



Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Mikro Kecil Menengah (IMKM) di Kota Bogor

Tiara Indah Sari¹⁾; Dwi Gemina²⁾; Erni Yuningsih³⁾

¹²³⁾Fakultas Ekonomi Universitas Djuanda Bogor, Indonesia

Corresponden Author: dwigemina@gmail.com

Abstract Micro, Small and Medium Industries (IMKM) is a sector that drives the people's economy which often has limitations, including production process technology, competition for similar businesses and the difficulty of accessing capital, which are obstacles faced by Bogor City IMKM business actors. This research aims to determine the influence of creativity and innovation on business success. The sample from this research consisted of 50 respondents using a purposive sampling technique, namely a technique for determining samples with certain considerations. The results of this research show that Creativity and Innovation simultaneously have a positive and significant effect on business success. The same shows that the R Square is 50.1%, while the remaining 49.9% is influenced by other factors not included in this research. Meanwhile, partially creativity and innovation have a positive and significant effect on business success.

Keywords : Creativity, Inovation, Business success

Abstrak Industri Mikro Kecil Menengah (IMKM) merupakan sektor penggerak perekonomian rakyat yang seringkali memiliki keterbatasan antara lain pada teknologi proses produksi, persaingan usaha sejenis serta sulitnya mengakses permodalan menjadi keterbatasan yang dihadapi oleh pelaku usaha IMKM Kota Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha. Sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 50 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kreativitas dan Inovasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sebagaimana ditunjukkan besarnya R Square 50,1%, sedangkan sisanya 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini. Sedangkan secara parsial kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Kata Kunci : Kreativitas, Inovasi, Keberhasilan Usaha

1. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sedang menikmati masa bonus demografi dimana jumlah penduduk berusia produktif lebih banyak daripada usia tidak produktif. Bonus demografi secara bersamaan dapat menjadi peluang dan ancaman seiring bertambahnya manusia maka permintaan terhadap lapangan pekerjaan akan semakin tinggi. Industri Mikro Kecil Menengah (IMKM) merupakan sektor yang cukup penting memerankan kepentingan ekonomi dalam pembangunan nasional dimana IMKM terbukti dapat bertahan di kondisi krisis perekonomian serta memberikan kontribusi penting bagi kesejahteraan masyarakat.

Salah satu syarat untuk menjadi negara maju yaitu suatu negara harus memiliki jumlah pengusaha sebanyak 14% dari total jumlah penduduknya. Pengusaha Indonesia pada tahun 2019 tercatat sebanyak 3,1% dari total penduduknya sebanyak 267 juta jiwa. Indonesia perlu mengejar ketertinggalan dengan memacu pertumbuhan wirasusaha melalui IMKM sekaligus meningkatkan produktivitas dan daya saingnya di era digital. Pertumbuhan Industri Mikro Kecil Menengah (IMKM) dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah IMKM di Indonesia Periode Tahun 2012-2018

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)	Penyerapan Tenaga Kerja (Orang)	Persentase Pertumbuhan UMKM (%)
2012	55.206.444	101.722.458	-
2013	56.534.592	107.657.509	2,4
2014	57.895.721	114.144.082	2,4
2015	59.262.772	123.229.387	2,4
2016	61.615.177	112.828.610	4
2017	62.928.077	116.673.416	2,1
2018	64.199.606	116.978.631	2
Rata-rata Pertumbuhan			2,55

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2019 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2012-2018 jumlah UMKM di Indonesia mengalami peningkatan dengan pertumbuhan rata-rata mencapai 2,55% dan pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar 4%. Kondisi ini menunjukkan bahwa IMKM memiliki potensi besar bagi keberlangsungan perekonomian masyarakat di Indonesia. Dibalik keberhasilan IMKM wirausahawan memegang peranan penting bagi keberlangsungan suatu industri. Wirausahawan menurut Suryana (2013:14) adalah orang yang bertidak kreatif membentuk nilai terhadap sesuatu secara praktis. Perkembangan IMKM di Jawa Barat dapat dilihat dari Tabel berikut:

Tabel 2 Jumlah IMKM Provinsi Jawa Barat Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah IMKM	Kenaikan Jumlah IMKM	Persentase Kenaikan IMKM (%)
2016	210.757	-	-
2017	213.291	2.534	1,19
2018	214.026	735	0,34
Rata-rata			0,77

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM Jawa Barat, 2019

Rata-rata kenaikan jumlah IMKM pada 3 tahun terakhir sebesar 0,77% per tahunnya. Hal ini menunjukkan IMKM di Provinsi Jawa Barat ikut berkontribusi meningkatkan perekonomian masyarakat Jawa Barat khususnya pada tingkat ekonomi mikro. Namun, keberhasilan IMKM tidak luput dari berbagai kendala yang dihadapinya antarlain; kesulitan mendapatkan bahan baku sebesar 23,75%, belum meluasnya pemasaran sebesar 16,96%, teknik produksi sebesar 3,07%, persaingan usaha sejenis sebesar 15,74%, dan kendala permodalan sebesar 40,48% (Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2019).

Kota Bogor merupakan kota yang berpotensi meningkatkan jumlah wirausaha. Hal ini tidak terlepas dari destinasi wisata yang memungkinkan banyak wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bogor. Destinasi wisata di Kota Bogor yang sering dikunjungi wisatawan antara lain yaitu Kebun Raya Bogor, Istana Bogor, Museum Zoologi, Prasasti Batu Tulis, dll. Selain kunjungan ke beberapa objek wisata unggulan wisatawan biasanya mengunjungi tempat-

tempat keramaian seperti pusat-pusat perdagangan makanan jajanan, buah-buahan serta *factory outlet* pakaian dan tas seperti di Jalan Suryakencana, Siliwangi dan Tajur.

IMKM di Kota Bogor terdiri dari berbagai macam usaha dan industri salah satunya IMKM makanan. Tercatat pada www.kotabogor.go.id bahwa kelompok industri di bidang makanan memiliki total unit terbesar sebanyak 1089 unit. Hal ini membuktikan bahwa IMKM makanan masih menjadi pilihan para wirausahawan untuk menciptakan usaha baru. Berikut adalah data karakteristik produk unggulan di Kota Bogor pada tahun 2019:

Tabel 3 Karakteristik Produk Unggulan IMKM Makanan Ringan Di Kota Bogor tahun 2019

No	Jenis Produk	Jumlah (Unit)
1	Keripik Umbi	25
2	Kue Kering	40
3	Roti/Brownis/Cake	37
4	Asinan/Manisan	23
5	Keripik Ikan	7
6	Sambal	12
7	Kue Basah	21
8	Minuman/Kopi Bubuk/Rempah-Rempah, dll	23
9	Bawang Goreng	7
10	Rempeyek	15
11	Coklat	18
	Jumlah	228

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Bogor, 2020 (Diolah)

Makanan ringan memiliki daya tarik tinggi karena fungsinya yang dapat mengontrol rasa lapar, menambah energi dan nutrisi, serta meningkatkan kerja otak. Sesuai dengan cuaca di Kota Bogor yang bersuhu dingin maka masyarakat sering merasa lapar dan membutuhkan beberapa makanan ringan sebelum sampai pada waktu makan. Menurut M. Scarborough dan Thomas W. Zimmer (1993:5) dalam Suryana (2013:26) mengemukakan tiga karakteristik wirausahawan yang berhasil yaitu proaktif, berorientasi pada prestasi, dan memiliki komitmen yang kuat kepada orang lain.

Keterbatasan yang dimiliki oleh para pelaku usaha pada teknologi proses produksi, lemahnya mengatur keuangan, serta sumber daya manusia kurang kompeten menjadi masalah yang sering dihadapi oleh pelaku usaha IMKM Kota Bogor. Meskipun telah menjangkau pasar melalui penjualan *online* distribusi produk belum merata ke berbagai kota-kota besar. Permasalahan lain yang menjadi kendala IMKM makanan di Kota Bogor adalah produk yang dihasilkan homogen sehingga inovasi masih tergolong lemah, variasi dalam membuat produk masih rendah, menciptakan produk baik rasa maupun bentuk baru masih lemah, dilihat dari

kemasan variasi bentuk serta rasa produk masih kurang menarik (Sumber: Dinas Koperasi dan UKM, 2020). Berbagai permasalahan ini masih menjadi kendala bagi para pelaku usaha IMKM Kota Bogor yang harus sesegera mungkin diselesaikan.

2. KAJIAN TEORI

Manajemen Sumberdaya Manusia Dan Keberhasilan Usaha

Manajemen sumber daya manusia merupakan bagian manajemen yang memfokuskan pada unsur perencanaan, pengorganisasian, pengembangan dan pengendalian manusia pada suatu organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Menurut Hasibuan (2018:21) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja, agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan.

Keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya (Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu, 2013:256) adapun faktor pendorong keberhasilan usaha antarlain kemampuan dan kemauan; tekad yang kuat dan kerja keras; kesempatan dan peluang usaha (Suryana, 2013:108).

Kreativitas dan Inovasi

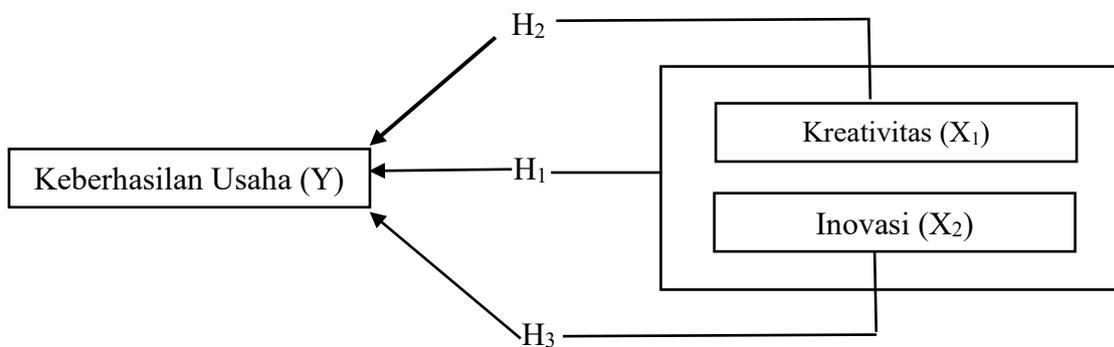
kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (*thinking new things*) dan keinovasian adalah melakukan sesuatu yang baru dan berbeda (Suryana, 2013:66). Barron dalam Ngalimun dkk (2013:44) yang menyatakan bahwa kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Suatu produk baru baik barang ataupun jasa dapat dihasilkan melalui gagasan dan ide-ide yang datang sengaja maupun tidak sengaja dan menghasilkan pemikiran yang kreatif

Inovasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menerapkan gagasan-gagasan baru atau pemecahan kreatif terhadap berbagai masalah dan dalam memanfaatkan peluang (agustina, 2019:46). Menurut Machfoedz (2015:9) inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan.

Pengembangan Hipotesis

Keberhasilan usaha berhubungan erat dengan kreativitas dan inovasi disaat wirausahawan ingin mempertahankan daur hidup usahanya maka wirausahawan dituntut untuk berpikir kreatif dan menghasilkan produk yang inovatif. kreativitas mengacu pada kemampuan menandai seorang kreatif (Guilford dalam Ngalimun dkk, 2013:44). Suatu produk baru baik barang ataupun jasa dapat dihasilkan melalui gagasan dan ide-ide yang datang sengaja maupun

tidak sengaja dan menghasilkan pemikiran yang kreatif. Menurut Sutarno (2012:132) inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Kedua faktor tersebut akan menambah keragaman produk agar konsumen tidak merasa bosan karena adanya terobosan baru dan banyaknya pilihan produk sebagai pertimbangan melakukan pembelian. Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan secara simultan dan parsial kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan (Farisi, 2013). Dari uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut: 1) kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan (H_1); 2) kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (H_2); 3) inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (H_3). Berikut kerangka pemikiran :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Desain Penelitian

Bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan *mixed method*. Menurut Sugiyono (2011:18) *mixed method* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif.

Operasionalisasi Variabel

Variabel pada penelitian ini terdiri dari variabel terikat yaitu keberhasilan usaha (Y) dan variabel bebas yaitu kreativitas (X_1) serta Inovasi (X_2). Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal dan likert yaitu skala yang menunjukkan perbedaan kategori satu dengan yang lain serta sebagai alat pengukuran persepsi dan pendapat sekelompok orang.

Tabel 4 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kreativitas (X_1)	kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (<i>thinking new things</i>) dan keinovasian adalah melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. (Sumber: Suryana, 2013; Tanan 2007)	1. Kepribadian 2. Pola Pikir 3. Karakter 4. Kecakapan	Ordinal Likert
Inovasi (X_2)	Merupakan tiang utama penyangga pertumbuhan pasar dan mempertahankan pasar agar usaha tetap hidup (<i>survive</i>) tetapi inovasi juga berasal dari sebuah motivasi dan semangat seorang wirausahawan yang tidak mau menjadi wirausahawan yang biasa-biasa saja. Hendro (2011:124)	1. Inovasi Produk 2. Inovasi Marketing 3. Inovasi Proses 4. Inovasi Teknikal 5. Inovasi Administrasi	Ordinal Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya. (Suryana, Yuyus dan Kartib Bayu, 2013:256)	1. Motivasi 2. Usia 3. Pengalaman 4. Pendidikan	Ordinal Likert

Populasi, Sampel dan Teknik pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha IMKM Kota Bogor tahun 2019 sebanyak 228 unit industri makanan ringan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85). Menurut Arikunto (2011:112) ukuran yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500, dengan kriteria pengambilan sampel yang layak menurut Anogara (2000) dalam Sucherli (2002:12) yaitu sebagai berikut: 1) Lama usaha lebih dari 1 (satu) tahun; 2) Usaha/Industri tersebut tersebar di wilayah Kota Bogor; 3) Sebagian besar usaha tersebut merupakan usaha padat karya; 4) Penggunaan teknologi masih sederhana. Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan maka dari 288 unit jumlah populasi, hanya 50 unit industri makanan ringan yang memenuhi kriteria.

Prosedur Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui hasil kusioner yang dikumpulkan langsung dari pelaku usaha yaitu IMKM di Kota Bogor. Sedangkan data sekunder merupakan data yang sudah tersedia dalam penelitian ini data sekunder didapat dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bogor (DISPERINDAG), Dinas Koperasi dan UKM Kota Bogor, serta informasi dari situs daring. Prosedur pengumpulan data yang didapat pada penelitian ini adalah: 1) Penelitian kepustakaan

(*Literature*), mempelajari dari berbagai sumber baik buku maupun situs daring yang terakreditasi dalam rangka memperoleh banyak teori mengenai kreativitas, inovasi dan keberhasilan usaha; 2) Penelitian Lapangan (*Field research*): (a) Wawancara (*interview*) dilakukan dengan pemilik IMKM makanan ringan di Kota Bogor; (b) Angket (*quisioner*) memberikan seperangkat pertanyaan yang berhubungan dengan kreativitas, inovasi dan keberhasilan kerja kepada responden untuk dijawabnya, pada penelitian ini kuisisioner ditujukan kepada responden IMKM makanan ringan di Kota Bogor; (c) Pengamatan (*obeservation*) yaitu mengamati langsung terhadap objek yang akan di teliti seperti produk, lokasi usaha dan pengamatan kepada pelaku usaha; (d) dokumentasi, mengumpulkan dokumentasi sebagai pengamatan terhadap produk yang memiliki nilai kreativitas dan inovatif.

Metode Pengujian Data

Berdasarkan hasil pengujian validitas kepada 30 responden menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan dinyatakan valid karena memiliki r hitung lebih atau sama dengan 0,3. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa pada masing-masing variabel menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* lebih dari atau sama dengan $\geq 0,6$. Sehingga setiap instrumen pada setiap variabel dapat digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Validitas

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)

Variabel	Indikator	Correlation (r hitung)	Ketetapan (r tabel)	Keterangan
Kreativitas (X ₁)	X1.1	0,528	0,3	Valid
	X1.2	0,729	0,3	Valid
	X1.3	0,709	0,3	Valid
	X1.4	0,665	0,3	Valid
	X1.5	0,866	0,3	Valid
	X1.6	0,727	0,3	Valid
	X1.7	0,748	0,3	Valid
	X1.8	0,861	0,3	Valid
	X1.9	0,698	0,3	Valid
	X1.10	0,833	0,3	Valid
	X1.11	0,704	0,3	Valid
	X1.12	0,663	0,3	Valid
	X1.13	0,750	0,3	Valid
	X1.14	0,710	0,3	Valid
	X1.15	0,769	0,3	Valid
	X1.16	0,675	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi (X₂)

Variabel	Indikator	Correlation (r hitung)	Ketetapan (r tabel)	Keterangan
Inovasi (X ₂)	X2.1	0,331	0,3	Valid
	X2.2	0,629	0,3	Valid
	X2.3	0,389	0,3	Valid
	X2.4	0,582	0,3	Valid
	X2.5	0,447	0,3	Valid
	X2.6	0,528	0,3	Valid
	X2.7	0,407	0,3	Valid
	X2.8	0,370	0,3	Valid
	X2.9	0,551	0,3	Valid
	X2.10	0,435	0,3	Valid
	X2.11	0,433	0,3	Valid
	X2.12	0,473	0,3	Valid
	X2.13	0,617	0,3	Valid
	X2.14	0,829	0,3	Valid
	X2.15	0,678	0,3	Valid
Inovasi (X ₂)	X2.16	0,625	0,3	Valid
	X2.17	0,579	0,3	Valid
	X2.18	0,660	0,3	Valid
	X2.19	0,429	0,3	Valid
	X2.20	0,317	0,3	Valid
	X2.21	0,334	0,3	Valid
	X2.22	0,579	0,3	Valid
	X2.23	0,628	0,3	Valid
	X2.24	0,334	0,3	Valid
	X2.25	0,579	0,3	Valid
	X2.26	0,628	0,3	Valid
	X2.27	0,597	0,3	Valid
	X2.28	0,596	0,3	Valid
	X2.29	0,389	0,3	Valid
	X2.30	0,465	0,3	Valid
	X2.31	0,403	0,3	Valid
	X2.32	0,669	0,3	Valid
	X2.33	0,570	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Variabel	Indikator	Correlation (r hitung)	Ketetapan (r tabel)	Keterangan
Keberhasilan Usaha (Y)	Y1	0,379	0,3	Valid
	Y2	0,431	0,3	Valid
	Y3	0,660	0,3	Valid
	Y4	0,752	0,3	Valid
	Y5	0,684	0,3	Valid
	Y6	0,610	0,3	Valid
	Y7	0,709	0,3	Valid
	Y8	0,650	0,3	Valid
	Y9	0,669	0,3	Valid
	Y10	0,755	0,3	Valid
	Y11	0,734	0,3	Valid
	Y12	0,411	0,3	Valid
	Y13	0,503	0,3	Valid
	Y14	0,439	0,3	Valid
	Y15	0,493	0,3	Valid
	Y16	0,703	0,3	Valid
	Y17	0,504	0,3	Valid
	Y18	0,766	0,3	Valid
	Y19	0,676	0,3	Valid
	Y20	0,517	0,3	Valid
	Y21	0,488	0,3	Valid
	Y22	0,321	0,3	Valid
	Y23	0,545	0,3	Valid
	Y24	0,527	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Uji Reabilitas

Tabel 8 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai (α)	(α) Ketetapan	Keterangan
Kreativitas (X_1)	0,927	0,6	Reliabel
Inovasi (X_2)	0,894	0,6	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0,906	0,6	Reliabel

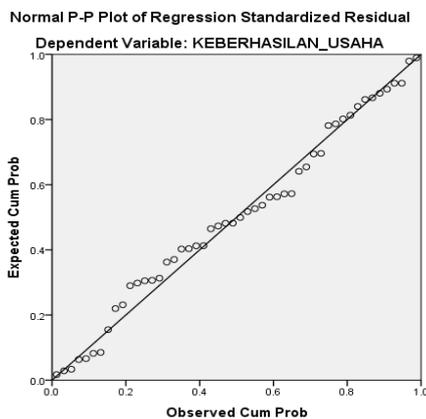
Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji apakah metode tersebut memenuhi asumsi terlebih dahulu sebelum metode regresi berganda yang terdiri dari: 1) Uji Normalitas, pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode grafik histogram, *normal probability plot* serta uji *kolmogorov smirnov* pada program IBM SPSS 24. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah normal dan jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari

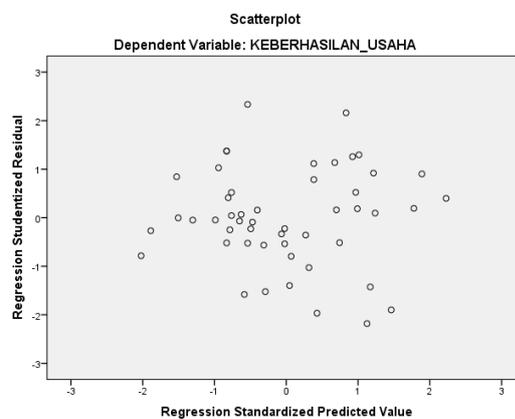
model regresi adalah tidak normal. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Menunjukkan bahwa data berdistribusi normal; 2) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). hasil *tolerance* pada masing-masing variabel lebih dari 0,05 sedangkan nilai *variance inflation factor (VIF)*, variabel kreativitas dan inovasi memiliki nilai yang sama yaitu sebesar $1,105 < 5$ sehingga pada model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas; 3) Uji Heterokedasitas, menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar dengan arah yang tidak beraturan dan berada dibawah 0 pada titik Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa metode regresi ini layak digunakan untk memprediksi setiap variabel.

Uji Normalitas



Gambar 2 Grafik *Normal Probability plot*

Sumber : Data Primer Diolah, 2020



Gambar 3 Grafik *Scatterplot*

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Tabel 9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.27663668
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.069
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	(Constant)	
	Kreativitas	0,905
	Inovasi	0,905

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Bisnis IMKM Kota Bogor

Berdasarkan Departemen Koperasi dan UKM bahwa IMKM di Kota Bogor pada Tahun 2020 terdiri dari 23.706 unit. Dengan uraian sebesar 12.047 pelaku usaha formal kategori Mikro, 2.664 pelaku usaha formal kategori usaha kecil dan 747 pelaku usaha formal kategori menengah adapun untuk pelaku usaha informal berdasarkan data yang ada sebanyak 4.129 adalah Pedagang Kaki Lima (PKL) 3.569 Pelaku Usaha Dalam Pasar (sesuai dengan data PD. Pasar Pakuan Jaya (PPJ) dan sebanyak 550 adalah pelaku usaha dalam pasar (sesuai dengan data PT. Propindo).

Tabel 11 Pelaku usaha IMKM Kota Bogor Tahun 2020

No	Uraian	Jumlah	Keterangan
1	Pelaku Usaha Formal	12.047	Mikro
2	Pelaku Usaha Formal	2.664	Kecil
3	Pelaku Usaha Formal	747	Menengah
4	Pelaku Usaha Informal	4.129	PKL
5	Pelaku Usaha Dalam Pasar	3.569	PD. PPJ
6	Pelaku Usaha Dalam pasar	550	PROPINDO
Jumlah		23.706	

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2020

Tabel 12 Pembagian Jenis Komoditi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah/ Industri Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Bogor Tahun 2020

No	Komoditi	Persentase (%)	Mikro (%)	Kecil (%)	Menengah (%)
1	Jasa	15	7	5	3
2	Perdagangan	35	20	10	5
3	Tekstil	12	7	3	2
4	Makanan Minuman	28	15	8	5
5	Industri	10	5	3	2

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2020

Tabel 13 Usaha Atau Perusahaan Berdasarkan Kelompok Pendapatan/ Omzet Di Kota Bogor Tahun 2019

Kelompok Pendapatan (Rp)	Pelaku Usaha (unit)
<= 300 Juta	65.404
300 Juta – 2,5 M	17.815
>2,5 M	2.336
Jumlah	85.555

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, 2020

Tabel 14 Jumlah Balas Jasa Dan Upah Di Kota Bogor Tahun 2019

Skala Usaha	Jumlah Balas Jasa dan Upah (Rupiah)
Usaha Mikro Kecil (UMK)	2.039.752.937.764
Usaha Menengah Besar (UMB)	4.011.160.499.498
Jumlah	6.050.913.437.262

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019

Tabel 15 Jumlah Tenaga Kerja di Kota Bogor Tahun 2018

Skala Usaha	Jumlah Tenaga Kerja (orang)	Jumlah Usaha/Perusahaan (unit)
Usaha Mikro Kecil (UMK)	177.941	83.138
Usaha Menengah Besar (UMB)	70.982	2.417
Jumlah	248.923	85.555

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2019

Tabel 16 Rekapitulasi Karakteristik Pemilik Usaha

No	Karakteristik	Kriteria	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis kelamin	Perempuan	60	60
2	Usia	17-24 tahun	50	50
3	Pendidikan	SMA	47	47
4	Status	Belum Menikah	67	67
5	Pekerjaan	Wiraswasta/Pengusaha	52	52
6	Pendapatan	Rp4,1 juta – Rp5 juta	32	32

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Pengaruh Secara Simultan Kreativitas dan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha IMKM Makanan Ringan di Kota Bogor

Tabel 17 Hasil Uji f Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1967.623	2	983.811	23.631	.000 ^b
	Residual	1956.697	47	41.632		
	Total	3924.320	49			
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha						
b. Predictors: (Constant), Inovasi (X ₂), Kreativitas (X ₁)						
Sumber : Data Primer Diolah, 2020						

Berdasarkan pada Tabel 4.24 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,631 dan nilai F_{tabel} untuk $\alpha = 0,5$ dengan derajat kebebasan $V_1 = 3-1 = 2$ dan $V_2 = 50-2-1 = 47$ sebesar 3,20 maka dapat dilihat bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($23,631 > 3,20$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya dengan tingkat kepercayaan 95% variabel independen kreativitas (X_1) dan inovasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keberhasilan usaha (Y) IMKM makanan ringan di Kota Bogor. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Novalia (2018) menyatakan bahwa

variabel kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha di Kota Semarang.

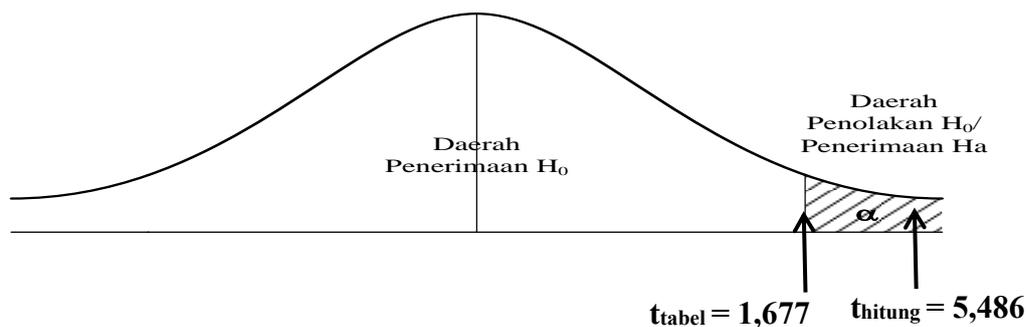
Pengaruh Secara parsial Kreativitas dan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha IMKM Makanan Ringan di Kota Bogor

Tabel 18 Uji t Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.165	9.913		3.547	.001
	Kreativitas (X_1)	.712	.130	.594	5.486	.000
	Inovasi (X_2)	.143	.063	.244	2.249	.029

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

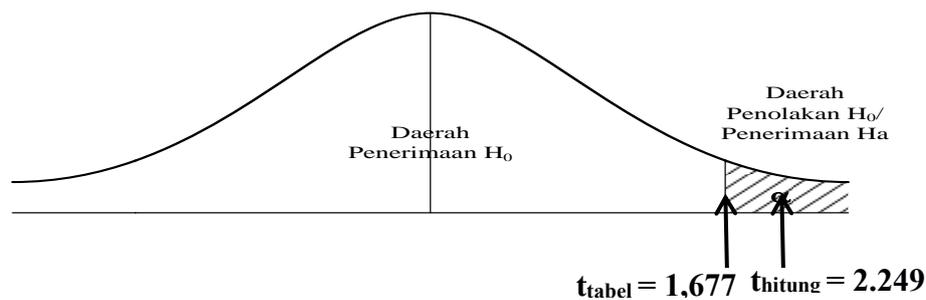
Sumber : Data Primer Diolah, 2020



Gambar 4 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Kreativitas (X_1)

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,712 serta memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya faktor kreativitas (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) IMKM makanan ringan di Kota Bogor. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Azizah dan Diana (2017) yang menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha dan motivasi sebagai variabel mediasi hubungan antara kreativitas dengan keberhasilan usaha.



Gambar 5 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Inovasi (X_2)

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi sebesar 0,143 serta memiliki nilai signifikan sebesar 0,029 lebih kecil dari 0,05 ($0,029 < 0,05$). Maka dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya faktor inovasi (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) IMKM makanan ringan di Kota Bogor. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Christofer dan Memarista (2019) yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha pada IKM di Ngingas Kabupaten Sidoarjo.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Berdasarkan tanggapan pelaku usaha terhadap masing-masing indikator pada variabel kreativitas, inovasi dan keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:
 - a. Tanggapan pemilik usaha terhadap variabel kreativitas termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai tertinggi terdapat pada indikator karakter dengan interpersasi rata-rata sangat baik dan nilai terendah pada indikator kecakapan dengan nilai rata-rata baik.
 - b. Tanggapan pemilik usaha terhadap variabel inovasi termasuk dalam kategori baik dengan nilai tertinggi terdapat pada indikator inovasi teknikal dengan interpersasi rata-rata baik dan nilai terendah pada indikator inovasi marketing dengan nilai rata-rata baik.
 - c. Tanggapan pemilik usaha terhadap variabel keberhasilan usaha termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan nilai tertinggi terdapat pada indikator motivasi dengan interpersasi sangat baik dan nilai terendah terdapat pada indikator pendidikan dengan nilai rata-rata sangat baik.
2. Kreativitas dan Inovasi secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha IMKM makanan ringan di Kota Bogor.
3. Kreativitas dan inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha IMKM makanan ringan di Kota Bogor

Saran

1. Pelaku usaha harus mengikuti perkembangan zaman dan digitalisasi pemasaran, meskipun sudah ada kerjasama antara jasa pengiriman dan *marketplace* Tokopedia oleh Dinas Koperasi dan UKM akan tetapi masih banyak pelaku usaha yang belum bisa menggunakannya secara maksimal. Oleh karena itu perlu pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UKM perlu melakukan pengenalan, pembinaan, promosi dan *branding* mengenai pasar digital.
2. menentukan standar operasional produksi (SOP) yang mudah dinilai dan diamati secara berkala sebagai salah satu bentuk evaluasi terhadap produk maupun perusahaan, mengenalkan produk unggulan kepada konsumen baru adalah strategi untuk menarik perhatian konsumen
3. pelaku usaha juga harus merangkul karyawannya agar memiliki jiwa kepemimpinan sehingga bisa mengembangkan *skill* bersama karena bisnis bukan selalu tentang keuntungan melainkan pengembangan manusia yang terlibat dalam bisnis itu sendiri sangat penting sebagai aset bagi masa depan perusahaan.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian manajemen khususnya pada manajemen sumber daya manusia yang berkaitan dengan keberhasilan usaha, maka hendaknya peneliti lain lebih memperdalam mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu seperti komitmen, pengalaman, keuangan, kemampuan manajerial, kemampuan usaha, modal usaha, tenaga kerja dan kemampuan/*skill*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2019). Kewirausahaan di era revolusi industri 4.0. Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2011). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Karakteristik usaha mikro kecil dan menengah.
- Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah Provinsi Jawa Barat. (2020). Data UMKM Provinsi Jawa Barat.
- Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bogor. (2019). Data IMKM Kota Bogor.
- Farisi, R. A. (2013). Pengaruh inovasi dan kreativitas pengusaha terhadap keberhasilan usaha [Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/154/> (Accessed on March 15, 2020, at 21:33).
- Hasibuan, M. (2018). Manajemen sumber daya manusia. Bumi Aksara.

- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan*. Erlangga.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2019). *Kendala yang dihadapi UKM*. <https://www.kemenkopukm.go.id/>
- Machfoedz, M. (2015). *Kewirausahaan, metode manajemen dan implementasi* (2nd ed.). Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Ngalimun, dkk. (2013). *Perkembangan dan pengembangan kreativitas*. Aswaja Pressindo.
- Novalia, N. S. (2018). *Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha (Studi pada wirausaha batik di Kota Semarang)* [Skripsi, Universitas Katolik Soegijapranata]. <http://repository.unika.ac.id/19251/> (Accessed on September 10, 2020, at 21:45).
- Sucherli. (2002). *Kriteria usaha kecil menengah*. Prisma.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Alfabeta.
- Suryana, Y., & Kartib, B. (2013). *Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausaha sukses* (2nd ed.). Kencana Prenanda Media Group.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat & proses menuju sukses* (4th ed., Vol. 1). Salemba Empat.
- Sutarno. (2012). *Serba-serbi manajemen bisnis*. Graha Ilmu.