

Pengaruh Kreasi Dan Inovasi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada UMKM di Pasar Rembang – Pasuruan)

Ishak*, Khamdan Suriyok
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil
*e-mail : ishakadiguna@gmail.com

Dikirim	Direvisi	Diterima
11 Februari 2022	22 Maret 2022	23 Maret 2022

Abstrak:

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kreasi dan inovasi terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil menengah. Penelitian dilakukan pada Pada UMKM di Pasar Rembang – Pasuruan. Data dikumpulkan melalui observasi, analisis dokumen, dan penyebaran kuesioner. Metode analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, variabel-variabel berpengaruh secara simultan terhadap kreativitas dan inovasi terhadap kewirausahaan. Kedua, variabel kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap kewirausahaan. Ketiga, variabel inovasi berpengaruh secara parsial terhadap kewirausahaan. Keempat, variabel inovasi paling berpengaruh terhadap kewirausahaan.

Kata kunci: Kreativitas, Inovasi, Kewirausahaan, UMKM

Abstract:

The research was conducted with the aim of analyzing and explaining the effect of creation and innovation on increasing the income of micro, small and medium enterprises. The research was conducted on MSMEs in Rembang Market - Pasuruan. Data were collected through observation, document analysis, and distributing questionnaires. The method of data analysis was carried out with a descriptive quantitative method with analysis using SPSS. The results show that first, the variables have a simultaneous effect on creativity and innovation on entrepreneurship. Second, the creativity variable has a partial effect on entrepreneurship. Third, the innovation variable has a partial effect on entrepreneurship. Fourth, the most influential innovation variable on entrepreneurship.

Keywords : Creativity, Innovation, Entrepreneurship and MSMEs

PENDAHULUAN

Peranan UMKM dalam perekonomian nasional dari berbagai aspek melibatkan pihak pemerintah dalam menyusun Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). RPJMN tahun 2009-2014 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.

Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2009-2014 menekankan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dan program pengembangan kewirausahaan dan kemampuan berdaya saing (RPJMN, 2013). 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, 2015) 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.

Berdasarkan fenomena yang terjadi pada pedagang pasar Rembang Pasuruan bahwa semakin hari pembeli yang datang semakin turun hal ini dikarenakan mulai maraknya penjual-penjual secara online yang membuat masyarakat sekitar malas untuk pergi kepasar sehingga pedagang pasar tradisional Rembang pasuruan mengalami penurunan pendapatan. Untuk mengatasi hal itu perlu kiranya dilakukan kreasi dan inovasi yang mampu menarik minat kunjung masyarakat ke pedagang pasar tradisional Rembang Pasuruan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (E Hadiyati, 2010) dengan judul Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil yang menunjukkan bahwa hasil pertama, variabel yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi secara simultan menuju kewirausahaan. Kedua, variabel kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap kewiraswastan. Ketiga, variabel inovasi berpengaruh secara parsial terhadap kewirausahaan. Keempat,

inovasi variabel memiliki dampak paling besar pada kewirausahaan.

Penelitian oleh (Baso, 2019) dengan judul Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Lapangan Pancasila Kota Palopo yang menunjukkan bahwa hasil penelitian pengaruh kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah diperoleh nilai Thitung sebesar 3,726 dan Ttabel sebesar 2,0003 atau $3,726 > 2,0003$ dan nilai signifikan kreativitas sebesar $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Artinya kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil dan menengah.

Penelitian oleh (Wiranawata, 2018) dengan judul Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu yang menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menjelaskan bahwa nilai t hitung variable inovasi (X_1) sebesar 4.880, dan kreativitas (X_2) sebesar 4,802 lebih besar jika di banding dengan nilai t-tabel sebesar 2,00575. Dengan nilai F hitung sebesar 27,408 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,17 dengan demikian Hal ini membuktikan secara parsial dan simultan variabel inovasi (X_1) dan kreativitas (X_2) pengaruh secara signifikan terhadap usaha keberhasilan (Y) (studi kasus UMKM kuliner di kecamatan baturaja timur kabupaten ogan komering ulu) nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,508. hal ini berarti 50,8% keberhasilan usaha dapat di jelaskan oleh variabel lainnya di luar variabel lainnya di luar variabel yang di sebutkan dalam penelitian ini, seperti kompetensi yaitu meliputi pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan.

Kewirausahaan

(Akbari, 2010) menyatakan bahwa wirausahawan adalah orang yang berani membuka kegiatan produktif yang mandiri. Menurut (Baldacchino, 2018) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang

menuju sukses. Sedangkan menurut (Wennekers, 2018) menyatakan bahwa kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai pengambilan risiko 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.

Kreasi

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru

menurut (Suryana, 2013) inovasi yaitu: "sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan

Inovasi

(Hills, 2018) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Sedangkan

(Keeh, Hean Tat, 2017) menjelaskan inovasi sangat penting karena terdapat alasan berikut :

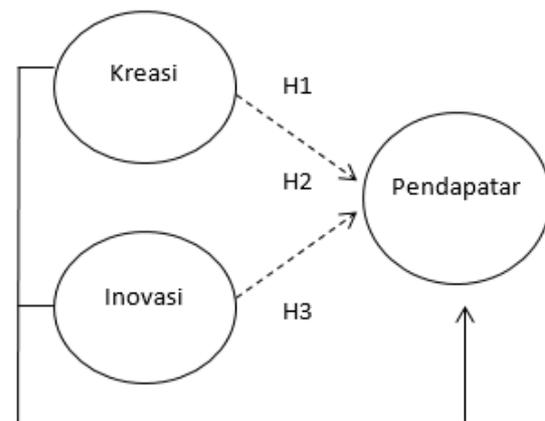
Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha entrepreneurial untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.

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.

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.

Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang bagus dapat semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan pro-duk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu.

Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan mencipta-kan posisi korporat yang lebih baik.



Gambar 1. Kerangka Penelitian
Sumber : Pengolahan Data 2020

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

- H1: Kreasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan.
- H2: Inovasi berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan
- H3: Kreasi dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan pendapatan

Tujuan Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kreasi dan inovasi terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional Rembang pasuruan baik secara simultan maupun parsial .

METODE

Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Metode analisis kuantitatif merupakan metode yang dilakukan terhadap data yang berbentuk angka atau bilangan dengan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan data, menjelaskan, dan menganalisis, sehingga memberikan informasi dan gambaran yang sesuai.

Tabel 1 : Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Kreasi (X1)	1. Keterbukaan terhadap pengalaman 2. Keinginan 3. Kemandirian 4. Kepercayaan diri
Inovasi (X2)	1. Inovasi Produk 2. Inovasi Manajemen 3. Inovasi Pemasaran
Pendapatan (Y)	1. Pendapatan operasional 2. Pendapatan non operasional 3. Pendapatan Lain-lain

Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas), analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji F, uji T dan uji dominan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan kemudian diolah melalui program *software application SPSS 16.00 for windows*, maka dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan. Hasil analisis regresi linear berganda dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardiz		Standardize		t	Sig
	d		d			
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std.Err	Beta			
(Constan nt)	-68.703	15.658	-		4.38	.000
Kreasi	.267	.093	.345		2.88	.007
Inovasi	.675	.137	.58		4.90	.000

Koefisien Determinasi (R²) : 0,702
Multiple Corelation (R) : 0,838
Fhitung = 37.650
 $\alpha = 5\%$

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis Pertama dan Kedua

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel *independent*, yaitu variabel-variabel kreasi dan inovasi berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan pendapatan, maka menggunakan uji t (*t-test*) dua arah (*two side* atau *2-tail test*) dengan cara membandingkan nilai signifikansinya dengan , dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar 95% (=5%). Secara lengkap hasil uji t dapat disajikan pada Tabel :

Tabel 3.

Hasil Analisis Uji t

Variabel	B	Nilai t hitung	Signifikansi	Keterangan
Kreasi	0,267	2.881	0,007	Signifikan
Inovasi	0,675	4.909	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Hasil Uji Hipotesis Ketiga

Untuk mengetahui variabel *independent* secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependent* atau tidak berpengaruh maka digunakan uji F (*F-test*) yaitu dengan cara membandingkan nilai signifikansinya dengan. Untuk mengetahui hasil uji F dalam penelitian ini maka akan dilakukan perbandingan antara nilai sig. F dengan tingkat signifikansinya (), yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4.
Hasil Analisis Uji F

Nilai F hitung	Signifikansi	Keterangan
37,650	0,000	Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2020.

Pembahasan

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda pada Tabel 1 menunjukkan bahwa pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* adalah besar, hal tersebut dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,702. Hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan bahwa pengaruh kreasi dan inovasi terhadap peningkatan pendapatan dapat dijelaskan sebesar 70,20% sedangkan sisanya sebesar 29,80% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Koefisien korelasi berganda R (*multiple correlation*) menggambarkan kuatnya hubungan antara variabel *independent* yang meliputi variabel kreasi dan inovasi secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* yaitu kewirausahaan sebesar 0,838

Berdasarkan uji t pada tabel 3 analisis regresi secara parsial dapat dijelaskan bahwa: variabel kreasi (X_1) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar $0,007 < , (5\%)$ hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel kreasi (X_1) terhadap peningkatan pendapatan dengan asumsi variabel kreasi berpengaruh secara konstan. Variabel Inovasi (X_2) dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Inovasi (X_2) yaitu sebesar $0,000 < , (5\%)$ hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel inovasi (X_2) terhadap peningkatan pendapatan dengan asumsi variabel kreasi berpengaruh secara konstan. Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel kreasi dan inovasi dapat diketahui dari besarnya koefisien regresi pada tabel 2. Besarnya koefisien regresi dari inovasi sebesar 0,675 lebih besar dari koefisien regresi dari kreasi sebesar 0,267. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel inovasi lebih besar pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan.

Berdasarkan hasil analisis uji F pada Tabel 3 dengan signifikansi 0,000 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari . Dari hasil analisa tersebut dapat dikatakan bahwa variabel kreasi dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kewirausahaan

Penelitian ini dapat memberi implikasi kepada UMKM Pasar Rembang sebagai dasar pengambilan keputusan atas usahanya sehingga dapat meningkatkan pendapatan yang pada akhirnya dapat meningkatkan laba usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kreasi meliputi 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, kemampuan untuk men-generik 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 inovasi meliputi: menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, sederhana dan terarah dimulai dari yang kecil, berpengaruh secara parsial terhadap variabel pendapatan.
2. Inovasi yang meliputi menganalisis peluang, apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, sederhana dan terarah dimulai dari yang kecil, berpengaruh secara parsial terhadap variabel pendapatan.
3. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kreatifitas dan inovasi berpengaruh secara

parsial dan simultan terhadap peningkatan pendapatan dengan variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap peningkatan pendapatan

Saran

1. Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan usaha kecil harus mempertimbangkan Kreasi dan inovasi dari seorang pedagang kaki lima, pengelelolah/pemilik usaha, hal ini akan mengefektifkan program kewirausahaan.
2. Kebijakan kredit perbankan terhadap usaha kecil harus memperhatikan tingkat Kreasi dan inovasi seorang pengelelolah/pemilik usaha sehubungan dengan realisasi kredit usaha kecil sebagai upaya program pengembangan usaha

REFERENSI

- [1] Akbari, A. &. (2010). An Evaluation of Independent Entrepreneurship Obstacles in Industrial SMEs. *European Journal of Social Sciences*, 33–45.
- [2] Baldacchino. (2018). “Entrepreneurial Creativity and Innovation”, The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation. *University of Malta, Malta*.
- [3] Baso. (2019). *Pengaruh Kreativitas Terhadap Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Di Lapangan Pancasila Kota Palopo*.
- [4] Hadiyati, E. (2010). *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*. Malang: Bayumedia.
- [5] Hadiyati, Ernani. (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*.
- [6] Heflin. (2014). *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*. Darusalam.
- [7] Hills, G. (2018). “Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities.” *Journal of Small and Medium Entrepreneur-Ships*, 27–39.
- [8] Keeh, Hean Tat, M. N. & P. (2017). “The Effects of Entrepreneurial Orientation and Marketing Information on the Performance of SMEs.” *Journal of Business Venturing*, 592–611.
- [9] Larsen, P. & A. L. (n.d.). How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation. *Journal Creativity and Innovation Manage-Ment*, 141–151.
- [10] Scarborough, N. M. & T. W. Z. (2015). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (4th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- [11] Stel, Carree, T. & Z. (2014). *SMEs and Entrepreneurship Programme Finance by the Netherlands Ministry of Economic Affairs*.
- [12] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Suryana. (2013). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi Revi). Jakarta: Salemba Empat.
- [14] Wennekers, J. &. (2018). “Conceptualizing Entrepreneurial Employee”.
- [15] Wiranawata, H. (2018). *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu*.