kompetitif (Raeny Dwi Santy dan Arjuna Rizaldi : 2016). Strategi ini bisa dijadikan peluang yang baik bagi para pelaku bisnis sangkar burung di pasar sukahaji untuk menghadapi persaingan dengan perkembangan zaman yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Maka dari itu Sentra Sangkar Burung Sukahaji seharusnya bisa melakukan upaya yang baik untuk tetap bisa bersaing dengan pengusaha sangkar lainnya yang ada di daerah lain untuk meningkatkan keunggulan dengan melakukan kreativitas dan inovasi produk pada produk yang dibuat.

Menurut data yang diperoleh bahwa terjadi penurunan pendapatan yang cukup signifikan setiap bulannya dari bulan Juni-Agustus 2018, selain penurunan pendapatan jumlah pegawai dan pengusaha di sentra sangkar burung Sukahaji Bandung cenderung *fluktuatif* setiap tahunnya. Dari 400 kios yang ada di data hanya sekitar 135 kios yang masih aktif. Hal ini menandakan terjadinya penurunan keberhasilan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis, ada beberapa faktor yang melatarbelakangi hal tersebut, yaitu karena kreativitas dan inovasi produk yang kurang bisa dikembangkan pada produk-produk yang dipasarkan.

1.2 Identifikasi dan rumusan Masalah

1.2.1 identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan sebelumnya, maka identifikasi masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengusaha Sangkar Sentra Burung Sukahaji kurang kreatif, dimana pengusaha tidak memberikan ide kreatif yang segar setiap saatnya. Para pengusaha juga dirasakan tidak memiliki wawasan yang luas untuk mengembangkan produk baru sehingga sulit untuk mencapai keberhasilan usaha hal ini dibuktikan dari hasil survey awal bahwa para pengusaha tidak memiliki wawasan yang luas.

2. Para pengusaha kurang dapat berinovasi ditandai dengan tidak tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku dan proses pembuatannya yang masih manual sehingga sulit untuk membuat inovasi produk, hal ini dibuktikan dengan hasil survey awal bahwa responden menyatakan kurang dapat berinovasi ditandai dengan kurang tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan bahan baku sangkar.
3. Keberhasilan usaha menunjukkan penurunan terbukti pada hasil survey penurunan keuntungan terjadi setiap tahunnya serta terjadinya penurunan produksi sudah semakin sulit untuk di prediksi, sehingga menyulitkan produsen untuk menyesuaikan volume produksi.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kreativitas yang dimiliki para pengusaha Sangkar Sentra Burung Sukahaji
2. Bagaimana inovasi produk yang di lakukan para pengusaha Burung Sentra Sukahaji
3. Bagaimana keberhasilan usaha pengusaha yang dimiliki Sangkar Sentra Burung Sukahaji
4. Seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha di Sentra Burung Sukahaji

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Untuk mengetahui kreativitas yang dimiliki para pengusaha Sangkar Sentra Burung Sukahaji
2. Untuk mengetahui inovasi produk yang di lakukan para pengusaha Burung Sentra Sukahaji
3. Untuk mengetahui keberhasilan usaha yang dimiliki pengusaha Sangkar Sentra Burung Sukahaji
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha di Sentra Burung Sukahaji

2. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Definisi Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang untuk memikirkan sesuatu yang baru serta berbeda dan bisa bersumber dari konsumen (Suryana, 2008) dan (Trustorini Handayani : 2015).

Kreativitas akan terbangun jika seorang entrepreneur memiliki sikap dan sifat menurut Suryana (2006) sebagai berikut:

1. Ingin tau
2. Optimis
3. Flexibel
4. Mencari Solusi
5. Suka Berimajinasi

2.1.2 Inovasi Produk

Pengertian inovasi produk menurut Abdullah (2016) merupakan perbaikan produk-produk yang sudah ada menjadi lebih baik dengan pemikiran yang berbeda dari yang lain. Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau pengembangan produk baik perubahan desain, komponen dan arsitektur produk itu sendiri.

Definisi di atas sesuai dengan indikator yang dapat mengukur penelitian mengenai inovasi produk berdasarkan Thomas W. Zimmerer dan N.M. Scarborough (2008:57) yaitu sebagai berikut:

1. Perubahan desain
2. Inovasi teknis
3. Pengembangan produk

2.1.3 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha tidak mungkin diraih dengan begitu saja, tetapi harus melalui beberapa tahapan untuk mencapai tujuan. Menurut Suryana (2008:38) 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.

Indikator keberhasilan usaha menurut Suryana (2003:85) meliputi:

- a. Modal
- b. (Pendapatan
- c. Volume penjualan
- d. Tenaga Kerja

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Variabel Kreativitas dan Keberhasilan Usaha

Menurut Buchari Alma (2009:72) Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis.

2.2.2 Pengaruh Variabel Inovasi Produk dan Keberhasilan Usaha

Menurut Bamburger dan Meshoulam (2000) inovasi produk adalah salah satu unsur penting pendukung keberhasilan usaha, karena maju mundurnya suatu usaha terletak ditangan manajer, jika manajer mampu mengambil keputusan dan kebijakan yang benar dalam menjalankan usahanya maka usaha itu mempunyai peluang yang besar untuk maju dan berkembang, tapi jika manajer mengambil keputusan dan kebijakan yang salah maka kemungkinan besar pula usaha itu akan mengalami kemunduran atau bahkan akan mengalami kebangkrutan. Untuk meningkatkan keberhasilan usaha salah satu upaya yang harus dilakukan yaitu meningkatkan sumber daya internal. Dan diantaranya sumber daya internal yang paling penting adalah inovasi produk.

2.2.3 Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha

Pada penelitian terdahulu, menurut Tiang Xiao Hua (2015:14) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha untuk pertumbuhan bisnis yang lebih baik. Menurut Baldacchino (2009:78) menyatakan bahwa kreativitas dan inovasi yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju keberhasilan usaha yang sukses.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah di uraikan diatas, penulis menetapkan hipotesis sebagai berikut:

- Hipotesis Utama:
Terdapat pengaruh kreatifitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha sentra sangkar burung Sukahaji.
- Sub Hipotesis:
 H_1 : Kreatifitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha Sentra burung Sukahaji

H_2 : Inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha Sentra burung Sukahaji

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitiannya yaitu para pengusaha sentra sangkar burung Sukahaji Bandung, dengan variabel yang akan diteliti adalah:

Variabel independen (variabel bebas), dalam penelitian ini adalah Kreativitas (X1) dan Inovasi Produk (X2).

Variabel dependen (variabel terikat) dalam penelitian ini adalah Keberhasilan Usaha (Y).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiono (2015:7). “Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.” Sengkan metode verifikatif menurut Sugiono (2015:8) “Metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.”

3.2.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:13) proses di dalam penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

- 1) Sumber masalah
- 2) Rumusan masalah
- 3) Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
- 4) Pengajuan hipotesis
- 5) Metode penelitian
- 6) Menyusun instrument penelitian
- 7) Kesimpulan.

3.2.2 Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel menurut Nur Indriantoro dan Bambang Supomo (2002:69) adalah “penentuan construct sehingga menjaid variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu dapat

digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan construct, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara yang lebih baik.”

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok yaitu data primer dan data sekunder.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha yang terdata pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung yang berjumlah 102 orang.

Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas), sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu seluruh pelaku usaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung yang berjumlah 102 orang.

3.2.4 teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

A. Studi Kepustakaan

B. Studi Lapangan

1. Observasi
2. Wawancara
3. Kuesioner

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat perbandingan rata – rata data sampel atau populasi tanpa perlu uji signifikasinya (Sugiyono, 2007:143).

3.2.5.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Metode kuantitatif dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan menganalisis pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap satu variabel

dependen (Y) secara bersama – sama dan diuji dengan menggunakan :

- a. Uji Asumsi Klasik
 1. Uji Normalitas
 2. Uji Multikolinearitas
 3. Uji Heteroskedastisitas
 4. Uji Autokorelasi
- b. Analisis Korelasi
- c. Analisis Koefisien Determinasi

3.2.5.3 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis ini menggunakan Uji-T dan Uji-F. Uji-T dilakukan untuk menguji pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan Uji-F dilakukan untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1. Analisis Deskriptif Kreativitas

Untuk mengetahui bagaimana variabel kreativitas, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengungkapkan tanggapan responden mengenai variabel tersebut, melalui jawaban kuesioner variabel kreativitas diukur menggunakan 5 (lima) indikator yaitu ingin tahu, optimis, Flexibel, Mencari Solusi, Suka Berimajinasi. Melalui 5 (lima) indikator ini, kemudian dibuat pernyataan sebanyak 5 (lima) pernyataan.

Kemudian diketahui pada variabel kreativitas (X1) dengan jumlah item pernyataan sebanyak 5 butir pernyataan dan jumlah responden sebanyak 102. Dari 5 pernyataan diperoleh total skor aktual sebesar 2137 atau dengan presentase sebesar 83,8% dan terkategori baik karena nilai tersebut berada pada interval antara “68,01% – 84,00%”. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kreativitas pada pengusaha Sentra sangkar Burung Sukahaji Bandung dinilai baik.

Selain itu, nilai presentasi tertinggi pada variabel kreativitas adalah indikator flexibel, yaitu sebesar 20,4%. sedangkan nilai presentase terendah adalah indikator ingin tahu yaitu sebesar 19,7%. hal ini berdasarkan fakta dilapangan bahwa pengusaha memikirkan untuk mengembangkan usahanya namun tidak adanya keberanian untuk mengalahkan para

pesaing, meraka hanya mengikuti produk-produk yang dijual oleh pesaing. Cara berfikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar dapat membuat lebih unggul dari.

4.1.2. Analisis Deskriptif Inovasi Produk

Untuk mengetahui bagaimana variabel inovasi produk, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengungkapkan tanggapan responden mengenai variabel tersebut, melalui jawaban kuesioner variabel inovasi produk diukur menggunakan 3 (tiga) indikator yaitu perubahan desain, inovasi teknis, dan pengembangan produk. Melalui 3 (tiga) indikator ini, kemudian dibuat pernyataan sebanyak 3 (tiga) pernyataan.

Kemudian diketahui pada variabel inovasi produk (X2) dengan jumlah item pernyataan sebanyak 3 butir pernyataan dan jumlah responden sebanyak 102 responden. Dari 3 pernyataan diperoleh total skor aktual sebesar 1297 atau dengan presentase sebesar 84,7%, dan terkategori sangat baik. Karena nilai tersebut berada pada interval antara “84,01% – 100%”. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi produk pengusaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung dinilai sangat baik.

Selain itu, nilai presentasi tertinggi pada variabel inovasi produk adalah indikator pengembangan produk, yaitu sebesar .33,6% sedangkan nilai presentase terendah adalah indikator perubahan desain yaitu sebesar 32,9%. hal ini berdasarkan fakta dilapangan bahwa pengusaha memiliki gambaran atau keinginan untuk usahanya maju, namun kurang memiliki keberanian dalam merubah desain-desain produk dikarenakan takut produk yang dijual tidak laku dipasaran jadi para pengusaha hanya mengikuti para pesaing saja saat berjualan.

4.1.3 Analisis Deskriptif Keberhasilan Usaha

Untuk mengetahui bagaimana variabel keberhasilan usaha, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengungkapkan tanggapan responden mengenai variabel tersebut, melalui jawaban kuesioner variabel kreativitas diukur

menggunakan 4 (empat) indikator yaitu modal, pendapatan, volume penjualan, dan tenaga kerja. Melalui 4 (empat) indikator ini, kemudian dibuat pernyataan sebanyak 4 (empat) pernyataan.

Kemudian diketahui pada variabel keberhasilan usaha (Y) dengan jumlah item pernyataan sebanyak 4 butir pernyataan dan jumlah responden sebanyak 102. Dari 4 pernyataan diperoleh total skor aktual sebesar 1783 atau dengan presentase sebesar 87,4% dan terkategori baik karena nilai tersebut berada pada interval antara “84,01% – 100%”. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa keberhasilan usaha pada pengusaha Sentra sangkar Burung Sukahaji Bandung dinilai sangat baik.

Selain itu, nilai presentasi tertinggi pada variabel keberhasilan usaha adalah indikator tenaga kerja, yaitu sebesar 25,2%. sedangkan nilai presentase terendah adalah indikator pendapatan yaitu sebesar 24,7%. hal ini berdasarkan fakta dilapangan bahwa banyak pengusaha yang telah merintis usahanya sejak lama menyebabkan penambahan tenaga kerja karena meningkatnya jumlah permintaan barang.

4.2 Analisis Verifikatif

4.2.1 Persamaan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan Tabel 2 yang terlampir pada halaman 12, diperoleh nilai a sebesar 4,219, β_1 sebesar 0,391 dan β_2 sebesar 0,398. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

Persamaan di atas dapat di artikan sebagai berikut:

$$Y = 4,219 + 0,391 X_1 + 0,398 X_2$$

$a = 4,219$ artinya jika variabel kreativitas (X1) dan inovasi produk (X2) bernilai nol (0), maka variabel keberhasilan usaha (Y) akan bernilai 4,219 satuan.

$\beta_1 = 0,391$ artinya jika variabel kreativitas (X1) meningkat sebesar satu satuan dan inovasi produk (X2) konstan, maka variabel keberhasilan usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,391 satuan.

$\beta_2 = 0,398$ artinya jika variabel inovasi produk (X2) meningkat sebesar satu satuan dan kreativitas (X1) konstan, maka variabel keberhasilan usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,398 satuan.

4.2.2 Analisis Korelasi Simultan

Berdasarkan Tabel 3 yang terlampir pada halaman 13, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara kreativitas dan inovasi produk dengan keberhasilan usaha adalah sebesar 0,725 dan terkategori kuat. Hal tersebut dikarenakan 0,725 berada diantara 0,60 – 0,799. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara variabel kreativitas (X1) dan inovasi produk (X2) dengan variabel keberhasilan usaha (Y).

4.2.3 Analisis korelasi Parsial

Berdasarkan Tabel 4 yang terlampir pada halaman 13, diketahui bahwa nilai korelasi antara kreativitas dengan keberhasilan usaha 0.352, dan terkategori rendah. Hal ini dikarenakan 0.352 berada diantara 0,20 – 0,399. Dan nilai korelasi antara inovasi produk dengan keberhasilan usaha adalah sebesar 0.173, dan terkategori sangat rendah. Hal ini di karenakan 0.173 berada diantara 0,00 – 0,199.

Adapun korelasi tersebut bersifat signifikan karena nilai signifikansinya sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara variabel kreativitas (X1) dengan keberhasilan usaha (Y) dan variabel inovasi produk (X2) dengan keberhasilan usaha (Y).

4.2.4 Koefisien Determinasi

Berdasarkan nilai korelasi, yaitu sebesar 0,725. Maka koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,725)^2 \times 100\% \\ &= 52,5\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 52,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yang terdiri dari

kreativitas dan inovasi produk memberikan kontribusi terhadap keberhasilan usaha sebesar 52,5%, sisanya sebesar 47,5% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini yaitu seperti lokasi usaha, lama jam kerja, kompetensi wirausaha dan rencana bisnis.

Sedangkan untuk melihat besarnya pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan perhitungan berdasarkan Tabel 4 yang terlampir pada halaman 13, perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh X1 terhadap Y} &= 0.515 \times 0.683 = \\ &= 0.352 \text{ atau } 35,2\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh X2 terhadap Y} &= 0.295 \times 0.588 = \\ &= 0.173 \text{ atau } 17,3\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa kreativitas (X1) memberikan kontribusi paling dominan terhadap keberhasilan usaha (Y) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 35,2% sedangkan 17,3% diberikan oleh inovasi produk.

4.2.5 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 6 yang terlampir pada halaman 13, diketahui bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh variabel kreativitas (X1) sebesar 6.118. nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel distribusi t. Dengan $\alpha = 0,05$, $df = n - k - 1 = 102 - 2 - 1 = 99$, diperoleh nilai t_{tabel} untuk pengujian dua pihak sebesar 1,66.

Dari nilai diatas $t_{hitung} (6,118) > t_{tabel} (1,66)$, maka H_0 ditolak dan H_1 di terima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kreativitas (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) pada Sentra sangkar Burung Sukahaji Bandung. Artinya semakin pengusaha berusaha mengembangkan dan menciptakan produk-produk baru maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat, begitupula sebaliknya.

4.2.6 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 7 yang terlampir pada halaman 14, terlihat bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 54.760. nilai ini akan dibandingkan dengan f_{tabel} pada tabel distribusi F. Dengan $\alpha = 0,05$, $db = 2$ dan $db = 99$, diperoleh f_{tabel} sebesar 3,09.

Dari nilai di atas, terlihat bahwa nilai $F_{hitung} (54.760) > f_{tabel} (3,09)$, sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_a di terima. Secara simultan kedua variabel bebas yang terdiri dari kreativita (X1) dan inovasi produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung. Artinya apabila pengusaha memiliki kemampuan membuat konsep dalam menjalankan usaha dan berani membuat produk-produk yang berbeda dari yang lain maka akan meningkatkan keberhasilan usaha, begitupun sebaliknya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Tanggapan responden selaku pengusaha di Sentra Sangkar Burung Sukahaji mengenai variabel kreativitas tergolong pada kategori “**Baik**”. Dari lina indikator, skor tertinggi berada pada indikator “**Flexibel**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**Ingin Tahu**”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan untuk pembenahan secepatnya yaitu dalam ingin tahu tentang apa sayang sedang di minati oleh masyarakat. Pihak Sentra Sangkar burung Sukahaji dirasa masih kurang menanamkan nilai tersebut sehingga kreativitas para pemilik sebagai pengusaha dinilai masih kurang dalam menciptakan produk-produk. Dengan kata lain kemampuan pihak Sentra Sangkar burung Sukahaji dalam kreativitas atau menciptakan produk-produk baru masih rendah dikarenakan belum memiliki nilai lebih pada pemikiran yang dimilikinya saat ini.
2. Tanggapan responden selaku pengusaha di Sentra Sangkar burung Sukahaji mengenai variabel inovasi produk tergolong pada kategori “**Baik**”. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal melakukan inovasi produk untuk kelangsungan hidup unit usahanya dinilai sudah lumayan baik. Dari tiga indikator, skor tertinggi berada pada indikator “**Pengembangan Produk**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**Perubahan Desain**”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal perubahan desain baru agar memiliki nilai lebih dibanding unit usaha lainnya yang sejenis, pihak Sentra Sangkar burung Sukahaji dirasa masih kurang dalam hal tersebut sehingga inovasi produk yang dilakukannya saat ini belum mampu menarik minat beli konsmen.
3. Tanggapan responden selaku pengusaha di Sentra Sangkar burung Sukahaji mengenai variabel keberhasilan usaha tergolong pada kategori “**Sangat Baik**”. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal Keberhasilan Usaha dinilai sudah baik. Dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator “**Tenaga Kerja**” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**Pendapatan**” tetapi semuanya bernilai kurang baik. Hal ini menunjukkan masih harus banyak perbaikan pada usahanya naik pada kreativitas maupun inovasi produknya agar bisa meningkatkan keberhasilan usaha agar menjadi lebih baik lagi, pihak Sentra Sangkar burung Sukahaji dirasa baik dalam hal tersebut sehingga keberhasilan usaha., namun harus lebih di tingkatkan lagi dari segi pendapatannya
4. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa :
 - a. Variabel kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji, Bandung. Dimana semakin tinggi tingkat kreativitas, maka tingkat pengaruh kepada keberhasilan usaha akan tinggi.
 - b. Variabel inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji, Bandung. Dimana semakin tinggi tingkat inovasi produk, maka tingkat pengaruh kepada keberhasilan usaha akan tinggi.
 - c. Variabel kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha pada Sentra Sangkar

Burung Sukahaji, Bandung. Dimana semakin tinggi kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama, maka akan berpengaruh tinggi pada tingkat keberhasilan usaha.

5.2 Saran

1. Kreativitas pada Sangkar Burung Sukahaji Bandung sudah baik, namun bila dilihat dari indikator rasa ingin tahu yang masih rendah bila dibandingkan dengan indikator lain, seharusnya para pengusaha sangkar burung Sukahaji memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, karena rasa ingin tahu yang tinggi dapat mempengaruhi variasi produk dan sistem lainnya.
2. Inovasi Produk pada sangkar burung Sukahaji Bandung sudah sangat baik, tetapi ada yang perlu diperhatikan yaitu indikator perubahan desain yang rendah dapat menyebabkan pembeli agak jenuh dengan produk-produk yang dijual, seharusnya para pengusaha Sangkar Burung Sukahaji Bandung lebih memperhatikan desain-desain yang baru untuk meningkatkan minat beli.
3. Keberhasilan Usaha di pada Sangkar Burung Sukahaji Bandung secara keseluruhan sudah sangat baik, tetapi dalam indikator pendapatan masih kurang stabil. Harusnya lebih memperhatikan keseimbangan antara volume penjualan dan pendapatan, agar pendapatan bisa leboh baik. Karena besar kecilnya pendapatn menjadi penentu apakah usaha yang dijalankan telah berhasil atau tidak.
4. Pengaruh ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang baik atau signifikan, pada saat ini para pemilik usaha di Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung seharusnya telah membuat hal – hal baru yang dapat menarik konsumen lebih banyak lagi untuk membeli produk. Semakin banyaknya produk yang dibeli oleh konsumen maka akan menambah keuntungan dari perusahaan atau usaha tersebut dapat dikatakan mengalami keberhasilan.

DAFTAR PUSTAKA

Aang Curatman dkk. 2016. Analisis Faktor-

faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Jurnal Logika, Vol. XVIII, No 3, 2016. p-ISSN: 1978-2560

Abdulah, Fandi. (2015). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Tauko Medan. Universitas Sumatera Utara Medan

Agrosamdhyo, R. Mansur, Ely. Kurniawati. (2018). Bisnis Mahasiswa Wirausahawan Berhasil Sebagai Centre Of Excellence Pendidikan Kewirausahaan Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Denpasar – Bali. Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis. Vol.4 / No.1: 43-54. ISSN : 2599-3348

Alma, B. (2009b). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Bandung: Alfabeta.

Baldacchino, 2008. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal manajemen dan kewirausahawan, 13. DOI: 10.9744/jmk.13.1.8-16

Bamberger, P. & Meshoulam, I. (2000), *Human resource strategy. Formulation, implementation and impact*, Thousand Oaks (CA), Sage

Ernani Hadiyati. 2011. *Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan , Vol. 13 No. 1. pp. 8-16. ISSN 14570243

Hisrich, Robert D & Petters, Michael P. (2011). *Entrepreneurship*. McGraw Hills: New York

Hua, Tang Xiao., Kabia, Allieu Badar and Arkady, Dorzhiev. (2015). Creativity & Innovation a Road Map to Business Success and Growth in Sierra Leone: from Intuition of Process Management. Global Journal of Manangement and Business Research: B Economics and Commerce Vol 15 Issue 4 ISSN : 0975-5853

Martini, Tini. Thamrin, Janadi rammelsbergi. Kompetensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bandung dalam Menghadapi Persaingan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). (2016). Jurnal Pendidikan. ISSN: 1412-565 X

Raeni Dwi Santy. 2013. The Effects of Creativity and Innovation to Business Performance (Survey on the SMEs Trusmi Batik Center Cirebon) JBPTUNIKOMPP

Raeni Dwi Santy. Arjuna Rizaldi 2016. Creative Industry to Increase the Competitive Strength of Small and Medium Enterprises (SMEs) (Case Study at Kampoeng Rajoet Binong Jati). International College Suan Sunandha Rajabhat University & National Academy of Management of Kyiv Ukraine

Suryana, dkk. 2008. Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough. (2008). Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Salemba empat.

Triadi, Alvin. (2016). Entrepreneurial Motivation Pengusaha Pada Usaha Kecil di Kawasan Sidoarjo dan Mojekerto. Univeristas Kristen Perta. Agora. Vol.4 No.1

www.jawapos.com/jpg-today/14/08/2018/permen-lhk-p20-turunkan-penjualan-burung-di-solo

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel dan konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Kreativitas (X1) Kreatifitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda (Suryana, 2008)	1. Ingin tahu	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keingin-tahuan membantu menumbuhkan ide-ide yang baru 	Ordinal	1
	2. Optimis	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat keoptimisan dalam menciptakan produk baru 	Ordinal	2
	3. Flexibel	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat sikap flexibel yang dapat membantu mengembangkan produk baru 	Ordinal	3
	4. Mencari solusi	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat mencari solusi untuk menghadapi masalah yang sedang di hadapi perusahaan 	Ordinal	4
	5. Suka berimajinasi	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat suka berimajinasi untuk menciptakan sebuah produk yang berbeda 	Ordinal	5
Inovasi Produk (X2) Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Thomas W. Zimmerer dan N.M. Scarborough (2008:57)	1. Perubahan Desain	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat merubah-ubah desain produk yang sudah ada menjadi berbeda 	Ordinal	6
	2. Inovasi Teknis	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat memperhatikan proses perusahaan dalam menghasilkan 	Ordinal	7

		n produk yang bertujuan untuk memuaskan tuntutan pelanggan		
	3. Pengembangan Produk	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat mengembangkan produk untuk menarik minat beli pelanggan 	Ordinal	8
Keberhasilan Usaha (Y) keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya Suryana (2003) dalam Alex Wibowo (2015:110)	1. Modal	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemampuan pemilik dalam mengelola modal 	Ordinal	8
	2. Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kemampuan dalam mencapai target pendapatan 	Ordinal	10
	3. Volume Penjualan	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian volume penjualan dengan target yang diinginkan 	Ordinal	11
	4. Tenaga Kerja	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat penambahan tenaga kerja 	Ordinal	12

Tabel 2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.219	1.302		3.240	.002
	Kreativitas (X1)	.391	.064	.515	6.118	.000
	Inovasi Produk (X2)	.398	.114	.295	3.502	.001
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						

Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.525	.516	1.214
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X2), Kreativitas (X1)				

Tabel 4. Hubungan antara Kreativitas (X1) dengan keberhasilan Usaha (Y) dan Inovasi Produk (X2) dengan keberhasilan Usaha (Y)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	4.219	1.302		3.240	.002			
	Kreativitas (X1)	.391	.064	.515	6.118	.000	.683	.524	.424
	Inovasi Produk (X2)	.398	.114	.295	3.502	.001	.588	.332	.243
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)									

Tabel 5. Besarnya Korelasi Parsial dan Pengaruh Secara Parsial

Model	Standardized Coefficients	Correlations	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial
	Beta	Zero-order		
Kreativitas (X1)	0.515	0.683	0.352	35.2%
Inovasi Produk (X2)	0.295	0.588	0.173	17.3%
Pengaruh Total			0.525	52.5%

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	4.219	1.302		3.240	.002			
	Kreativitas (X1)	.391	.064	.515	6.118	.000	.683	.524	.424
	Inovasi Produk (X2)	.398	.114	.295	3.502	.001	.588	.332	.243
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)									

Tabel 7. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	161.486	2	80.743	54.760	.000 ^b
	Residual	145.975	99	1.474		
	Total	307.461	101			
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)						
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk (X2), Kreativitas (X1)						