

PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN UMKM FOOD COURT

Eny Rochmatulaili¹

Fakultas Ekonomi, Universitas Yos Soedarso; enyosyess@gmail.com

Suyanto²

Fakultas Ekonomi, Universitas Yos Soedarso; soeyantomu142@gmail.com

Muhammad Alif Rahman³

Fakultas Ekonomi, Universitas Yos Soedarso; muhammadalifrahman2109@gmail.com

ABSTRACT

From various aspects, the role of MSMEs in the national economy involves the government in formulating the Development Program in the National Medium Term Development Plan (RPJMN). The 2004-2009 RPJMN emphasizes a program to develop a business support system for MSMEs and a program for developing entrepreneurship and competitiveness. This concerns the formation of business behavior to achieve a more successful or successful performance and structure of micro, small and medium enterprises.

According to Widayatun "Creativity is the ability to solve problems, which gives individuals creating original / adaptive ideas their full usefulness function to develop".

Keywords: Creativity; UMKM; RPJMN.

ABSTRAK

Peranan UMKM dalam perekonomian nasional dari berbagai aspek melibatkan pihak pemerintah dalam menyusun Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). RPJMN tahun 2004-2009 menekankan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dan program pengembangan kewirausahaan dan kemampuan bersaing. Hal ini menyangkut pembentukan perilaku usaha untuk mencapai kinerja dan struktur usaha mikro kecil menengah yang lebih berhasil atau sukses.

Menurut Widayatun "Kreativitas adalah suatu kemampuan untuk memecahkan masalah, yang memberikan individu menciptakan ide-ide asli/adaptif fungsi kegunaannya secara penuh untuk berkembang".

Kata kunci : Kreativitas; UMKM; RPJMN.

PENDAHULUAN Latar Belakang

Inovasi merupakan elemen penting dalam perusahaan dengan menciptakan aktivitas bisnis baru dalam menghasilkan pertumbuhan dan memastikan kelangsungan hidup bagi bisnis yang ada agar mendapatkan keunggulan kompetitif namun intinya adalah bahwa inovasi didorong oleh individu yang kreatif dan giat dan tidak terjadi secara spontan "(Lowe & Mariott, 2006)". Dalam dimensi, "Inovasi adalah proses menciptakan, bereksperimen, mengubah tidak hanya apa yang ditawarkan tapi caranya. Di mana ditawarkan "model bisnis". (Lowe & Mariott, 2006).

Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2004-2009 menekankan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dan program pengembangan kewirausahaan dan kemampuan berdaya saing (RPJMN, 2005). Pemerintah memberikan perhatian terhadap UMKM disebabkan karena UMKM memiliki peranan dalam perekonomian nasional. Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat besar dan telah terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa pada saat krisis ekonomi tahun 1997.

Scarborough & Zimmerer (2005) menyatakan bahwa pemulihan krisis ekonomi berjalan selama tujuh tahun dan beberapa studi telah menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia tidak hanya mengandalkan peranan usaha besar, tetapi UMKM terbukti mempunyai ketahanan relatif lebih baik dibandingkan dengan usaha skala lebih besar. Tidak mengherankan bahwa baik pada masa krisis dan masa pemulihan perekonomian Indonesia saat ini, UMKM memiliki peranan yang sangat strategis dan penting ditinjau dari berbagai aspek. Pertama, jumlah industrinya yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Kedua, potensinya yang besar dalam menciptakan lebih banyak kesempatan kerja bila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala lebih besar. Ketiga, kontribusi UMKM dalam pembentukan PDB cukup signifikan. Keempat, memiliki sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil.

Stel, Carree, Thurik & Zoetermeer (2004) menyatakan bahwa Peranan UMKM dapat dikatakan sangat penting dalam perekonomian nasional. Peranan tersebut terutama dalam aspek-aspek seperti peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, dan peningkatan ekspor nonmigas.

Hadiyati (2010) menyatakan bahwa survey dari BPS mengidentifikasi berbagai kelemahan dan permasalahan yang dihadapi UMKM berdasarkan prioritasnya, yaitu meliputi: (a) kurangnya permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) persaingan usaha yang ketat, (d) kesulitan bahan baku, (e) kurang teknis produksi dan keahlian, (f) kurangnya keterampilan manajerial (SDM), dan (g) kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa tujuan dari pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah:

- a. Mewujudkan struktur ekonomi perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
- b. Menumbuh dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, dan;
- c. Meningkatkan peran mikro, kecil, dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan pekerjaan, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Upaya pemerintah dalam mempertahankan pertumbuhan UMKM telah menghasilkan dua program strategis, yakni program kewirausahaan dan program kemitraan. Program kewirausahaan akan menjadi basis dalam pengembangan sumber daya manusia. Hal ini dipandang penting dan strategis karena sumber daya manusia adalah elemen dasar yang menjadi subyek atau pelaku pembangunan. Semakin langkanya sumber daya alam dapat diatasi bila sumber daya manusia berkualitas. Ternyata dalam kalkulus pembangunan ekonomi, kewirausahaan menjadi faktor penting yang selama ini agak terlupakan.

Kewirausahaan merupakan karakteristik kemanusiaan yang berfungsi besar dalam mengelola suatu bisnis, karena pengusaha yang memiliki jiwa kewirausahaan akan memperlihatkan sifat pembaharu yang dinamis, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan kewirausahaan yang tinggi maka manajemen akan dapat diperbaiki secara terus menerus.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh kreativitas dan inovasi baik secara parsial maupun simultan terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan Seberapa tingkat kreativitas berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung¹, Apakah inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung².

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui sampai seberapa tingkat kreativitas berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung¹. Untuk mengetahui apakah inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung².

Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung, Perguruan Tinggi, dan bagi penulis sendiri. Adapun secara rinci, manfaat penelitian ini adalah Bagi kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung, penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi bahan untuk mengetahui pengaruhnya kreativitas dan inovasi terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung¹. Bagi Perguruan Tinggi, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk tambahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang². Bagi penulis, dengan melaksanakan penelitian ini diharapkan akan dapat lebih memiliki wawasan yang lebih luas mengenai kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung³.

Tinjauan Pustaka

- **Landasan Teori**

- **Kreativitas**

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Atribut orang yang kreatif adalah: terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancarkemampuan untuk mengerik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, dan selektif

“Ernani Hadiyati 2011”. Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan. Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to innovate*) sesuatu yang baru, misalnya: sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai *corporate* baru, proses-proses *manufacture* yang baru, produk-produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, cara-cara baru dalam pengambilan keputusan.

Suryana (2003) menyatakan bahwa kreativitas adalah: “Berpikir sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”. Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan).

- Roe dalam *Frinces* (2004) menyatakan bahwa syarat-syarat orang yang kreatif yaitu:
 - 1) Keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*).
 - 2) Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*observance seeing things in unusual ways*).
 - 3) Keinginan (*curiosity*) Toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance of apporites*).
 - 4) Kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan (*independence in judgement, thought and action*).
 - 5) Memerlukan dan menerima otonomi (*needing and assuming autonomy*).
 - 6) Kepercayaan terhadap diri sendiri (*self-reliance*).
 - 7) Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (*not being subject to group standart and control*).

Ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (*willing to take calculated risks*). Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan gagasan baru dan untuk menemukan cara baru untuk melihat masalah dan peluang. Solusi untuk masalah dan kesempatan untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan masyarakat. Harvard Theodore Levitt mengatakan kreativitas sedang memikirkan hal-hal baru. Singkatnya, pengusaha sukses dengan berpikir dan melakukan hal-hal baru atau hal-hal lama dengan cara baru. Cukup memiliki ide baru yang hebat tidak cukup mengubah ide menjadi produk nyata. Layanan atau usaha bisnis adalah langkah penting berikutnya (Scarborough & Zimmerer, 2005).

Inovasi

Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi “Everett M. Rogers (1983)”.

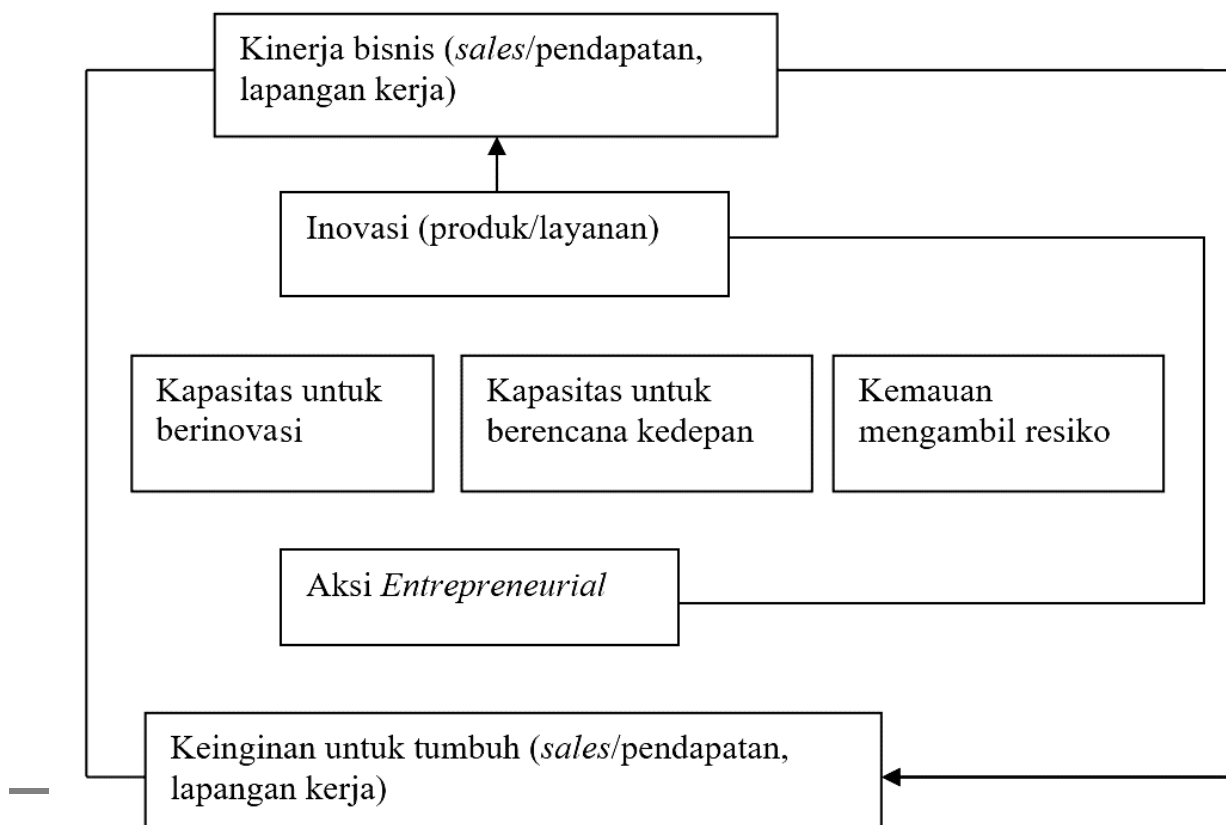
Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang: a. Inovasi produk (barang, jasa, ide, dan tempat), b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dll). Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut: a. Menganalisis peluang, b. Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, c. Sederhana dan terarah, d. Dimulai dari yang kecil, dan e. Kepemimpinan Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) inovasi yaitu: “sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan”.

Keeh, *et.al* (2007) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut:

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha *entrepreneurial* untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.
2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang me-nimbulkan inovasi.
3. Konsumen saat ini lebih pintar dan menuntut pemenuhan kebutuhan. Harapan dalam pemenuhan kebutuhan mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Oleh karena itu skill inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan.
4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Untuk lebih jelasnya, proses kewirausahaan, inovasi dan kinerja dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber: Keeh, et al (2007) Gambar 1.1.

Gambar 1. Proses *Entrepreneurial*, Inovasi dan Kinerja Bisnis.

✚ Pengertian Kewirausahaan

Kata *entrepreneurship* yang dahulunya sering diterjemahkan dengan kata kewiraswastaan akhir-akhir ini diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. *Entrepreneur* berasal dari bahasa Perancis yaitu *entreprenre* yang artinya memulai atau melaksanakan. Wiraswasta/wirausaha berasal dari kata: Wira: utama, gagah berani, luhur; swa: sendiri; sta: berdiri; usaha: kegiatan produktif (Ernani Hadiyati, 2011).

Dari asal kata tersebut, wiraswasta pada mulanya ditujukan pada orang-orang yang dapat berdiri sendiri. Di Indonesia kata wiraswasta sering diartikan sebagai orang-orang yang tidak bekerja pada sektor pemerintah yaitu; para pedagang, pengusaha, dan orang-orang yang bekerja di perusahaan swasta, sedangkan wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai usaha sendiri.

Yaghoobi, Salarzahi, Aramesh dan Akbari (2010) menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri.

Jong and Wenekers (2008) menyatakan bahwa kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengambilan resiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan. Kata kunci dari kewirausahaan adalah: pengambilan resiko, menjalankan usaha sendiri, memanfaatkan peluang-peluang, menciptakan usaha baru, pendekatan yang inovatif, mandiri (misal; tidak bergantung pada bantuan pemerintah).

Secara umum posisi wirausahawan adalah menempatkan dirinya terhadap risiko atau guncangan-guncangan dari perusahaan yang dibangunnya (*venture*). Wirausahawan memiliki risiko atas finansialnya sendiri atau finansial orang lain yang dipercayakan kepadanya dalam memulai suatu. Ia juga berisiko atas keteledoran dan kegagalan usahanya. Sebaliknya manajer lebih termotivasi oleh tujuan yang dibebankan dan kompensasi (gaji dan *benefit* lainnya) yang akan diterimanya. Seorang manajer tidak toleran terhadap sesuatu yang tidak pasti dan membingungkan dan kurang berorientasi terhadap resiko dibandingkan dengan wirausahawan. Manajer lebih memilih gaji dan posisi yang relatif aman dalam bekerja.

Wirausahawan lebih memiliki keahlian intuitif dalam mempertimbangkan suatu kemungkinan atau kelayakan dan perasaan dalam mengajukan sesuatu kepada orang lain. Di lain pihak, manajer memiliki keahlian yang rasional dan orientasi yang terperinci (*rational and detailed-oriented skills*).

Wirausaha merupakan pengambilan resiko untuk menjalankan sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri tidak bergantung kepada pemerintah atau pihak-pihak lain dalam menghadapi segala tantangan persaingan.

Inti dari kewirausahaan adalah pengambilan resiko, menjalankan sendiri, memanfaatkan peluang-peluang, menciptakan baru, pendekatan yang inovatif, dan mandiri.

Baldacchino (2009) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang. Kreativitas kemampuan untuk

mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Intinya kreativitas adalah memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Intinya inovasi adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu yang baru dan berbeda.

Seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide baru yang dihasilkan dari suatu kreativitas. Kreativitas inilah yang akan membawa wirausahawan untuk berinovasi terhadap usahanya.

Pengertian UMKM

Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dijelaskan dalam UU Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Berdasarkan UU Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) No. 20 Tahun 2008 pada Bab IV pasal 16 menetapkan kriteria UMKM sebagai berikut:

1. Kriteria Usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,- (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau;
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (Tiga Ratus Juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,- (Lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp 500.000.000,- (Lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,- (Tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,- (Dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,- (Lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,- (Dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,- (Lima puluh milyar rupiah).

Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah atau sub masalah yang diajukan oleh peneliti yang dijabarkan oleh tinjauan pustaka (kerangka pemikiran).

Berdasarkan tinjauan pustaka atau kerangka pemikiran dan hasil penelitian terdahulu maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Kreativitas berpengaruh secara *parsial* terhadap variabel kewirausahaan.
 H2 : Inovasi berpengaruh secara *parsial* terhadap variabel kewirausahaan.
 H3 :Kreativitas dan inovasi berpengaruh secara *simultan* terhadap variabel kewirausahaan.

Metode

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey yaitu metode untuk pengumpulan data primer pada informasi yang diperoleh dari responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket.

Menurut Sugiono (2008),metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkrit, teramati,dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan anilisisnya menggunakan statistik.

Tempat dan Waktu Penelitian

Untuk pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan, maka penulis melakukan penelitian pada bulan Maret sampai Juli 2020. Penelitian dilaksanakan di *Food Court* Pasar Rame Wiyung yang berlokasi di Wiyung Surabaya.

Waktu Penelitian dijelaskan dalam tabel berikut :

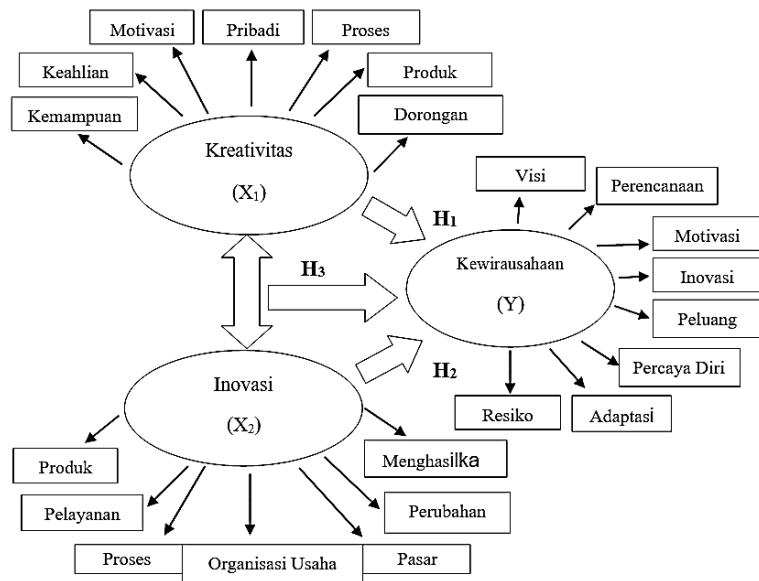
Tabel 3.1.
Tempat dan Waktu Penelitian

No	Uraian kegiatan	Periode Bulan Maret s/d Agustus 2020					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust
1	Observasi	////					
2	Menyusun Proposal	////	////				
3	Bimbingan Skripsi			////	////	////	////
4	Pengumpulan Data				////	////	////
5	Mengolah Data				////	////	////
7	Ujian Skripsi						////

Kerangka Konsep

Desain Penelitian

Gambar 3.1.
Desain Penelitian



Keterangan:

- H₁ : Pengaruh X₁ terhadap Y
- H₂ : Pengaruh X₂ terhadap Y
- H₃ : Pengaruh X₁ dan X₂ terhadap Y

Kerangka penelitian merupakan bagian terpenting dalam suatu laporan hasil penelitian. Selain menggambarkan model konseptual penelitian, juga sebagai gambaran secara umum proses penelitian tersebut dilakukan.

Menurut Umar Sekarang (2006;14), kerangka penelitian merupakan model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai masalah yang penting. Suatu konseptual memberikan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah penelitian.

Berdasarkan beberapa uraian konsep dan teori di atas, maka kerangka konseptual penelitian ini dapat dirumuskan dengan desain penelitian seperti berikut; dimana variabel Kreativitas(X-1),Inovasi (X-2),secara langsung berpengaruh terhadap variabel Kewirausahaan UMKM(Y).

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi menurut Sumarni da Wahyuni (2006:69) adalah keseluruhan obyek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas.

Menurut Djarwanto (1993), populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan dalam individu) yang karakteristiknya hendak diduga populasi adalah keseluruhan atau unsur-unsur yang memiliki satu atau beberapa ciri atau karakteristik yang sama.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pekerja Kewirausahaan UMKM *Food Court* Pasar Rame Wiyung.

Sampel

Menurut Sugiyono (2009) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Sampel adalah subset dari populasi terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggotapopulasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan yang disebut sampel (Ferdinand, 2006).

Pengumpulan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu pada pekerja *foodcourt* Pasar Rame Wiyung. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan rumus slovin. Menurut Sugiyono (2010:63).

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana:

n = jumlah elemen / anggota sampel N = jumlah elemen / anggota populasi

e = *error level* (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1 % atau 0,01, 5 % atau 0,05, dan 10 % atau 0,1) (catatan dapat dipilih oleh peneliti)

Diketahui jumlah elemen atau anggota populasi sebanyak 160 anggota dalam *food court* Pasar Rame Wiyung dengan nilai *error level* 0,01. Maka peneliti mengambil sampel sebesar 45 responden.

Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan tujuan penelitian, maka metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Data Primer : Data primer yang digunakan yaitu melalui penyebaran angket (kuesioner) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data melalui responden dengan menyebar beberapa pernyataan tertulis kepada para pekerja di *UMKM Food Court Pasar Rame Wiyung Surabaya*.

2. Data Sekunder : Penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu data yang diperoleh dari membaca buku, *literature*, catatan, surat kabar, majalah, internet, dan bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Peneliti mengunjungi lembaga yang terkait dengan penelitian, seperti perpustakaan STIE Pelita Bangsa yang membantu dalam penyusunan skripsi.

Ada beberapa teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yang didasarkan pada pendapat Husein Umar (2004:49), yaitu sebagai berikut:

- a. Telaah pustaka yang dilakukan dengan mencari landasan teori, penelitian relevan, dan data obyek penelitian khususnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Telaah pustaka dilakukan dipergustakaan baik konvensional maupun melalui internet.
- b. Observasi yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung pelaksanaan tugas para pekerja.
- c. Angket (kuisisioner) yang dilakukan dengan menyebarkan daftarpernyataan kepada responden penelitian mengenai variabel penelitian yaitu kreativitas (X1), Inovasi (X2), kewirausahaan (Y). Kuisisioner disusun dengan kisi-kisi instrumentasi variabel berupa kuisisioner tertutup. Bentuk jawaban yang digunakan adalah skala *Likert* dengan lima kategori penilaian yaitu:

1. Skor 5 (lima) untuk jawaban sangat setuju.
2. Skor 4 (empat) untuk jawaban setuju.
3. Skor 3 (tiga) untuk jawaban ragu-ragu.
4. Skor 2 (untuk) jawaban tidak setuju.
5. Skor 1 (satu) untuk jawaban sangat tidak setuju.

Metode Analisa data

Statistik Deskriptif

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik deskriptif, yaitu dengan menyebarkan 45 kuesioner yang diisi oleh para pekerja di *Food Court Pasar Rame Wiyung Surabaya*. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai suatu data. Dalam hal ini, statistik deskriptif menjelaskan mengenai karakteristik responden dan variabel yang digunakan. Gambaran umum mengenai karakteristik responden dijelaskan dengan tabel statistik responden yang diukur dengan skala nominal.

Uji Kualitas Data

Suatu instrument dapat dikatakan baik apabila sudah memenuhi beberapa kriteria seperti validitas dan reliabilitas, untuk itu suatu instrument harus dilakukan dua pengujian tersebut Umar, (2010:176).

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, Dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output (*Corrected Item- Total Correlation*) dengan r tabel, jika r hitung lebih besar dari r tabel maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r hitung lebih kecil dari pada r tabel maka butir pertanyaan tersebut tidak valid Ghozali, (2009:45).

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam penelitian melalui nilai *Alpha Cronbach* karena menggunakan jenis data *likert/essay*. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada Umar, (2010:2007). Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut tidak *reliable* Ghozali, (2009:42).

Uji Asumsi Klasik

- a. Normalitas : Digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas, variabel terikat atau keduanya berdistribusi normal.
- b. Multikolinearitas : Digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan kuat sebesar variabel terikat, jika ditemukan korelasi kuat terdapat masalah multikolinearitas.
- c. Heteroskedastisitas : Dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain.
- d. Auto Korelasi : Uji Korelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear dan korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari

Autokorelasi. Uji autoorelasi dilakukan dengan melakukan uji Dorbin-Waston (D-W), dengan tingkat kepercayaan =5% apabila D-W Terletak antara - 2 sampai +2 maka tidak ada autokorelasi.

- e. Linearitas : Salah satu asumsi dari regresi adalah Linearitas maksudnya adalah apakah garis X dan membentuk garis linear atau tidak, jika linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Berganda

Dalam teknik statistik, regresi dimaksudkan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh kewirausahaan UMKM sebagai variabel terikat apabila nilai variabel penempatan kreativitas dan inovasi sebagai variabel bebas diubah dengan model persamaan regresi. Dalam penelitian ini pengujian regresi linear berganda dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Service Solutions*). Dapat dihitung dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = Kewirausahaan UMKM
A = Konstanta (X=0)
 b_1, b_2 = Koefisien Regresi
 X_1 = Kreativitas
 X_2 = Inovasi

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t dan uji-F. Pengujian hipotesis dalam penelitian sebanyak empat kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kreativitas terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{10} : b_1 = 0$: tidak ada pengaruh $H_{1a} : b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0,05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_{10} ditolak dan H_{1a} diterima, artinya terdapat pengaruh kreativitas terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung.
2. Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_{10} diterima dan H_{1a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh kreativitas terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung.

Uji hipotesis kedua

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh inovasi terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_{20} : b_2 = 0$: tidak ada pengaruh $H_{2a} : b_2 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0,05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_2a diterima, artinya inovasi terhadap pengaruh kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung.
- b. Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H_0 diterima dan H_2a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh inovasi terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung.
 - Uji hipotesis ketiga

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : b_3 = 0$: tidak ada pengaruh $H_4a : b_3 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0,05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis keempat penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Sig } F < \alpha$, maka H_3o ditolak dan H_3a diterima, artinya terdapat pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung.
- b. Jika $\text{Sig } F > \alpha$, maka H_4o diterima dan H_4a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kewirausahaan UMKM *food court* Pasar Rame Wiyung.

✚ Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat keragaman variabel terikat Y (kewirausahaan UMKM) yang disebabkan oleh perbedaan variabel bebas 1 (Kreativitas) dan variabelbebas 2 (Inovasi).

Hasil dan Pembahasan

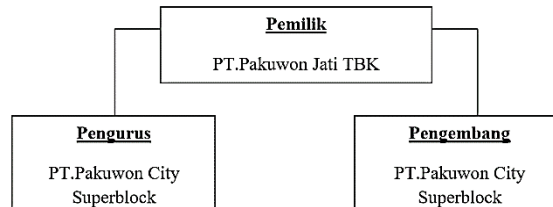
✚ Sejarah Obyek Penelitian

Pasar Rame Wiyung hadir dengan konsep pasar grosir modern. Didukung oleh lokasi yang sangat strategis dengan pangsa pasar yang menjanjikan, Pasar Rame Wiyung memiliki prospek bisnis yang sangat cerah pada masa mendatang karena Pasar Rame Wiyung memiliki keunggulan inovatif dan kreatif yang dikelola secara profesional. Pasar Rame Wiyung terletak di Jalan Mayjen Yono Suwoyo Wiyung Surabaya. Pasar Rame Wiyung dibangun di atas lahan seluas 1,4 hektar, terdiri dari 5 lantai pusat perbelanjaan dengan Fasilitas parkir yang mampu menampung 4000 mobil. Dilengkapi berbagai restoran asing cepat saji yang terkenal serta seribuan outlet produk fashion menjadikan Pasar Rame Wiyung pusat tren bagi masyarakat Surabaya. Lokasi strategis Pasar Rame Wiyung yang dikelilingi kawasan industri serta hunian di Surabaya menjadikannya pusat belanja paling ramai di Surabaya. Pasar Rame Wiyung dibangun di atas lahan seluas $\pm 1,4$ Ha yang terdiri 5 lantai pusat perbelanjaan seluas $\pm 53.500m^2$ yang terdiri atas:

Kios	:	1.218	unit
Counter	:	405	unit
Foodcourt	:	35	unit
Big shop	:	26	unit

Struktur Organisasi Obyek Penelitian

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Obyek Penelitian



Kegiatan Operasional Obyek Penelitian

Food Court yaitu pujasera yang berarti tempat makan yang terdiri dari gerai-gerai (Counters) makanan yang menawarkan aneka menu yang variatif. Food Court yang berada Pasar Rame Wiyung tersebut memiliki banyak menu yang tidak membuat pengunjungnya merasa bosan untuk mendatanginya lagi. Food Court juga bisa menjadi salah satu tempat liburan keluarga untuk makan bersama diluar. Food Court mulai buka pada pukul 10.00 s/d 21.00 WIB bersamaan dengan Pakuwon SuperMall. Disana tidak hanya menikmati menu makanan atau minuman yang variatif, tetapi food court juga bisa menikmati live acoustic dari pukul 12.00 s/d 19.00 WIB secara gratis.

Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang di analisis dalam penelitian ini meliputi nama, jenis kelamin, dan usia. Karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis kelamin

Hasil uji karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki laki	9	12.7	20.0	20.0
	Perempuan	36	50.7	80.0	100.0
	Total	45	63.4	100.0	
Missing	System	26	36.6		
Total		71	100.0		

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil jawaban dari 45 responden yang bekerja di food court Pakuwon SuperMall, terdapat sebanyak 9 responden (20%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 36 responden (80%) berjenis kelamin perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin perempuan.

2. Usia Responden

Hasil uji karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-25 tahun	36	50.7	80.0	80.0
	26-30 tahun	9	12.7	20.0	100.0
	Total	45	63.4	100.0	
Missing	System	26	36.6		
Total		71	100.0		

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Karakteristik responden berdasarkan usianya dapat menjadi dua kelompok usia. Pengelompokan dilakukan guna mempermudah dalam mendeskripsikan data. Berdasarkan hasil dari 45 responden yang bekerja di *food court* Pasar Rame Wiyungresponden yang berusia 21-25 tahun sebanyak 36 orang (80%) dan usia 26-30 tahun sebanyak 9 orang (20%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia responden yang bekerja di *food court* Pasar Rame Wiyung21-25 tahun.

Analisis Data

Uji Validitas Realibilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item kuisioner pada tiga variabel yang diteliti. Hasil uji validitas- reliabilitas masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- Uji Validitas Reliabilitas Kreativitas

Data variabel kreativitas (X1) diperoleh dari 10 pernyataan yaitu X1.1 sampai dengan X1.10. Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai r hitung (kolom *Corrected Item-Total Correlation*) hasil *output* SPSS 16 dengan nilai r tabel, dengan kriteria:

- Jika r hitung > r tabel atau r hitung > 0,2940 maka valid
- Jika r hitung < r tabel atau r hitung < 0,2940 maka tidak valid Uji validitas variabel kreativitas dilakukan terhadap 10 item pernyataan. Setelah melalui beberapa tahap pengujian, diperoleh hasil uji validitas variabel kreativitas sebagai berikut:

Tabel 4.1.

Uji Validitas Variabel Kreativitas (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	40.82	3.712	.098	.487
X1.2	41.65	3.994	.000	.492
X1.3	40.83	3.768	-.014	.530
X1.4	41.07	3.182	.319	.418
X1.5	41.00	3.119	.379	.398

X1.6	41.07	3.182	.319	.418
X1.7	41.00	3.119	.379	.398
X1.8	41.12	3.461	.150	.477
X1.9	41.12	3.461	.150	.477
X1.10	41.18	3.203	.180	.472

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dari 10 item yang diuji pernyataan valid hanya ada 4 item, karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung > r tabel (*Corrected Item-Total Correlation* > 0,2940). Dan ada 6 item yang tidak valid, karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung < r tabel (*Corrected Item-Total Correlation* < 0,2940).

Tabel 4.2.
Uji Reliabilitas Variabel Kreativitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.486	10

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Uji reliabilitas variabel kreativitas dilakukan terhadap 10 item pernyataan, 4 item valid dan 6 item berikutnya tidak valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari nilai kritis ($0,486 < 0,6$) maka variabel kreativitas yang diukur menggunakan 10 item pernyataan belum reliabel.

- Uji Validitas Reliabilitas Variabel Inovasi
Data variabel inovasi (X2) diperoleh dari 10 pernyataan yaitu X2.1 sampai dengan X2.10. Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) hasil *output* SPSS dengan nilai r tabel, dengan kriteria:
 - Jika r hitung > r tabel atau r hitung > 0,2940 maka valid
 - Jika r hitung < r tabel atau r hitung < 0,2940 maka tidak valid Hasil uji validitas variabel inovasi yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3.
Uji Validitas Variabel Inovasi (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	39.27	12.504	.383	.726
X2.2	39.70	9.536	.659	.672
X2.3	39.15	12.943	.347	.731
X2.4	39.03	12.745	.485	.720
X2.5	39.78	11.935	.352	.731

X2.6	39.97	9.253	.723	.657
X2.7	39.53	13.745	.120	.752
X2.8	39.37	11.490	.478	.710
X2.9	39.32	11.508	.396	.724
X2.10	39.23	13.945	.044	.761

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dari 10 item pernyataan 8 item pernyataan valid karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung > r tabel (*Corrected Item-Total Correllation* > 0,2940).

Tabel 4.4.

Uji Reliabilitas Variabel Inovasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	10

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* dari data item yang telah valid. Reliabilitas terpenuhi manakala nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Uji reliabilitas variabel inovasi dilakukan terhadap 10 item pernyataan, 8 item pernyataan valid dan 2 item berikutnya tidak valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari nilai kritis (0,743 < 0,6).

Uji Validitas Reliabilitas Variabel Kewirausahaan

Data variabel kewirausahaan (Y) diperoleh dari 8 pernyataan yaitu Y1 sampai dengan Y8 Validitas variabel pelatihan diuji dengan membandingkan nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) hasil *output* SPSS dengan nilai r tabel, dengan kriteria:

- Jika r hitung > r tabel atau r hitung > 0,2940 maka valid
- Jika r hitung < r tabel atau r hitung < 0,2940 maka tidak valid

Uji validitas variabel kewirausahaan dilakukan 8 item pernyataan. Setelah melalui beberapa tahap pengujian, diperoleh hasil uji validitas variabel kewirausahaan sebagai berikut:

Tabel 4.5.

Uji Validitas Variabel Kewirausahaan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	30.18	9.406	.342	.729
Y.2	30.62	6.613	.686	.649
Y.3	30.07	9.792	.300	.735
Y.4	29.95	9.608	.439	.720
Y.5	30.70	8.688	.368	.727
Y.6	30.88	6.512	.717	.640
Y.7	30.45	10.252	.156	.752
Y.8	30.28	8.444	.463	.707

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dari 8 item yang diuji hanya ada 1 item yang tidak valid karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung > r tabel (*Corrected Item-Total Correllation* < 0,2940).

Tabel 4.6.

Uji Reliabilitas Variabel Kewirausahaan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	8

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* dari data item yang telah valid. Reliabilitas terpenuhi manakala nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Uji reliabilitas *variable* kewirausahaan dilakukan terhadap 8 item pernyataan, 7 item valid dan hanya ada 1 item yang tidak valid. Karena hasil uji mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari nilai kritis ($0,740 < 0,6$).

Deskripsi Variabel Penelitian

Pendeskripsian menggunakan tabel, kalimat penjelasan maupun grafik:

1. Deskripsi Variabel Kreativitas

Data variabel kreativitas berasal dari jawaban 10 item kuisisioner pada skala 1 sampai dengan 5. Nilai rata-rata terendah teoritis adalah 1 (apabila jawaban masing-masing item kuisisioner adalah satu) dan nilai rata-rata tertinggi teoritis adalah 5 (apabila jawaban masing-masing item kuisisioner adalah lima). Nilai tengah teoritik adalah 3 dari skala pengukuran 1 sampai dengan 5. Deskripsi variabel kreativitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7.

Deskripsi Variabel Kreativitas

Statistics

KREATIVITAS

N	Valid	45
	Missing	0
Mean		45.69
Median		46.00
Mode		47
Range		7
Minimum		42
Maximum		49

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Nilai terendah empiris jawaban terendah 42 dan tertinggi 49 dengan rentang skor 7 sehingga diperoleh nilai rata-rata 45.69 dan nilai tengah empirik 46.00 serta nilai yang paling sering muncul adalah 47.

2. Deskripsi Variabel Inovasi

Data variabel inovasi berasal dari jawaban 10 item kuisisioner pada skala 1 sampai dengan 5. Nilai rata-rata terendah teoritis adalah 1 (apabila jawaban masing-masing item kuisisioner adalah satu) dan nilai rata-rata tertinggi teoritis adalah 5 (apabila jawaban masing-masing item kuisisioner adalah

lima). Nilai tengah teoritik adalah 3 dari skala pengukuran 1 sampai dengan 5. Deskripsi variable inovasi disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8.
Deskripsi Variabel Inovasi

Statistics
INOVASI

N	Valid	45
	Missing	0
Mean		42.89
Media n		44.00
Mode		45 ^a
Range		15
Minimum		33
Maximum		48

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Nilai terendah empiris jawaban terendah 33 dan tertinggi 48 dengan rentang skor 15 sehingga diperoleh nilai rata-rata 42.89 dan nilai tengah empirik 44.00 serta nilai yang paling sering muncul adalah 45.

3. Deskripsi Variabel Kewirausahaan

Data variabel kewirausahaan berasal dari jawaban 8 item kuisiener pada skala 1 sampai dengan 5. Nilai rata-rata terendah teoritis adalah 1 (apabila jawaban masing-masing item kuisiener adalah satu) dan nilai rata-rata tertinggi teoritis adalah 5 (apabila jawaban masing-masing item kuisiener adalah lima). Nilai tengah teoritik adalah 3 dari skala pengukuran 1 sampai dengan 5. Deskripsi variable kewirausahaan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.9.
Deskripsi Variabel Kewirausahaan

Statistics
KEWIRAUSAHAAN

N	Valid	45
	Missing	0
Mean		29.51
Median		31.00
Mode		32
Range		12
Minimum		22
Maximum		34

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Nilai terendah empiris jawaban terendah 22 dan tertinggi 34 dengan rentang skor 12 sehingga diperoleh nilai rata-rata 29.51 dan nilai tengah empirik 31.00 serta nilai yang paling sering muncul adalah 32.

Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linier ganda diawali dengan pengujian persyaratan analisis. Hasil pengujian persyaratan analisis adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara melihat normalitas adalah melihat tabel *test of normality*, grafik histogram dan normal P-P plot yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal (Ghozali, 2008:31). Dalam uji normalitas, peneliti menggunakan Sig. di bagian *Shapiro- Wilk* karenadata yang di uji lebih kecil dari pada 60 dan melihat bentuk grafik histogram, jika grafik membentuk lonceng atau gunung maka distribusi normal. Sedangkan metode grafik normal P-P Plot terlihat sebaran data yang terkumpul di sekitar garis uji yang mengarah kekanan atas, tidak ada data yang terletak jauh dari sebaran data, oleh karena itu data tersebut berdistribusi normal. Hasil output SPSS untuk uji normalitas dengan analisis tabel *tests of normality*, grafik histogram dan Normal P-P Plot adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10.
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		45
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.86284345
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.518
Asymp. Sig. (2-tailed)		.951

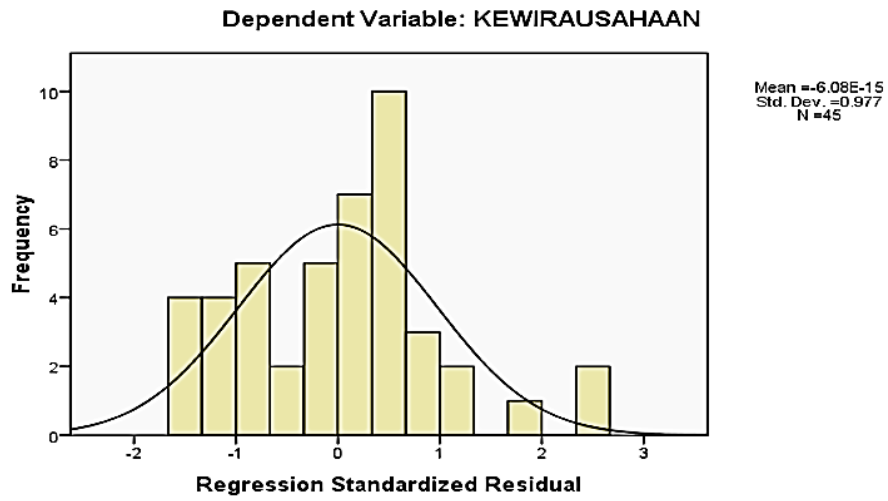
▪ Test distribution is Normal.

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan *output* pada Tabel 5.10. diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,951 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

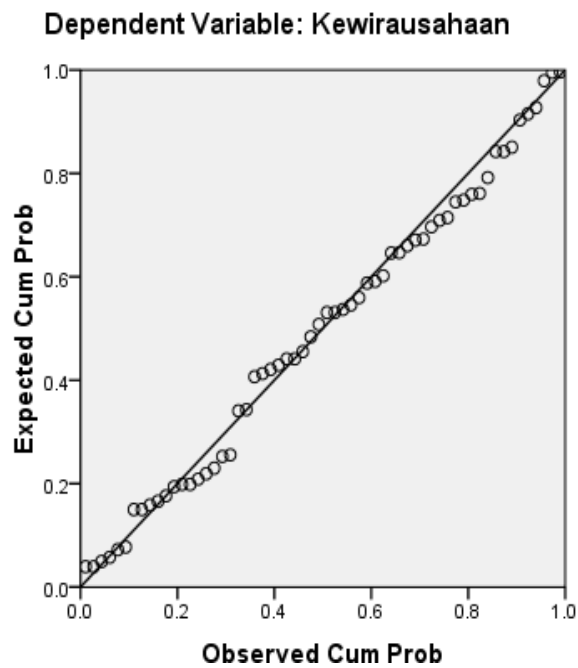
Gambar 5.1.

Histogram



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan *output chart* pada Gambar 5.1. dapat dilihat grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal.

Gambar 4.2.

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Berdasarkan *output chart* pada Gambar 5.2. dapat dilihat grafik plot. Dimana grafik pada Tabel P-P plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap variabel kewirausahaan. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa kreativitas terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar kemampuan untuk mengerik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap penomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif dan berinovasi.
2. Inovasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel kewirausahaan. Hal tersebut dapat diartikan bahwa inovasi meliputi menganalisis peluang yaitu apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang dengan cara sederhana serta terarah dan dimulai dari yang kecil. Untuk melakukan inovasi, usaha kecil harus melakukan perubahan besar, mulai dari mengubah prosedur, struktur organisasi, mengubah model bisnis, bahkan dapat membentuk bisnis baru.
3. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kreativitas dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap kewirausahaan dengan variabel kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh yang besar terhadap kewirausahaan yang diperoleh hingga 92.5%.

Saran

1. Kreativitas dan inovasi perlu dikelola dengan baik agar para pekerja yang digunakan lebih efisien selain itu dapat juga mempelajari contoh-contoh kasus usaha kecil di dunia bagaimana mereka bisa sukses melakukan kreativitas dan inovasi dalam berwirausaha.
2. Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan usaha kecil harus mempertimbangkan kreativitas dan inovasi dari seorang pengelola / pemilik usaha serta para pekerja, hal ini akan mengefektifkan program kewirausahaan.
3. Seorang pengelola / pemilik usaha dan para pekerja harus memperhatikan tingkat kreativitas dan inovasi sehubungan dengan realisasi usaha kecil sebagai upaya pengembangan usaha.

Daftar Pustaka

1. Abdullah, Faisal, Sumarni dan Wahyuni 2006, *Metodologi Penelitian dan Bisnis*, Penerbit Andi : Yogyakarta.
2. Almar, Buchori, 2001, *kewirausahaan*, Bandung, Alfabeta.

3. Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. NEdisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta. As'ad, Moh. (2002).
4. Baldacchino, L, 2009. *Entrepreneurial Creativity and Innovation. Paper. Preseted. First International Conference on Strategic Innovation and. Future Creation* Evrim Kabukcu Procedia - *Social and Behavioral Sciences* 195 (2015) 1321-1329.
5. Bintarti Surya, (2015) *Metodologi Penelitian (Ekonomi Manajemen)* Jakarta. Boediono, 1991. *Ekonomi Mikro Edisi 2*. Yogyakarta. BPF. Buchari Alma 2007. Bungin, Burhan 2005, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kencana Preneda Media Jakarta.
6. Ghozali, Imam 2009, *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
7. Ghozali, Imam 2005, *Aplikasi Analisis Mutivariate dengan Program SPSS*, Jakarta.
8. Hadiyati Ernani, 2011. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*, Universitas Gajayana Malang.
9. Hendro. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2011.
10. J. M. et al, (2007). *Perilaku & Manajemen Organisasi*. Erlangga: Jakarta. Jones, G. R.
11. Jong and Wennekers, 2008. *Entrepreneurial Creativity and Innovation*.
12. Justin G Longecker, *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: Salemba Empat. 2000.
13. Kasali Rhenald. *Modul Kewirausahaan*. Jakarta Selatan 2010.
14. Larsen, P., Tonge, R. and Lewis, A. (2007) *Strategic Planning and Design in the Service Sector*. *Management Decision*, 45, 180-193.
15. Meredith, G. Goffrey, 1996, *Kewirausahaan: teori dan praktis*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo.
16. Mulyanto dan Wulandari, 2010, *Penelitian Metode & Analisis*. Semarang: CV Agung.
17. Oblivia VivinYunal dan Ratih Indriyani/2013/*Analisa pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan gerabah di Lombok Barat*. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra.
18. Rahayu Puji Suci, 2009. *Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis*, Universitas Widyagama.
19. RapihSubroto, 2015. *Analisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia, modal sosial dan modal finansial terhadap kinerja UMKM bidang garmen di Kabupaten Klaten*. Universitas Sebelas Maret.
20. Riyanti Deni, 2015. *Pengaruh kompetensi sumber daya manusia dan penggunaan teknologi sistem informasi terhadap kinerja UMKM Sentra Pengrajin Kulit Magetan*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
21. Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
22. Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni 2006, *Metodologi Penelitian Bisnis, Yogyakarta Penerbit Andi*.
23. Suryana, 2003. *Kewirausahaan: Teori dan Praktis*, Yogyakarta : Pustaka. Pelajar dan Sabda.
24. Undang-undang UKM (2009), (*Usaha Mikro Kecil & Menengah*). Jakarta. Sinar Grafika.
25. Wijatno Serian, 2009, *Pengantar Entrepreneurship*, Jakarta, PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
26. Yaghoobi, Salarzehu, Aramesh & Akbari, 2010. *Prioritas Dinas KUKM dan perindag*.

27. Zeithaml, Prasuraman and Berry 1985-1998, *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi, Jakarta.