

PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEMAJUAN USAHA PADA ROEMAH BROWNIES GEMIRASARY BANDUNG

Iman Sulaeman

*Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I Jakarta
Email : sulaemanti@mail.com*

ABSTRACT

This research aims to determine the respondents' responses regarding Creativity, Product Innovation and Business Success, as well as to determine the magnitude of the influence and Product innovation on the Business Success of Roemah Brownies Gemirasary Bandung in the culinary business, either partially or simultaneously. The population in this study were 102 agent/reseller products from Roemah Brownies Gemirasary, and the number of samples used in this study was the same as the population used.

This research method uses descriptive and verification analysis which consists of multiple regression analysis, comparative analysis, and coefficient of determination, as well as hypothesis testing by performing partial t-test and f-test simultaneously.

The analysis for the Creativity variable is in the good category, the Product Innovation variable is in the good category, and the Business Success variable is in the very good category. The trial results show that Product Creativity and Innovation are important for Business Success and progress. The results of the hypothesis test prove that there is a difference in the magnitude of the effect on Creativity and Product Innovation of Business Success, either partially or simultaneously.

Keywords: Creativity, Product Innovation, Business Progress

PENDAHULUAN

Jawa Barat merupakan propinsi yang memiliki pengusaha mikro yang sangat banyak (Ernani, Hadiyati : 2010). Kota Bandung sebagai ibukota propinsi Jawa Barat menjadi salah satu pusat usaha kecil dan menengah yang cukup besar, contohnya saja industri rajut, sepatu, tahu, tempe, kuliner, dan sebagainya (Martini, Tini : 2016).

Banyaknya industri di Kota Bandung telah mengembangkan bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Semakin banyaknya UMKM di suatu daerah dapat membantu menjangkitkan meningkatkan 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 kreativitas dan inovasi produk sehingga menambah kemungkinan besar

dalam keberhasilan usaha yang dijalankannya (Hua, Tiang Xiao :2015).

Seorang wirausahawan dituntut untuk memiliki cara bagaimana menemukan sesuatu yang baru (kreativitas), selain itu juga dapat mengembangkan hal-hal sudah ada di pasaran (inovasi), merangkai dan mengendalikan usaha agar lebih berkembang (Hisrich, 2011).

Mencapai keberhasilan sebuah usaha tentu bukan hanya bergantung pada faktor modal, melainkan memerlukan kompetensi pribadi untuk mengelola usaha menjadi berhasil secara konsisten.

Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas dan inovasi yang tinggi. Kreativitas dan inovasi produk yang dijual merupakan solusi untuk meningkatkan keberhasilan usaha terutama dalam industri kreatif.

Kreativitas merupakan kemampuan dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu. Zimmerer 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)

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 (Agrosamdyo, R:2018). Para pengusaha harus berusaha mempertahankan bisnisnya dengan berpikir kreatif (menciptakan) dan inovatif (Aang : 2016).

Gaya hidup masyarakat bisa menjadi peluang yang menguntungkan bagi para pebisnis yang jeli melihat keadaan sekitar. Salah satu gaya hidup masyarakat yang sedang trend di Kota-kota besar termasuk Bandung saat ini ialah berburu kuliner atau lebih trend dengan istilah wisata kuliner. Gaya hidup ini di gandrungi masyarakat banyak mulai dari menengah bawah sampai menengah atas, yang dapat menjadi peluang untuk pengusaha kuliner khususnya.

Brownies adalah sejenis kuliner yang saat ini memiliki prospek yang sangat menjanjikan bagi pengusaha, dengan penambahan unsur-unsur estetika (rasa, desain, bentuk) dapat menjadi nilai tambah yang membuat masyarakat menjadi lebih tertarik untuk mendukung gaya hidup yang dimiliki. Sebutlah, Amanda, Mayasari, Kartikasari nama-nama produk yang bergelut dalam bisnis kuliner dalam bentuk kue brownies.

Tahun 2015 berdiri pemain baru dalam bisnis brownies ini, yaitu Roemah Brownies

Gemirasary yang didirikan oleh Eddy Cahyadi yang sebelumnya berprofesi sebagai penembang Nasyid dan Eksekutif di bidang bisnis Asuransi. Rumah Brownie datang pada awalnya hanya menjual brownies jenis jadul yaitu brownies panggang, kemudian di tahun ke 2 sejak berdiri, melakukan diversifikasi produk dengan memunculkan produk baru yang masih berbasis kue brownies yaitu : Browker (Brownies kering), Ping-Ping !!! (brownies kering dalam bentuk lembaran-lembaran tipis), Browsa (Brownies kering yang dibuat seperti kue sagon) dan terbaru diluncurkan Nonosh (brownies dalam bentuk serbuk yang dipakai sebagai toping kuliner lain seperti ice cream, pudding dll atau dikonsumsi langsung dan sudah menjadi kesukaan anak-anak)

Untuk terus mengembangkan usaha yang dijalankan, perlu dikembangkannya kreativitas dan inovasi produk 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 untuk menghadapi persaingan dengan perkembangan zaman yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Maka dari itu Roemah Brownies Gemirasary melakukan upaya untuk tetap bisa bersaing dengan pengusaha brownies lainnya untuk meningkatkan keunggulan dengan melakukan kreativitas dan inovasi produk pada produk yang telah dibuat.

Menurut data yang diperoleh bahwa di tahun ke 4 sejak Roemah Brownies Gemirasary berdiri (2019) dimana pada tahun tersebut Roemah Brownies Gemirasary melakukan diversifikasi produk dan perubahan pola penjualan, tercapai omzet yang tertinggi sejak Roemah Brownies Gemirasary memulai usahanya, tetapi omzet yang diperoleh dari tahun-ke tahun masih belum stabil, terlihat di dua tahun terakhir ini pendapatan yang diperoleh ditengah pandemi yang melanda dunia, di tahun 2020 - 2021 terjadi penurunan pendapatan yang cukup

signifikan seperti terlihat dalam table di bawah ini,

No.	TAHUN	PENDAPATAN
1	2017	± 200.000
2	2018	± 300.000
3	2019	± 450.000
4	2020	± 250.000
5.	2021	± 200.000

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pemilik Roemah Brownies Gemirasary (Eddy Cahyadi), ada beberapa faktor yang melatarbelakangi hal tersebut, yaitu seperti diakuinya bahwa dalam dua tahun ini tidak adanya kreativitas untuk memunculkan hal-hal baru dan tidak adanya inovasi produk yang dikembangkan pada masa pandemi terhadap produk-produk yang di pasarkan.

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diterangkan sebelum nya, ada beberapa masalah yang berhasil penulis identifikasi sebagai berikut:

1. Selama Pandemi, Roemah Brownies Gemirasary tidak membuat ide kreatif untuk mengembangkan produk baru sehingga sulit untuk mempertahankan capaian keberhasilan usaha yang telah didapat sebelumnya
2. Roemah Brownies Gemirasary tidak melakukan inovasi terhadap produk-produk yang sudah ada, baik dari segi desain kemasan, rasa dan strategi

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

KAJIAN PUSTAKA

1. 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).

pemasarannya, sehingga terjadi penurunan omzet.

3. Pendapatan usaha menunjukkan adanya penurunan sehingga yang menyebabkan terjadinya penurunan produksi, dimana pada akhir-nya pendapatan mengikuti volume produksi yang mengalami penurunan.

2. Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana kreativitas yang dimiliki Roemah Brownies Gemirasary?
- b. Bagaimana inovasi produk yang dilakukan Roemah Brownies Gemirasary ?
- c. Bagaimana pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap kemajuan usaha Roemah Brownies Gemirasary ?

3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui kreativitas yang dimiliki Roemah Brownies Gemirasary
- b. Untuk mengetahui inovasi produk yang di lakukan Roemah Brownies Gemirasary
- c. Untuk mengetahui kemajuan usaha yang dimiliki Roemah Brownies Gemirasary
- d. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap kemajuan usaha di Roemah Brownies Gemirasary

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. 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

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:

- 1) Modal
- 2) Pendapatan
- 3) Volume penjualan
- 4) Tenaga Kerja

KERANGKA PEMIKIRAN

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. 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.

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 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.

METODE

1. Objek Penelitian

Objek penelitian dari kegiatan penelitian ini adalah Roemah Brownies Gemirasary 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 Kemajuan Usaha (Y).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam kegiatan penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiono (2015:7). "Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambar-kan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi." Sedangkan metode verifikatif menurut Sugiono

(2015:8) “Penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.”

1) Desain Penelitian

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

- a. Sumber masalah
- b. Rumusan masalah
- c. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
- d. Pengajuan hipotesis
- e. Metode penelitian
- f. Menyusun instrument penelitian
- g. Kesimpulan.

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) Sumber dan Teknik Penentuan Data

a. Sumber Data

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

b. Teknik Penentuan Data

Populasi dalam penelitian ini adalah Agen/reseller Roemah Brownies Gemirasary Bandung yang berjumlah 102 orang.

Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas), sehingga penenliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu seluruh agen/reseller yang berjumlah 102 orang.

c. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a) Studi Kepustakaan
- b) Studi Lapangan
- c) Observasi
- d) Wawancara
- e) Kuesioner

4. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

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).

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
 - a) Uji Normalitas
 - b) Uji Multikolinearitas
 - c) Uji Heteroskedatisitas
 - d) Uji Autokorelasi
- b. Analisis Korelasi
- c. Analisis Koefisien Deter-minasi

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.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

ANALISIS DESKRIPTIF

1. Analisis Deskriptif Kreativitas

Untuk mengetahui bagaimana variabel kreativitas, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui 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 persentase sebesar 83,8% dan terkategori baik karena nilai tersebut berada pada interval antara "68,01% – 84,00%". Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kreativitas pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung dinilai baik.

Nilai persentase tertinggi pada variabel kreativitas adalah indikator flexibel, yaitu sebesar 20,4%. sedangkan nilai persentase terendah adalah indikator ingin tahu yaitu sebesar 19,7%. hal ini berdasarkan fakta dilapangan bahwa pengusaha memikirkan untuk mengembangkan usahanya walau belum ada keberanian untuk mengalahkan para pesaing, dia hanya mengikuti produk-produk yang dijual oleh pesaing, padahal cara berfikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar bisa jadi produk yang dihasilkan lebih unggul dari produk yang sudah ada.

2. Analisis Deskriptif Inovasi Produk

Untuk mengetahui bagaimana variabel inovasi produk, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui 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) buah pernyataan.

Akhirnya 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 persentase sebesar 84,7%, dan dapat dikategorikan sangat baik, karena nilai tersebut berada pada interval antara "84,01% – 100%". Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi produk pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung dinilai sangat baik.

Selain itu, nilai persentase tertinggi pada variabel inovasi produk adalah indikator pengembangan produk, yaitu sebesar 33,6% sedangkan nilai persentase terendah adalah indikator perubahan desain yaitu sebesar 32,9%.

Berdasarkan fakta di lapangan, setiap pengusaha memiliki harapan atau keinginan agar usahanya maju, namun kurang memiliki keberanian dalam merubah desain-desain produk dikarenakan takut produk yang dijual tidak laku dipasaran jadi untuk amannya, dia memutuskan untuk sementara menjadi follower saja.

3. Analisis Deskriptif Kemajuan Usaha

Untuk mengetahui bagaimana variabel kemajuan usaha, dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui tanggapan responden mengenai variabel tersebut. Melalui jawaban kuesioner, variabel kemajuan usaha diukur menggunakan 4 (empat) indikator yaitu modal, pendapatan, volume penjualan, dan tenaga kerja. Melalui 4 (empat) indikator ini, kemudian dibuat sebanyak 4 (empat) pernyataan.

Kemudian diketahui pada variabel kemajuan usaha (Y) dengan jumlah item sebanyak 4 butir pernyataan kepada responden sebanyak 102 orang, diperoleh total skor aktual sebesar 1783 atau dengan persentase sebesar 87,4% dan

terkategorikan sangat baik karena nilai tersebut berada pada interval antara “84,01% – 100%”, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kemajuan usaha pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung dinilai sangat baik.

Nilai persentase tertinggi pada variabel kemajuan usaha adalah indikator tenaga kerja, yaitu sebesar 25,2%. sedangkan nilai persentase terendah adalah indikator pendapatan yaitu sebesar 24,7%.

Berdasarkan fakta dilapangan, diketahui banyak pengusaha yang telah merintis usahanya sejak lama, disebabkan meningkatnya jumlah permintaan barang maka untuk mengantisipasinya direkrutlah tenaga kerja baru.

ANALISIS VERIFIKATIF

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan Tabel 2 yang terlampir pada halaman 17, 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 (X_1) dan inovasi produk (X_2) bernilai nol (0), maka variabel kemajuan usaha (Y) akan bernilai 4,219 satuan.

$\beta_1 = 0,391$ artinya jika variabel kreativitas (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan inovasi produk (X_2) konstan, maka variabel kemajuan usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,391 satuan

$\beta_2 = 0,398$ artinya jika variabel inovasi produk (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan kreativitas (X_1) konstan, maka variabel kemajuan

usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,398 satuan.

2. Analisis Korelasi Simultan

Berdasarkan Tabel 3 yang terlampir pada halaman 17, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara kreativitas dan inovasi produk dengan kemajuan 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 (X_1) dan inovasi produk (X_2) dengan variabel kemajuan usaha (Y).

3. Analisis korelasi Parsial

Berdasarkan Tabel 4 yang terlampir pada halaman 18, diketahui bahwa nilai korelasi antara kreativitas dengan kemajuan usaha 0.352, dan terkategori rendah. Hal ini dikarenakan 0.352 berada diantara 0,20 – 0,399. Dan nilai korelasi antara inovasi produk dengan kemajuan 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 (X_1) dengan kemajuan usaha (Y) dan variabel inovasi produk (X_2) dengan kemajuan usaha (Y).

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 kemajuan 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 18, perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

Pengaruh X1 terhadap	Y =
	0.1025 x
0.683= 0.352 atau 35,2%	
Pengaruh X2 terhadap	Y =
	0.295 x
0.588 = 0.173 atau 17,3%	

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

5. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 6 yang terlampir pada halaman 18, diketahui bahwa nilai t_{hitung} yang diperoleh variabel kreativitas (X1) sebesar 6.118. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel distribusi t. Dengan $\alpha = 0,05$, $df = n - k = 102 - 2 - 1 = 99$, 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 kemajuan usaha (Y) pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung. Artinya semakin pengusaha berusaha mengembangkan dan menciptakan produk-produk baru maka kemajuan usaha akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

6. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 7 yang terlampir pada halaman 19, 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 kreativitas (X1) dan inovasi produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kemajuan usaha (Y) pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung. Artinya apabila pengusaha memiliki kemampuan membuat konsep yang unik dalam menjalankan usaha dan berani membuat produk-produk yang berbeda dari yang lain maka akan meningkatkan kemajuan usaha, begitupun sebaliknya

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

1. Tanggapan responden selaku Agen/Reseller mengenai variabel kreativitas tergolong pada kategori "**Baik**". Dari lima 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 saja yang sedang diminati oleh masyarakat. pengusaha dinilai masih kurang dalam menciptakan produk-produk. Dengan kata lain kemampuan pihak Roemah Brownies Gemirasary dalam kreativitas atau menciptakan produk-produk baru masih rendah dikarenakan belum memiliki nilai lebih pada pemikiran yang dimilikinya saat ini.
2. Tanggapan responden selaku Agen/Reseller 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 kemasan**”. Hal ini menunjukkan meskipun sudah baik ternyata masih ada hal yang memang perlu diperhatikan dan dilakukan pembenahan secepatnya yaitu dalam hal perubahan desain baru untuk kemasan agar memiliki nilai lebih sehingga inovasi produk yang dilakukan saat ini mampu menarik minat beli konsumen.

3. Tanggapan responden selaku Agen/Reseller mengenai variable kemajuan usaha tergolong pada kategori “**Sangat Baik** ”. Dengan kata lain kemampuan perusahaan dalam hal memajukan usaha dinilai sudah baik. Dari empat indikator, skor tertinggi berada pada indikator “ **Tenaga Kerja** ” sedangkan indikator yang terendah berada pada indikator “**Pendapatan**”. Hal ini menunjukkan bahwa pada kreativitas maupun inovasi produknya telah berhasil meningkatkan kemajuan usaha menjadi lebih baik lagi, 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 kemajuan usaha Roemah Brownies Gemirasary Bandung. Dimana semakin tinggi tingkat kreativitas, maka tingkat pengaruh kepada kemajuan usaha akan tinggi.
 - b. Variabel inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap variable kemajuan usaha pada Roemh Brownies Gemirasary Bandung. Dimana semakin tinggi tingkat inovasi produk, maka tingkat pengaruh kepada kemajuan usaha akan tinggi.
 - c. Variabel kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama memiliki

pengaruh positif signifikan terhadap variabel kemajuan usaha pada Rumah Brownies Gemirasary Bandung. Dimana semakin tinggi kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama, maka akan berpengaruh tinggi pada tingkat kemajuan usaha.

SARAN

1. Kreativitas Roemah Brownies Gemirasary sudah baik, namun bila dilihat dari indikator rasa ingin tahu yang masih rendah bila dibandingkan dengan indikator lain, seharusnya pengusaha memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, karena rasa ingin tahu yang tinggi dapat mempengaruhi variasi produk dan sistem lainnya.
2. Inovasi Produk pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung sudah sangat baik, tetapi ada yang perlu diperhatikan yaitu indikator perubahan desain kemasan yang rendah dapat menyebabkan pembeli agak jenuh dengan produk-produk yang dijual, seharusnya pengusaha Roemah Brownies Gemirasary Bandung lebih memperhatikan desain-desain yang baru untuk meningkatkan minat beli masyarakat.
3. Kemajuan Usaha Roemah Brownies Gemirasary 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 lebih baik. Karena besar kecilnya pendapatan menjadi penentu apakah usaha yang dijalankan akan terus berlangsung atau tidak.
4. Pengaruh ketiga variabel sudah memiliki keterkaitan yang baik atau signifikan, pada saat ini pemilik Roemah Brownies Gemirasary Bandung seharusnya 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 perusahaan atau usaha tersebut dapat dikatakan mengalami kemajuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Fandi. (2015). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kemajuan Usaha Pada Usaha Tauko Medan. Universitas Sumatera Utara Medan
- Bamberger, P. & Meshoulam, I. (2000), *Human resource strategy. Formulation, implementation and impact*, Thousand Oaks (CA), Sage
- 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
- 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