

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Teory Knowledge Based View

Teori yang melandasi penelitian ini adalah teori Knowledge Based View menurut Curado & Bontis dalam (Ermawati and Arumsari 2021), yaitu teori yang menyatakan sebuah kesuksesan usaha dimulai dari seberapa tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh pengusaha atau perusahaan dalam keberlangsungan menjalankan usahanya.

Salah satu sumber dari keberlangsungan usaha yang kompetitif adalah pengetahuan, dalam pandangan teori Knowledge Based View pengetahuan merupakan informasi yang kontekstual, selain itu teori Knowledge Based View berfokus pada bagaimana sebuah organisasi atau pengusaha bisa menciptakan, memperoleh, dan mengimplementasikan pengetahuan (Alifia F Isye and Dwiridotjahjono Jojok 2019).

Dalam teori pandangan berbasis pengetahuan atau Knowledge Based View menurut Nelson dan Winter dalam (Naomi 2021), perusahaan mengembangkan pengetahuan barunya yang penting sebagai keuntungan kompetitif dari kombinasi unik yang ada dalam pengetahuan. Pada era persaingan saat ini, pengusaha sering bersaing dengan mengembangkan pengetahuan baru yang lebih cepat daripada pesaingnya. Teori KBV menunjukkan bahwa tersedianya pengetahuan dan informasi yang memadai bisa memberi dampak keunggulan jangka panjang terhadap pengusaha yang bersifat berkelanjutan.

Berdasarkan teori Knowledge Based View (KBV) menjelaskan bahwa pengelolaan usaha yang terpenting harus diiringi dengan pengetahuan, oleh karena itu untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam berbisnis, maka sebuah pengetahuan wajib dimiliki oleh sumber daya manusia. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek seperti kepemimpinan, mampu memenuhi kebutuhan dari pelanggan, mampu menghasilkan produk yang berkualitas, menghasilkan

pendapatan, dan yang terpenting memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi (Ermawati and Arumsari 2021).

2.1.2 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah pencapaian tujuan Perusahaan, keberhasilan usaha bertujuan untuk menjelaskan peningkatan situasi dari waktu ke waktu (Miftah and Ambok Pangiuk 2020). Keberhasilan berwirausaha tidak mirip dengan kemampuan seseorang untuk mengumpulkan uang atau kekayaan dan menjadi cukup, karena dapat dihasilkan dengan beberapa cara yang memberikan nilai tambah. Untuk diukur dari kemampuan seseorang untuk mengembangkan, membangun, dan mengoperasikan usaha dari sesuatu yang sebelumnya rusak, disfungsi, atau mungkin tidak ada (Miftah & Pangiuk, 2020)

Mengenai faktor - faktor yang menentukan kinerja perusahaan industri kecil ini, perilaku inovatif serta berani membuat risiko menjadi ciri keberhasilan usaha kecil. Bahwa keberhasilan perusahaan kecil ialah hasil dari usaha keras, komitmen, serta perhatian terhadap pelayanan serta kualitas (Suyanto and Chamdan 2017). Berbagai pendorong kinerja usaha industri kecil sebagian besar mencerminkan bakat bisnis wirausahawan (pengetahuan, sikap, serta keterampilan), pengalaman kerja yang sesuai, dorongan kerja, serta tingkat pendidikan. Untuk menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan bisa dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, serta bakat wirausahawan, yang tercermin dalam kemampuan bisnis mereka (Suyanto and Chamdan 2017). Adapun aspek keberhasilan bisnis yang berkontribusi pada kelangsungan hidup organisasi, perlu adanya strategi, seperti pengembangan serta implementasi ide serta kemungkinan. Jika pengusaha siap untuk memeriksa prospek secara konsisten selama proses menghasilkan sesuatu yang baru serta berbeda, ide bisa menjadi peluang.

Menurut sudut pandang ini, sebuah perusahaan dianggap berhasil jika mempunyai keunggulan kompetitif atas era sebelumnya atau bisnis lain dalam industrinya. Sebuah bisnis dianggap berhasil jika menghasilkan laba, namun laba bukanlah satu - satunya elemen yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Namun, alasan keuntungan merupakan pertimbangan yang signifikan karena

keuntungan ialah alasan mengapa individu terlibat dalam bisnis. Jika perusahaan mengalami penyusutan laba ataupun laba yang tidak normal, maka akan sulit untuk mempertahankan operasi perusahaan serta ketahanan bisnis (Murad Husni Abdulwahab 2015).

Selain itu, keberhasilan perusahaan bisa ditentukan oleh peningkatan modal, output, pelanggan, pengembangan bisnis, serta peningkatan fasilitas fisik bisnis. Seorang wirausahawan bisa mengoptimalkan berbagai aspek untuk mencapai kesuksesan ekonomi, termasuk kreativitasnya sendiri serta pengembangan ide - ide baru. Berdasarkan uraian di atas, bisa disimpulkan bahwa keberhasilan bisnis ialah tujuan utama, yang ditunjukkan oleh fakta bahwa operasi perusahaan berkembang serta bisnisnya berkembang.

Suatu usaha dikatakan berhasil jika menghasilkan laba, karena laba merupakan tujuan utama seseorang yang menjalankan usaha. Sukses bukanlah suatu kebetulan atau sesuatu yang jatuh dari langit. Sukses ialah produk dari prosedur yang metodis, perjalanan yang panjang, serta usaha yang tekun. Sukses selalu dinilai dari segi kekayaan, status, keluarga, serta ketenaran. Sukses besar menyiratkan perolehan semua sumber daya (Manerep Pasaribu 2016).

Keberhasilan suatu bisnis tergantung pada pertumbuhan perusahaan. Kata ini mengacu pada proses perluasan ukuran bisnis. Perkembangan perusahaan ialah proses bertambahnya jumlah individu, modal, serta faktor lainnya. Dengan demikian, bisa diketahui bahwa definisi sukses bisnis ialah tercapainya tujuan bisnis, dimana kesuksesan dihasilkan dari wirausahawan yang mempunyai otak cerdas, yaitu mereka yang inovatif, menjajaki kemajuan teknologi, serta bisa mempraktikkan dengan cara proaktif, serta ini bisa dilihat dari bisnis para pengusaha dimana situasi bisnis saat ini lebih bagus dari rentang waktu lebih dahulu serta mendeskripsikan lebih dari yang lain pada tingkat atau kelas yang sama.

Proses tercapainya sebuah keberhasilan usaha, ialah sebagai berikut (Manerep, 2016):

1. Tujuan serta kebijakan bisnis fungsi manajemen (seperti produksi serta pemasaran) wajib bersama – sama menunjukkan posisinya yang terkuat di pasar.

2. Tujuan serta kebijaksanaannya tumbuh dengan kekuatan diperbarui secara terus – menerus (dinamis) sebagai perusahaan serta berpotensi untuk berubah serta ancaman lingkungan eksternal
3. Mempunyai serta menggali kompetensi spesial selaku penganjur guna melaksanakan bisnis, misalnya dengan pengenalan merek yang kuat serta biaya produksi yang minimal. Proses ini wajib terus berkembang serta dinamis. Tingkat keuntungan perusahaan bisa menurun jika kemampuan khusus ini tidak dimodifikasi. Pada dasarnya, bisnis wajib mengembangkan daya saing yang unik untuk meningkatkan posisi negosiasi mereka di pasar serta untuk memenuhi kebutuhan persaingan

2.1.2.1 Faktor – Faktor Pendukung Keberhasilan Usaha

Menurut (Widodo 2020) Dalam mengukur kriteria keberhasilan suatu usaha, ada enam kriteria untuk mengukur keberhasilan tersebut, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Laba penjualan
2. Pangsa pasar
3. Pencapaian keuntungan penjualan
4. Laba setelah pajak
5. Laba bersih
6. Pencapaian keuntungan bersih

Penelitian yang dilakukan oleh (Yunita Sari 2021) yang meneliti tentang faktor penentu keberhasilan usaha menemukan bahwa keberhasilan dari usaha kecil ditandai oleh perilaku mau mengambil resiko dan inovasi.

Faktor – faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha menurut (Tambunan 2017) dapat dilihat dari dua faktor yaitu faktor eksternal serta faktor internal mempunyai dampak yang signifikan terhadap keberhasilan atau kegagalan seorang wirausahawan. Kemauan, keterampilan, serta kelemahan ialah elemen internal yang memberikan pengaruh. Peluang ialah keadaan yang dihasilkan dari perilaku diri eksternal.

Menurut (Asnawati 2021) Faktor keberhasilan UKM terdiri dari enam faktor yaitu promosi, branding, minat berwirausaha, passion, jiwa entrepreneur serta kekuatan jaringan.

1. Promosi

Promosi ialah kunci pertama keberhasilan UKM inovatif. Menurut sebagian besar responden, promosi sangat penting untuk pengembangan perusahaan. Promosi bisa mengubah sikap serta perilaku pelanggan yang sebelumnya tidak mengenal suatu produk, serta ketika calon konsumen mempunyai daya beli, dengan pengetahuan serta keakraban produk, mereka akan menjadi pembeli serta mengingat produk tersebut. Pengguna elemen – elemen promosi seperti iklan, promosi penjualan, tenaga penjualan, serta hubungan masyarakat diyakini mampu meningkatkan kinerja penjualan sebagai bagian dari program pemasaran terintegrasi.

2. Branding

Aspek kesuksesan kritis kedua bagi UKM kreatif ialah branding atau penciptaan merek. Branding ialah komponen penting dari upaya pemasaran. Merek ialah nama, lambang, kode, ataupun konsep, ataupun gabungan dari seluruhnya, yang mengenali serta kesimpulannya melainkan sesuatu produk ataupun layanan dari yang lain (Kotler and Kevin Lane Keller 2019).

3. Minat Berwirausaha

Dorongan berhubungan langsung dengan minat. Dorongan ialah kekuatan fundamental yang mendesak seseorang untuk berperan. Desakan ini terbisa dalam diri seorang serta memotivasinya untuk bertindak sejalan dengan dorongan batinnya.

4. Passion

Antusiasme, kecintaan pada kewirausahaan, kemauan untuk membuat risiko, serta kemampuan untuk melihat kemungkinan bisa mendorong kewirausahaan. Seorang wirausahawan wajib mempunyai kompetensi serta pengetahuan tentang bisnis yang akan didirikannya.

5. Jiwa Entrepreneur

Namun, kewirausahaan saat ini menjadi mata pelajaran yang bisa diajarkan di sekolah serta masyarakat, termasuk pengembangan jiwa kewirausahaan. Seorang wirausaha tidak hanya menyediakan pekerjaan bagi dirinya sendiri tetapi juga bisa mengurangi tingkat pengangguran di sekitar lingkungannya dengan mempekerjakan orang lain.

6. Jaringan Bisnis

Jaringan bisa dikatakan sebagai organisasi yang mengatur koordinasi serta memfasilitasi kerjasama antar unit organisasi. Biasanya, potongan - potongan ini berbentuk unit bisnis. Pentingnya jaringan bisnis untuk pengembangan UKM kreatif sangat penting. Jaringan usaha diharapkan bisa mengatasi masalah keuangan serta kedisiplinan pelaku usaha.

Modal merupakan faktor penting yang ikut menentukan keberhasilan usaha serta keberlanjutan suatu usaha. Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga pendapatan. Modal merupakan salah satu input atau faktor produksi yang dapat mempengaruhi pendapatan. Apabila modal meningkat maka produktivitas serta pendapatan juga akan ikut meningkat (Sukirno 2017).

Faktor lokasi usaha juga merupakan salah satu faktor yang ikut serta dalam mempengaruhi keberhasilan usaha. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh pelaku usaha dalam melakukan usahanya. Hal ini juga berlaku bagi UKM karena usaha yang keuangan dan modalnya belum stabil, sehingga pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak positif dalam keberhasilan usaha (Nitisusastro, 2015).

2.1.2.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut (Widodo 2020) Indikator dalam mengukur keberhasilan usaha yaitu sebagai berikut:

1. Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal
2. Jumlah produksi

3. Jumlah pelanggan
4. Perluasan usaha
5. Perluasan daerah pemasaran
6. Perbaikan sarana fisik dan
7. Pendapatan usaha

Keberhasilan dalam bisnis terkait dengan pertumbuhan organisasi. Kata tersebut mengacu pada proses perluasan ukuran bisnis. Perkembangan perusahaan ialah proses bertambahnya jumlah individu, modal, serta faktor lainnya.

Ada empat kriteria penting sebagai indikator keberhasilan usaha:

1. Kemampuan menyesuaikan diri
2. Produktivitas
3. Kepuasan kerja
4. Kemampuan mendapatkan laba serta pencarian sumber daya

Menurut Miftah & Pangiuk (2020) Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha ialah sebagai berikut:

1. (Profitabilitas/Profit) Laba merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan. Laba dari operasi ialah selisih antara pendapatan serta biaya.
2. Efektivitas serta Produktivitas Besar kecilnya produksi suatu perusahaan akan ditentukan oleh produktivitasnya. Hal ini akan berdampak pada besar kecilnya penjualan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi jumlah pendapatan, sehingga mempengaruhi ukuran keuntungan yang dihasilkan.
3. Daya saing ialah kapasitas atau keuletan untuk bersaing memperebutkan perhatian serta loyalitas konsumen. Sebuah perusahaan mungkin dianggap sukses jika bisa mengalahkan pesaing atau setidaknya bertahan dalam menghadapi mereka.
4. Kompetensi serta Etika Perusahaan, kompetensi ialah akumulasi kuantitatif serta kualitatif dari informasi, temuan penelitian, serta pengalaman dalam profesinya sehingga bisa melaksanakan inovasi sesuai dengan kebutuhan zaman.

5. Ketika membangun citra perusahaan yang positif, kepercayaan internal serta eksternal dibagi menjadi dua kategori: internal serta eksternal. Kepercayaan internal ialah kepercayaan atau keyakinan semua karyawan di dalam suatu organisasi. Kepercayaan eksternal, di sisi lain, ialah munculnya rasa percaya atau keyakinan dari semua pemangku kepentingan perusahaan, termasuk konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat luas, serta bahkan saingan.

Realisasi pendapatan yang layak sebagai penghargaan bagi pengusaha yang telah berjuang untuk mendirikan perusahaan mereka serta sebagai uang tambahan untuk pengembangan bisnis lebih lanjut merupakan indikasi keberhasilan bisnis. Perbedaan antara pendapatan serta pengeluaran relatif kecil, sehingga bisnis hanya bisa bertahan hidup dengan keinginan serta akan sulit untuk memperluas perusahaan mereka di masa depan. Akibatnya, salah satu tujuan utama wirausahawan sejak awal usahanya ialah terus berupaya meningkatkan rasio pendapatan terhadap biaya. Kriterianya ialah semakin besar ukurannya, semakin baik. Untuk alasan ini, pengusaha wajib secara bersamaan menerapkan inisiatif untuk meningkatkan pendapatan serta memotong pengeluaran.

2.1.3 Motivasi Usaha

Motivasi berwirausaha adalah suatu dorongan yang muncul dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan kegiatan usaha (Alfiyanti and Ardianti 2016). Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi berwirausaha yang tinggi harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin menjadi wirausaha yang sukses, karena motivasi berwirausaha yang tinggi akan bisa membentuk pola pikir dan mental mereka untuk selalu berusaha menjadi unggul dalam setiap usahanya.

Sebagaimana dikemukakan oleh (Alifia F Isye and Dwiridotjahjono Jojok 2019) motivasi berwirausaha merupakan “dorongan psikologis yang muncul dari dalam maupun luar individu untuk melakukan sesuatu secara mandiri”. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan

usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan.

Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh (Edison, Anwar, and Komariyah 2017) motivasi berwirausaha merupakan “daya penggerak/dorongan dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, serta memiliki orientasi terhadap laba”.

Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh (Adhari 2021) “motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi”.

2.1.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Usaha

Peran motivasi dapat menentukan sejauh mana keberhasilan dapat diraih. Motivasi juga menggambarkan suatu keadaan yang dapat mempengaruhi kinerja seseorang dalam bekerja. Akan tetapi sebuah motivasi yang timbul dalam diri seseorang tidaklepas dari berbagai faktor yang mendorongnya, terlebih dalam hal bekerja mana aspek-aspek internal maupun eksternal berperan aktif dalam tumbuhnya sebuah motivasi. Menurut Adhari (2021) secara umum faktor - faktor yang mempengaruhi motivasi kerja pegawai adalah:

1. Kebutuhan fisiologis Ditunjukkan dengan kebutuhan dasar manusia, oleh karena itu kebutuhan ini masih bersifat kebutuhan jasmani atau fisik, kebutuhan ini berupa pemberian kebutuhan sandang, papan dan pangan.
2. Kebutuhan rasa aman dan keselamatan Ditunjukkan dengan fasilitas keamanan dan keselamatan kerja yang diantaranya seperti adanya tunjangan kesehatan dan jasmani di hari tua.
3. Kebutuhan sosial Ditunjukkan dengan melakukan interaksi dengan orang lain yang diantaranya dengan menjalin hubungan kerja yang

harmonis, kebutuhan untuk diterima oleh orang lain dan kebutuhan akan rasa perasaan ikut berpartisipasi

4. Kebutuhan akan penghargaan Ditunjukkan dengan pujian dan promosi berdasarkan kemampuannya, yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh pegawai lain dan pimpinan terhadap prestasi kerja
5. Kebutuhan perwujudan diri Ditujukan dengan sifat pekerjaan yang menarik dan menantang, dimana pegawai tersebut akan menyerahkan kecakapan, keterampilan dan potensinya.

(Sutrisno 2019) motivasi dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

1. Faktor internal
 - a. Keinginan untuk dapat hidup
 - b. Keinginan untuk dapat memiliki
 - c. Keinginan untuk memperoleh penghargaan
 - d. Keinginan untuk memperoleh pengakuan
 - e. Keinginan untuk berkuasa
2. Faktor eksternal
 - a. Kondisi lingkungan kerja
 - b. Kompensasi yang memadai
 - c. Supervisi yang baik
 - d. Adanya jaminan pekerjaan
 - e. Status dan tanggung jawab
 - f. Peraturan yang fleksibel

Berdasarkan para ahli, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi meliputi faktor internal yang bersumber dari dalam individu dan faktor eksternal yang bersumber dari luar individu. Faktor internal seperti sikap terhadap pekerjaan, bakat, minat, kepuasan, pengalaman, dan lain-lain serta faktor eksternal seperti pengawasan, gaji, lingkungan kerja, kepemimpinan.

2.1.3.2 Indikator Motivasi Usaha

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan indikator motivasi berwirausaha yang dipaparkan oleh Shane, Locke & Collins (Alfiyanti dan Ardianti, 2016). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel motivasi berwirausaha yakni :

1. Kebutuhan akan prestasi (Need of achievement).

Bahwa individu yang tinggi dalam memiliki Need of achievement keinginan untuk berprestasi dibandingkan dengan individu yang Need of achievement nya rendah.

2. Pengambilan risiko (Risk taking).

Bahwa individu dengan kebutuhan prestasi tinggi akan memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko yang tinggi juga.

3. Toleransi terhadap ambiguitas (Tolerance for ambiguity)

Salah satu penghambat kreativitas adalah keengganan untuk berbeda dengan sesuatu yang menurut orang kebanyakan ganjil. Sebaliknya, seorang wirausaha memiliki toleransi untuk melakukan hal yang berbeda

4. Gairah (Passion)

Passion dalam arti sederhana adalah semangat yang besar disertai emosi yang kuat, hasrat yang membara atau burning desire. Ambisi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha.

2.1.4 Kreatifitas

Kreativitas memiliki pengertian yang bermacam-macam, ada yang menyebutkan kreativitas sebagai suatu sikap ataupun perilaku maupun tindakan, namun ada juga yang mendefinisikan kreativitas sebagai suatu cara berpikir semata. Mc. Pherson dalam (Suryana 2019) menyatakan bahwa kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Pengertian lainnya adalah kreativitas merupakan penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide-ide yang lebih baik.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia kreativitas berasal dari kata dasar kreatif, yaitu memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu (Yuwono Trisno 2018). Sedangkan kreativitas sendiri memiliki arti kemampuan untuk menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru yang berbeda dengan sebelumnya. Kreativitas merupakan kemampuan interaksi antara individu dan lingkungannya. Seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia berada, dengan demikian perubahan di dalam individu maupun di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif. Sedangkan siswa adalah pelajar atau peserta didik yang belajar pada jenjang pendidikan tertentu.

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa kreativitas siswa adalah kemampuan yang dimiliki oleh siswa atau peserta didik dalam menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Adapun kemampuan untuk berpikir kreatif menuntut beberapa hal, antara lain (Kusnadi 2017):

1. Sikap terbuka
2. Keberanian untuk berbeda dengan biasanya
3. Menguasai satu bidang dengan sangat baik
4. *Buying low, selling high* : melihat sesuatu dari yang tidak disukai banyak orang, kemudian mengolahnya dan memunculkan kembali menjadi sesuatu yang berbeda di saat yang tepat sehingga bernilai tinggi.

2.1.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Membiasakan berpikir kreatif bagi yang belum biasa adalah pekerjaan yang sulit, tetapi bukan berarti tidak bisa dilakukan. Hal ini disebabkan karena dalam kehidupan normal sehari-hari, setiap orang selalu dihadapkan hal-hal yang bersifat logis. Berpikir kreatif bukan kebalikan dari berpikir logis, tetapi berpikir kreatif adalah berpikir logis plus. Artinya, orang yang berpikir kreatif pada dasarnya tetap menggunakan prinsip berpikir logis tetapi dengan perspektif lain. Perspektif tersebut bisa berbentuk atribut, cara, dimensi, atau sudut pandang. Setiap orang mempunyai kemampuan berpikir logis, dan untuk menghasilkan karya kreatif ia perlu mengendalikan dirinya untuk berpikir lebih dan berbeda (Amir 2015).

Menurut Amir (2015) dalam jurnal adminika, bahwa sumber dari kreativitas adalah :

1. Imajinasi dan ide

Imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas. Imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia.

2. Pengalaman ide

Tahap proses kreatif ini seringkali dianggap sebagai tahap yang paling menyenangkan karena merupakan saat ditemukannya solusi atau ide yang dicari oleh seseorang.

3. Lingkungan Kreatif

Kreativitas dapat berkembang dalam suatu lingkungan yang tepat tidak ada perusahaan yang mempunyai manajer dan pemilik yang kreatif jika lingkungan yang mendukung berkembangnya kreativitas tidak berbentuk ciri-ciri lingkungan kreatif.

4. Berpikir Kreatif

Hasil penelitian terhadap otak manusia menunjukkan bahwa fungsi otak manusia di bagi menjadi dua bagian yaitu otak sebelah kiri dan otak sebelah kanan. Setiap bagian otak memiliki fungsi spesifik dan menangkap informasi yang berbeda. Sebelah kanan menggerakkan pikiran lateral dan meletakkan pada jiwa proses kreatif.

Menurut Zinmerer dalam (Suryana 2019) untuk menggerakkan keterampilannya proses kreatif digunakan otak sebelah kanan ciri-cirinya sebagai berikut ;

1. Selalu bertanya “Apa ada cara yang lebih baik ?”
2. Selalu menantang kebiasaan tradisi dan kebiasaan rutin.
3. Berefleksi (merenungkan) berfikir dalam.
4. Berani bermain mental, mencoba untuk melihat masalah dan perspektif yang berbeda
5. Menyadari kemungkinan banyak jawaban dari pada satu jawaban yang benar.

6. Melihat kegagalan dan kesalahan hanya sebagai jalan untuk mencapai sukses
7. Mengkorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk memecahkan masalah inovatif

Inovasi lebih dari sekadar ide yang baik suatu gagasan murni memegang peranan penting dan fikiran kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Meskipun demikian terdapat perbedaan yang signifikan antara sebuah ide yang timbul semata dari spekulasi dan ide yang merupakan hasil pemikiran riset pengalaman dan kerja yang sempurna adalah hal yang lebih penting.

2.1.4.2 Indikator Kreativitas

Indikator merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, dimana komponen-komponen untuk mengukur seorang yang mempunyai kreativitas dalam berwirausaha. Antonius Tanan dalam Suryana (2019) menyatakan dimensi dan indikator dari kreativitas adalah sebagai berikut :

1. Pencipta peluang, terdiri dari:
 - a. Antusias.
 - b. Bersemangat.
 - c. Berkembang.
2. Penemu, terdiri dari :
 - a. Gigih.
 - b. Tekun.
 - c. Serius.
3. Pengambil risiko yang diperhitungkan, terdiri dari :
 - a. Berani memulai.
 - b. Tidak malu-malu.
 - c. Tidak takut gagal atau rugi.

Berdasarkan indikator diatas, bahwa untuk mencapai atau mempunyai jiwa yang kreatif dapat melihat dari beberapa indikator yang disesuaikan dan diselaraskan dengan kemampuan diri, serta memahami setiap dari usaha yang

dilakukan kemudian diaplikasikan kedalam sebuah kegiatan terutama dalam berwirausaha.

2.1.5 Inovasi

Dalam menghasilkan produk perusahaan hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Beberapa ahli pemasaran mengungkapkan pendapatnya tentang pengertian produk. Menurut (Kotler and Armstrong 2019) produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Menurut Kotler dan Amstrong (2019) Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi poduk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara incidental (Lena Elitan and Lina Anatan 2016).

Inovasi mempunyai banyak arti penting yang mencakup hal-hal yaitu (Suryana, 2019):

1. Inovasi sebagai pembaharuan Pada dasarnya inovasi merupakan pembaharuan/pembaruan yang mengakibatkan penambahan nilai bagi pemakainya. Bertambahnya nilai produk perlengkapan ataupun pelayanan disebut dengan objek inovasi. Pembaruan ini merupakan akibat dari penerapan perubahan pada produk. adapun kunci keberhasilan inovasi yaitu meningkatnya nilai guna pemakai.
2. Inovasi sebagai perubahan Berubahnya wujud produksi dengan pembauran yang berakhir menjadi barang jadi.

3. Inovasi sebagai keunggulan Dengan inovasi berarti menciptakan kelebihan dalam wujud yang baru. Wujud Inovasi meliputi inovasi produk, proses, metode, teknologi dan manajemen.

Inovasi merupakan satu-satunya alternatif badan usaha untuk melawan kompetisi bisnis manajemen yang lebih lanjut. Ahmed and Shepherd dalam Sukmadi menjelaskan bahwa, “inovasi adalah cara merealisasikan gagasan baru yang dilakukan dengan produksi atau mengubah suatu produk menjadi nyata, baru dan berbeda. Untuk memenuhi target pasar, inovasi dilakukan dengan teknik produksi baru menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk. Dengan maksud lain, inovasi yaitu perubahan atau penemuan ide untuk memperbaiki dan mengembangkan guna mewujudkan kebutuhan para konsumen (Sukamdi, 2016).

Menurut UU No. 18 Tahun 2002 “Inovasi yaitu kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi”. Dari pemaparan Robbins dalam (Sukmadi 2016):

1. Gagasan baru, yakni proses berpikir untuk memecahkan gejala yang sedang terjadi, seperti pada aspek pendidikan. Ini merupakan penemuan gagasan terbaru dari pemikiran, ide, sistem pada gagasan yang membeku.
2. Produk dan jasa, tindakan untuk menindaklanjuti ide terobosan baru menggunakan macam-macam keaktifan, ketekunan, penyelidikan serta eksperimen hingga mendapatkan rencana yang kuat berupa produk dan jasa yang siap di urutkan dan ditetapkan, terutama inovasi pada bidang edukasi.
3. Usaha penyempurnaan, terstrukturanya usaha yang dijalankan dengan menyempurnakan lalu memperbaiki secara berkelanjutan hingga hasil dari inovasi dapat dinikmati.

Dapat dijelaskan bahwa inovasi yaitu penciptaan ide baru atau mengangkat sesuatu yang baru agar menguntungkan produk dan jasa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga inovasi merupakan langkah menciptakan produk maupun proses baru (Ibnu Hajar 2019). Inovasi bukan hanya sebatas pada wujud suatu

produk, namun mencakup sifat dan sikap dalam berperilaku, kampanye untuk melakukan perubahan dengan tata susunan kehidupan. Bisa digunakan untuk menggerakkan perubahan di segala segi kehidupan masyarakat bagi terwujudnya penyempurnaan martabat setiap pribadi serta segenap masyarakat yang berkaitan (Sukmadi 2016).

2.1.5.1 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Inovasi

Everett Rogers dalam bukunya Sukmadi (2016), menerangkan bahwa inovasi bukan saja berhubungan dengan keahlian atau sistem baru, akan tetapi lewat penilaian, dikarenakan dapat membawakan manfaat yang menguntungkan, bukan hanya mengimplikasikan dengan iptek baru, inovasi harus mengaitkan mengarah pada pergantian sosial. manfaat dari inovasi adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dengan menemukan ciptaan baru yang membantu dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia.
2. Memperkuat suatu perusahaan untuk meningkatkan pemasaran dan profit yang diperoleh.
3. Adanya kenaikan dalam kemampuan menyalurkan kreativitas kedalam wadah penciptaan sesuatu hal yang baru.
4. Keberagaman jenis produk di dalam pasar.

Inovasi dapat menunjang faktor pendukung seperti:

1. keinginan diri untuk berubah dari tidak bisa menjadi bisa dan dari tidak tahu menjadi tahu;
2. kebebasan berekspresi;
3. bimbingan mengenai cakupan wawasan yang luas;
4. sarana dan prasarana tersedia; dan
5. sikon yang harmonis, baik lingkungan keluarga, pergaulan, ataupun sekolah.

James Brian Quinn, menyebutkan bahwa faktor-faktor pendukung tercapainya suatu keberhasilan yaitu dengan (Hendro 2015):

1. Harus berorientasi pasar Banyak inovasi yang sekedar memecahkan masalah kreatif tetapi tidak mempunyai keunggulan bersaing dipasaran. Hubungan inovasi dengan pasar didalamnya terdapat para pesaing, persaingan, perubahan persaingan, penentu arah perubahan, dan perilaku konsumen.
2. Mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan Dengan nilai tambah (value added) mampu menjadikan pengungkit pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.
3. Efisiensi dan efektivitas Tanpa keduanya inovasi yang ditemukan tersebut tidak mempunyai arti apapun atau dampak bagi perkembangan perusahaan.
4. Sejalan dengan visi dan misi perusahaan Ini diperlukan agar tidak terjadi penyimpangan dalam proses pertumbuhan usaha.

2.1.5.2 Indikator Inovasi

Menurut (Kotler and Armstrong 2019) ada tiga indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, serta gaya dan desain produk.

1. Kualitas produk
Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.
2. Varian produk
Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.
3. Gaya dan Desain produk
Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.

2.2 Penelitian Relevan

Berikut adalah berbagai penelitian terdahulu yang menjadi referensi untuk penelitian ini sebagai berikut:

(Adin Kusumo Putro and Yoshi Takahashi 2024) melakukan penelitian berjudul *"Entrepreneurs' Creativity, Information Technology Adoption, and Continuance Intention: Mediation Effects of Perceived Usefulness and Ease of Use and the Moderation Effect of Entrepreneurial Orientation."* Penelitian ini menyelidiki pengaruh kreativitas pengusaha terhadap adopsi teknologi informasi (TI) dan niat untuk terus menggunakan TI, dengan fokus pada peran mediating dari perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEOU), serta moderasi dari orientasi kewirausahaan (EO). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada wajib pajak pengusaha pribadi yang terdaftar di kantor pajak di Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuasi-eksperimental dan analisis mediasi kausal untuk mengeksplorasi hubungan yang diusulkan. Hasil penelitian varians dalam PU terkait dengan tingkat kreativitas yang lebih tinggi. Kreativitas juga menjelaskan porsi yang lebih besar dari varians dalam PEOU dibandingkan dengan temuan sebelumnya. Temuan ini secara keseluruhan menjelaskan bagaimana kreativitas memengaruhi kesediaan pengusaha untuk mengadopsi dan terus menggunakan teknologi baru.

(Siti Nur Aziza and Diana Ma'rifah 2017) meneliti peran motivasi usaha sebagai mediator antara inovasi, kreativitas, dan keberhasilan usaha pengusaha batik tulis di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini melibatkan 58 pengusaha dan menggunakan analisis Partial Least Square (PLS). Hasilnya menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan, dengan motivasi memediasi hubungan keduanya. Sebaliknya, inovasi tidak berpengaruh terhadap motivasi atau keberhasilan, sehingga motivasi tidak memediasi hubungan inovasi dengan keberhasilan usaha.

(Rahman DK 2015) meneliti pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha industri kecil melalui motivasi usaha sebagai variabel mediasi, dengan fokus pada pengusaha UKM kerajinan bambu di Desa Gintangan, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini melibatkan 35 responden dan menggunakan analisis jalur (path analysis) dengan SPSS. Hasilnya menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan

usaha melalui motivasi usaha, yang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha industri kecil di wilayah tersebut.

(Nurjanah and Rita Meiriyanti 2023) meneliti pengaruh motivasi, inovasi, dan kompetensi terhadap keberhasilan UMKM, dengan kemampuan usaha sebagai variabel intervening. Penelitian ini melibatkan 110 responden dari karyawan Jenang Mubarakfood Cipta Delicia Kudus, dan menggunakan analisis PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Model). Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan kompetensi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM, sedangkan inovasi tidak berpengaruh langsung. Motivasi tidak mempengaruhi keberhasilan yang dimediasi oleh kemampuan usaha, namun inovasi dan kompetensi berpengaruh positif terhadap keberhasilan ketika dimediasi oleh kemampuan usaha.

(Kalil 2020) meneliti dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan 100 responden pelaku usaha (pemilik atau manajer) dan analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Penelitian ini menyarankan UKM untuk mengoptimalkan kreativitas dan meningkatkan inovasi produk demi peningkatan kinerja.

(Holilurrohman et al. 2023) meneliti pengaruh minat usaha, kreativitas, inovasi, motivasi, dan modal usaha terhadap keberhasilan wirausaha muda di Kecamatan Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pelaku usaha di alun-alun Kecamatan Bangkalan, dan melibatkan 30 pedagang melalui teknik sampling jenuh. Analisis dilakukan menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat usaha, kreativitas, inovasi, dan modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, sementara motivasi tidak berpengaruh secara signifikan.

(Yunita Sari 2021) meneliti pengaruh kreativitas dan motivasi terhadap keberhasilan usaha bisnis kuliner di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Penelitian ini menggunakan desain survei dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan 45 responden dari usaha kuliner di Kabupaten OKU. Metode analisis yang digunakan

adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas dan motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, dengan kreativitas dan motivasi sebagai variabel bebas dan keberhasilan usaha sebagai variabel terikat.

(Ginancar, Agus Syarif, and Novita Ekasari 2022) meneliti pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha mebel di Kabupaten Batanghari. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kedua variabel tersebut terhadap keberhasilan usaha. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan 38 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, baik kreativitas maupun inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha produk mebel.

(Diah Ayu Susanti and Nanik Ermawati 2022) meneliti pengaruh motivasi dan kreativitas terhadap keberhasilan kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dengan fokus pada UMKM jenang di Kabupaten Kudus. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kedua variabel tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 72 responden, dan dianalisis menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik motivasi maupun kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan kewirausahaan UMKM.

(Komang Indrajita, A.A Ngr. Gede Sadiartha, and Gede Aryana Mahayasa 2021) meneliti pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja karyawan di PT. Tohpati Grafika Utama Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut baik secara parsial maupun simultan. Sampel yang digunakan terdiri dari 40 responden, dan analisis dilakukan dengan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT. Tohpati Grafika Utama Denpasar.

(Hari Susanto 2020) meneliti pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kalimantan Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari kreativitas (X1) dan inovasi (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 40 UMKM di Kalimantan Tengah, dengan analisis menggunakan

regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa baik kreativitas maupun inovasi memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengujian hipotesis menggunakan uji t mengungkapkan bahwa variabel kreativitas dan inovasi masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

(Eva Weinberger et al. 2018) melakukan penelitian berjudul "Having a Creative Day: Understanding Entrepreneurs' Daily Idea Generation through a Recovery Lens." Penelitian ini bertujuan untuk memberikan perspektif baru dalam memahami kreativitas pengusaha, dengan menekankan pentingnya proses pemulihan dalam menghasilkan ide. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang melibatkan 62 pengusaha dan dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas adalah sifat penting untuk kewirausahaan dan kesuksesan bisnis. Para peneliti mengeksplorasi bagaimana pemulihan dari stres kerja mempengaruhi penciptaan ide harian pengusaha, yang merupakan aspek kunci dari kreativitas. Pemulihan fisiologis dan mental memungkinkan proses kognitif pemecahan masalah yang kreatif. Selain itu, perbedaan dalam proses pemulihan mental membantu menjelaskan perubahan terkait usia dalam kreativitas pengusaha.

(Umi Hidayati and Suharto 2020) melakukan penelitian berjudul "Effect Of Ability And Creativity On Student Business Success." Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh kemampuan dan kreativitas terhadap kesuksesan bisnis. Sampel penelitian terdiri dari 85 mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan di STKIP PGRI Nganjuk. Teknik pengumpulan data menggunakan metode perpustakaan dan studi lapangan, yang mencakup observasi, wawancara, dan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif, serta uji statistik menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh kemampuan terhadap keberhasilan bisnis. 2) Terdapat pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan bisnis. 3) Kemampuan kewirausahaan dan kreativitas secara bersamaan mempengaruhi keberhasilan bisnis.

(Dahlan, Yana Priyana, and Rahmawati Syam 2023) melakukan penelitian berjudul "The Influence of Innovation, Creativity, and Risk-Taking on

Entrepreneurial Growth and SMEs Performance in Sukabumi City." Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh inovasi, kreativitas, dan pengambilan risiko terhadap pertumbuhan kewirausahaan dan kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Sukabumi. Survei dilakukan terhadap 150 UKM di wilayah tersebut untuk mengumpulkan data mengenai inovasi, kreativitas, perilaku pengambilan risiko, serta indikator kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan kreativitas secara signifikan memengaruhi pertumbuhan dan kinerja UKM. Sementara itu, pengambilan risiko memiliki dampak yang lebih lemah. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi pembuat kebijakan serta pemilik atau pengelola UKM di Kota Sukabumi dan daerah lain dengan konteks ekonomi serupa, menyoroti kebutuhan untuk mempromosikan dan mendukung praktik inovatif dan kreatif di antara UKM.

(Mohamad Fauzi and Tjiptogoro Dinarjo Soehari 2020) melakukan penelitian berjudul "The Effect of Entrepreneurial Attitudes, Innovation, and Creativity on Business Success in the Garment Industry (CV. Celbym and Yeiko)." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara sikap kewirausahaan, inovasi, dan kreativitas terhadap kesuksesan bisnis. Studi ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala Likert 5 poin, melibatkan 74 responden. Analisis data dilakukan dengan uji regresi berganda dan korelasi matriks antar dimensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap kewirausahaan, inovasi, dan kreativitas memiliki efek signifikan terhadap kesuksesan bisnis dalam industri garment.

(Aisyah Nur Wastuti, Wulan Sumekar, and Agus Subhan Prasetyo 2021) melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Pengolahan Pisang di Kelurahan Rowosari, Semarang." Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis tingkat motivasi dan kemampuan usaha. 2) Menganalisis tingkat keberhasilan usaha. 3) Menganalisis pengaruh motivasi dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha. Penelitian dilakukan pada bulan Agustus – September 2020, melibatkan 32 UMKM pengolahan pisang yang tergabung dalam kelompok UMKM Mekarsari. Penentuan responden menggunakan metode sampling jenuh, dengan total responden sebanyak

32 pelaku UMKM. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Tingkat motivasi dan kemampuan usaha tergolong tinggi. 2) Tingkat keberhasilan usaha juga tergolong tinggi. 3) Variabel motivasi dan kemampuan usaha berpengaruh nyata terhadap keberhasilan usaha, baik secara serempak maupun parsial.

(Fitri Masraya Siregar et al. 2021) melakukan penelitian berjudul "The Influence of Entrepreneurial Competence, Motivation, Creativity and Innovation on SMEs Performance." Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan, motivasi, dan inovasi terhadap kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di sebuah kedai kopi di Ajamu, Kecamatan Panai Hulu, Kabupaten Labuhanbatu. Studi ini dilakukan di sebuah coffee shop di Ajamu, dengan mengambil sampel dari 160 responden. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis jalur dengan bantuan perangkat lunak Amos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kompetensi kewirausahaan tidak memiliki efek positif dan signifikan pada keberhasilan kinerja UMKM. 2) Motivasi memiliki efek positif dan signifikan pada keberhasilan kinerja UMKM. 3) Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan kinerja UMKM. 4) Motivasi tidak memoderasi pengaruh kreatifitas pada kinerja UMKM. 5) Motivasi tidak memoderasi pengaruh inovasi pada kinerja UMKM.

(Alkusani 2021) Penelitian berjudul "The Influence of Entrepreneurship, Creativity and Business Location on Business Success" bertujuan untuk mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan, kreativitas, dan lokasi usaha terhadap keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan populasi penelitian sebanyak 51 UKM. Teknik analisis yang diterapkan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jiwa kewirausahaan, kreativitas, dan lokasi usaha memiliki pengaruh signifikan baik secara individu maupun simultan terhadap keberhasilan usaha.

(Senen Machmud 2017) Penelitian berjudul "The Effect of Motivational Entrepreneurship on Business Performance of SMEs Moderated by Process Innovation" bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap proses inovasi dan kinerja pengusaha. Populasi penelitian ini meliputi dua

pusat bisnis di Bandung: Sentra Rajut Binongjati (bisnis merajut) dan Sentra Kaos Suci (pusat bisnis kaos). Sampel yang diambil terdiri dari 154 pemilik UKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motivasi kewirausahaan, tidak memoderasi pada proses inovasi terhadap keberhasilan kinerja bisnis. Ini menunjukkan bahwa motivasi pencapaian, willingness to take risks, dan efikasi diri dapat memfasilitasi proses inovasi dan meningkatkan kinerja bisnis.

(Mochamad Heru Riza Chakim et al. 2022) Penelitian berjudul "From Creativity to Innovation: An Entrepreneur Strategic Management for Business Development" bertujuan untuk memahami peran kreativitas dalam mendorong inovasi dalam bisnis, serta peningkatan manajemen dan strategi bisnis yang menguntungkan dan berkelanjutan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang ditujukan kepada pengusaha, dan analisis dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini menemukan bahwa pengusaha perlu memiliki kreativitas berkelanjutan untuk mendapatkan inovasi terbaru agar dapat bersaing di era persaingan ekonomi. Pentingnya pengelolaan manajemen, baik dalam aspek produksi maupun penjualan, juga ditekankan.

(R Susanto Hendiarso et al. 2021) Penelitian berjudul "The Influence of Creativity and Innovation on the Development of Entrepreneurship (Case Study on Fostered Business Chamber of Commerce and Industry / Kadin West Java)" bertujuan untuk mempelajari pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap pengembangan kewirausahaan berskala internasional di Kamar Dagang Jawa Barat di Bandung. Metode yang digunakan adalah survei analitik deskriptif dengan total sampel 51 responden. Karakteristik yang diukur mencakup kreativitas kewirausahaan, inovasi kewirausahaan, dan pengembangan kewirausahaan, dengan data primer sebagai sumber informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan kewirausahaan. Inovasi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan kewirausahaan. Secara keseluruhan, kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap pengembangan kewirausahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Peneliti menggunakan variabel kreativitas, dan inovasi sebagai variabel bebas (X) yang mempengaruhi variabel terikat (Y) keberhasilan usaha, sedangkan sebagai variable laten (Z) motivasi usaha disebut variable mediator. Pemilihan variabel tersebut didasarkan dari penelitian terdahulu dengan menambah variabel motivasi usaha sebagai pembeda dari penelitian terdahulu. Alasan menjadikan variabel motivasi usaha karena untuk melihat apakah kemampuan motivasi usaha akan tetap memperkuat pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada kegiatan car free day di Kota Jambi. Dijelaskan sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut (Buchari Alma 2019), kreativitas menjadi sangat penting menciptakan keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup bisnis. Menurut Zimmere dalam buku Buchari (2019), mengemukakan kreativitas adalah mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang dihadapi. Kreativitas dapat berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kesuksesan usaha, terbukti karena kreativitas produksi yang tinggi akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha yang tinggi pula karena sikap rasa percaya diri mampu menuntaskan perasaan takut gagal dalam menjalankan usaha dan dapat menimbulkan manfaat baik yaitu berhasil dengan masuk kategori produksi yang dipercaya oleh publik sebagai produksi kreatif.

2.3.2 Pengaruh Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan kemauan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, Adapun harapan yang dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk merupakan akumulasi dari macam – macam proses yang saling berpengaruh antara yang satu dengan yang lain. Myers dan Marquis dalam Kotler, (2019). Menurut Rahmayanti, et al (2015) Usaha untuk memenangkan persaingan usaha harus melakukan inovasi karena dengan berinovasi nilai tambah suatu produk

akan meningkat. Khususnya dalam pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan dalam persaingan pasar. 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.

2.3.3 Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh motivasi dimana salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat dalam berwirausaha. Motivasi sebagai dorongan mental yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku manusia atas dasar kebutuhan oleh karena itu dengan adanya motivasi diharapkan dapat mencapai hasil yang maksimal dalam keberhasilan usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh (Nurvita and Budiarti 2019) menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Kemudian penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari 2021) dimana juga menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Motivasi dapat mendorong seorang wirausaha memiliki kemauan yang kuat dan gigih dalam menjalankan usahanya untuk mencapai keberhasilan usaha. Motivasi merupakan kunci utama yang seringkali menjadikan suatu pihak memiliki keunggulan kompetitif. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu, dengan semakin tinggi motivasi yang dikeluarkan pada diri wirausaha maka diharapkan akan berdampak pada keberhasilan usaha tersebut.

2.3.4 Motivasi Usaha Memoderasi Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Dalam berwirausaha, kreativitas dan keberhasilan usaha merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, keduanya ibarat anak panah yang meleket sehingga membuat usaha terus berkembang dan menghasilkan keuntungan. Dalam

menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan perekonomian global, kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif tetapi juga untuk keberlanjutan bisnis. Artinya, menghadapi tantangan global memerlukan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan berjiwa wirausaha. Jiwa wirausahalah yang mampu menciptakan nilai tambah dan keunggulan. Nilai tambah ini tercipta dari kreativitas seorang wirausaha (Wiranawata 2019).

Dengan meningkatkan motivasi usaha sebagai suatu dorongan yang muncul dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan bisnis dengan kreativitas dan inovasi yang dimiliki, dengan dorongan yang muncul tersebut, maka pelaku usaha akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi usaha yang tinggi harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin menjadi pebisnis yang sukses, karena motivasi usaha yang tinggi akan bisa membentuk pola pikir dan mental mereka untuk selalu berusaha menjadi unggul dalam setiap usahanya. Kreativitas memberikan kontribusi secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Adapun pengaruh yang signifikan tersebut memiliki makna semakin baik dan meningkatnya motivasi yang diberikan untuk usaha, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat.

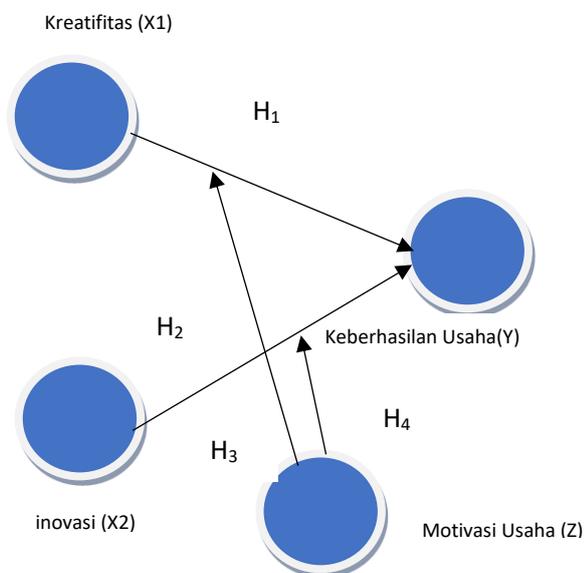
2.3.5 Motivasi Usaha Memoderasi Pengaruh Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Inovasi merupakan sebagai sebuah konsep yang mengacu pada proses yang dilakukan individu/perusahaan dalam menemukan dan membuat konsep produk, cara, dan ide baru. Tujuannya untuk mengembangkan atau memberi warna baru bagi produk, cara, atau ide yang telah ada sebelumnya. Inovasi dapat juga diartikan sebagai proses membuat atau menciptakan cara baru untuk melakukan sesuatu. (Widiastuti 2021). Inovasi (innovation) pada dasarnya adalah kemampuan menerapkan kreativitas untuk memecahkan masalah dan kesempatan untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan (Suryana 2019). Dalam konteks bisnis, inovasi dapat berkaitan dengan dimoderasi oleh motivasi usaha. Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat

mencapai tujuan organisasi dimana dipengaruhi oleh kemampuan usaha dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu. Peran motivasi seseorang sangat penting dalam berwirausaha, karena motivasi dapat menentukan sejauh mana keberhasilan dapat diraih. Motivasi menggambarkan keadaan yang mempengaruhi berbagai aspek dari proses kewirausahaan (Dwi Gemina & Ahmad Ginanjar, 2019).

Meningkatkan motivasi usaha sebagai suatu dorongan yang muncul dari dalam diri maupun dari luar diri seseorang untuk melakukan bisnis dengan kreativitas dan inovasi yang dimiliki, dengan dorongan yang muncul tersebut, maka pelaku usaha akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Motivasi usaha yang tinggi harus dimiliki oleh setiap orang yang ingin menjadi pebisnis yang sukses, karena motivasi usaha yang tinggi akan bisa membentuk pola pikir dan mental mereka untuk selalu berusaha menjadi unggul dalam setiap usahanya. Kreativitas memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan usaha. adapun pengaruh yang signifikan tersebut memiliki makna semakin baik dan meningkatnya motivasi yang diberikan untuk usaha, maka keberhasilan usaha akan semakin meningkat.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka model dalam penelitian ini dapat digambarkan skema sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut diatas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada kegiatan car free day di Kota Jambi.
2. Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada kegiatan car free day di Kota Jambi.
3. Motivasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada kegiatan car free day di Kota Jambi.
4. Motivasi usaha mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada kegiatan car free day di Kota Jambi.
5. Motivasi usaha mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha pada kegiatan car free day di Kota Jambi.