

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Kewirausahaan

2.1.1.1. Pengertian Kewirausahaan

Menurut Hendro (2011:5) berpendapat bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) bukan merupakan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap, melainkan sebuah ilmu, seni, keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah, atau meraih posisi puncak dalam karir.

Menurut Suryana (2011:10) Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar.

Menurut Hisrich (Suryana, 2011:24) kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti penggunaan uang, fisik, resiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa. Berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Menurut Zimmerer (Kasmir, 2018:20) kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Menurut Wirasamita (Suryana, 2011:25) kewirausahaan merupakan faktor produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan produk yang diperlukan masyarakat.

Berdasarkan pendapat diatas, maka kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan membutuhkan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut menurut Suryana (2011:50).

2.1.1.2. Ciri-ciri Kewirausahaan

Menurut Suryana (2011:22) ciri-ciri umum kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang. Ciri-ciri kewirausahaan meliputi enam komponen penting, yaitu: percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorisinalitasan, dan berorientasi pada masa depan. Ciri-ciri tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.
- b. Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
- c. Memiliki motif berprestasi, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.

- d. Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.
- e. Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan, dan oleh karena itu menyukai tantangan.

2.1.1.3. Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Scarborough dan Zimmerer (Suryana, 2011:23), terdapat delapan karakteristik kewirausahaan:

- a. Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya, seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan wawas diri.
- b. Memilih resiko yang moderat (*preference for moderate risk*), yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya selalu menghindari resiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
- c. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (*confidence in their ability to success*), yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.
- d. Menghendaki umpan balik segera (*desire for immediate feedback*), yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil.
- e. Semangat dan kerja keras (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- f. Berorientasi ke depan (*future orientation*), yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.

- g. Memiliki keterampilan berorganisasi (*skill at organizing*), yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- h. Menghargai prestasi (*value of achievement over money*), yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.

2.1.2. Kreativitas Usaha

2.1.2.1. Pengertian Kreativitas Usaha

Menurut Munandar (2012: 31), kreativitas atau berfikir kreatif merupakan kemampuan untuk melihat berbagai kemungkinan penyelesaian suatu masalah, merupakan bentuk pemikiran yang sampai saat ini masih kurang mendapat perhatian. Seperti penerimaan pengetahuan, ingatan, dan penalaran (berfikir logis). Menurut Barron dalam Munandar (2012: 21), kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haeefele dalam Munandar (2012: 21), kreativitas adalah “kemampuan untuk membuat kombinasi -kombinasi baru yang mempunyai makna sosial. Definisi haeefele ini menunjukkan bahwa tidak keseluruhan produk itu harus baru, tetapi kombinasinya. Unsur-unsurnya bisa saja sudah ada lama sebelumnya. Sebagai contoh, kursi dan roda sudah ada selama berabad-abad, tetapi gagasan pertama untuk menggabung kursi dan roda menjadi kursi roda merupakan gagasan yang kreatif. Definisi Haeefele menekankan pula bahwa suatu produk kreatif tidak hanya harus baru tetapi juga diakui sebagai bermakna”.

Menurut Amabile dalam Pantius (2015:6), kreativitas merupakan : “suatu fungsi dari keahlian, kemampuan berpikir kreatif, dan motivasi yang dimiliki oleh

seseorang. Keahlian merupakan penguasaan keterampilan secara teknikal, prosedural, dan intelektual yang dimiliki oleh seseorang. Kemampuan berpikir kreatif merupakan seberapa fleksibel dan imajinatif seseorang dalam pendekatan terhadap masalah. Motivasi merupakan tekad dari bagian paling dalam dari setiap orang untuk memecahkan masalah lebih kreatif ketimbang insentif eksternal, seperti uang. Motivasi intrinsik paling dipengaruhi oleh lingkungan pekerjaan.”

Menurut Slameto (2013: 145), kreativitas berhubungan dengan penemuan sesuatu mengenai hal yang menghasilkan sesuatu yang baru dengan menggunakan sesuatu yang telah ada. Sesuatu yang baru itu mungkin berupa perbuatan atau tingkah laku, bangunan, dan lain- lain. Kreativitas menurut Georgopolous dan Tannembau (2015, p.104) kreativitas merupakan sesuatu yang merupakan perwujudan dari kemampuan mental seseorang dan rasa ingin tahu untuk membuat sesuatu yang baru. Sedangkan Amabile (2012, p.395) menyatakan bahwa komponen konseptual kreativitas mengandung komponen ekstrinsik yang dipengaruhi tidak hanya oleh *subsequent interest*, tapi juga oleh aspek performa yaitu aspek performa yang memengaruhi kreativitas. Komponen konseptual ini terdapat 3 komponen yang esensial untuk kreativitas, yaitu: *domain-relevant skills* atau kemampuan relevan dengan kreativitas, *creative thinking* atau pemikiran kreatif dan motivasi dalam mengerjakan tugas.

Menurut Rachmawati & Euis (2010:14), kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, estetis, fleksibel, integrasi, suksesi, diskontinuitas, dan diferensiasi yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk

pemecahan suatu masalah. Pengukuran kreativitas menurut Lee dan Tan (2012), yaitu keahlian berpikir kreatif, keterampilan, dan motivasi. Sedangkan menurut Putri (2012), yaitu keahlian, kemampuan berpikir, dan motivasi. Menurut Dharma dan Akib (2014), kreativitas merupakan esensi yang mencirikan eksistensi dan perkembangan organisasi, karena kreativitas dapat terlihat melalui produk, usaha, mode atau model baru yang dihasilkan oleh individu dan kelompok dalam organisasi. Dan kreativitas juga merupakan ramuan utama dalam layanan pelanggan, pengembangan produk dan strategi baru.

Indikator kreativitas mencakup mengadopsi beberapa produk baru, proses, kreativitas administrasi. Sementara itu, hasil penelitian Chang *et al* (2010) tentang kreativitas produk baru, bahwa indikator kreativitas terdiri dari kebaruan dan kebermaknaan.

2.1.2.2. Indikator Kreativitas Usaha

Menurut Suryana (2011:42) indikator Kreativitas sebagai berikut:

a. Ingin tau

Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar, terbukti dengan pengamatan pada spesies hewan manusia dan banyak.

b. Optimis

Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha ke arah kemajuan atau kejayaan.

c. Flexibel

Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok.

d. Mencari Solusi dari masalah

Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

e. Orisinal Keaslian dalam menciptakan suatu produk.

f. Suka Berimajinasi

Daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang

2.1.3. Inovasi

2.1.3.1. Pengertian Inovasi

Inovasi menurut Zimmerer (Suryana, 2011:74), keinovasian adalah kemampuan menerapkan pemecahan-pemecahan persoalan secara kreatif dan menciptakan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan manusia. Secara umum inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan memiliki nilai tambah bagi konsumen.

Inovasi menurut Drucker (Suryana, 2011:221) merupakan alat untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bagi bisnis yang berbeda atau jasa yang berbeda. Inovasi dapat ditampilkan sebagai ilmu dipelajari dan dipraktikan. Inovasi juga dikatakan sebagai mengubah nilai dan kepuasan yang diperoleh

konsumen dari sumber daya. Biasanya perubahan yang dimaksudkan merupakan perubahan yang sudah terjadi atau sedang berlangsung. Inovasi yang berhasil adalah yang mampu memanfaatkan perubahan. Terdapat sejumlah inovasi yang menimbulkan suatu perubahan besar seperti inovasi teknik yang besar dan merupakan hal yang luar biasa. Namun demikian, kebanyakan inovasi yang berhasil adalah jauh lebih sederhana dan mampu memanfaatkan perubahan yang sedang berlangsung. inovasi yang berhasil juga pada umumnya sederhana dan terfokus dan ditujukan pada aplikasi yang didesain khas, jelas, dan cermat. Inovasi lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran. Inovasi juga tidak perlu bersifat teknis dan juga tidak perlu berupa benda sama sekali.

Inovasi menurut Machfoedz (Suryana, 2011:219) merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Maksudnya inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Melainkan suatu gagasan murni memegang peranan penting dan pemikiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Meski demikian, terdapat perbedaan antara sebuah ide yang timbul semata dari spekulasi dan ide yang merupakan hasil pemikiran, riset, pengalaman, dan kerja yang disempurnakan. Dengan demikian, inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

2.1.3.2. Faktor-Faktor Inovasi

Menurut Quinn (Hendro, 2011:122), faktor-faktor pendukung untuk tercapainya keberhasilan penerapan kemampuan inovatif adalah sebagai berikut :

- a. Harus berorientasi pasar

Banyak inovasi yang sekedar pemecahan masalah kreatif tetapi tidak bersifat dan mempunyai keunggulan bersaing di pasar. Hubungan inovasi dengan pasar yang didalamnya ada 5C, yaitu *competitor* (pesaing), *competition* (persaingan), *change of competition* (perubahan persaingan), *change driver* (penentu arah perubahan), dan *customer behavior* (perilaku konsumen).

b. Mampu meningkatkan nilai tambahan perusahaan

Ada nilai tambah (*value added*) sehingga bisa menjadi pendongkrak pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

c. Punya unsur-unsur efisiensi dan efektivitas

Tanpa 2E yaitu faktor efisiensi dan faktor efektivitas dari sebuah inovasi yang ditemukan maka inovasi tersebut tidak mempunyai arti atau dampak yang berarti bagi kemajuan perusahaan

d. Harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan

Inovasi harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan agar tidak menyimpang dari arah pertumbuhan usaha.

e. Harus bisa ditingkatkan lagi

Inovasi harus bisa di inovasikan lagi sehingga terjadi inovasi yang berkelanjutan (*continous improvement*) hingga menumbuhkan perusahaan menjadi lebih baik dan lebih berkembang.

2.1.3.3. Indikator Inovasi

Menurut Suryana (2011, 75:76) inovasi dapat dikategorikan menjadi empat indikator:

a. Penemuan

Penemuan merupakan kreasi suatu produk, jasa atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

b. Pengembangan

Pengembangan merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada sebelumnya dan konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda.

c. Duplikasi

Duplikasi merupakan peniruan suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada, namun demikian upaya duplikasi bukan semata-mata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangi persaingan.

d. Sintesis

Sintesis merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

2.1.4. Keberhasilan Usaha

2.1.4.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2010:233) Keberhasilan Usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dimana investasi itu dilaksanakan. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba karena laba adalah tujuan utama orang melakukan bisnis. Keberhasilan usaha Menurut Suryana (2011:108) yaitu untuk menjadi wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang. Bila ingin sukses harus membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan, dan menjalankannya agar usaha tersebut berhasil, selain harus bekerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausaha harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitra usaha maupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Menurut Steinhoff dalam Suryana (2011:108) Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, akan tetapi penuh dengan perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian bertanggung jawab. berikut adalah gambaran menuju kewirausahaan sukses:

- a. Memiliki visi dan tujuan usaha
- b. Berani mengambil resiko dan uang
- c. Merencanakan, mengorganisasikan, dan menjalankan
- d. Bekerja keras
- e. Membangun hubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok, dan yang lainnya

f. Bertanggung jawab atas kesuksesan dan kegagalan

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan di mana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu keberhasilan usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya.

2.1.4.2. Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2011: 108) faktor pendorong keberhasilan usaha ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Kemampuan dan kemauan, orang yang tidak memiliki kemampuan tapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
- b. Tekad yang kuat, orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.
- c. Kesempatan dan peluang, ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari ataupun menunggu peluang yang akan datang kepada kita.

2.1.4.3. Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut pendapat Noor (2013:401) ada lima indikator keberhasilan usaha yaitu:

- a. Kemampuan mendapatkan laba (*Profitability*)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis laba usaha adalah selisih antara pendapatan dan biaya pendapatan suatu perusahaan berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan atau di produksinya.

b. Produktivitas dan efisiensi (*productivity and efficiency*)

Besar kecil produktivitas suatu usaha akan sangat menentukan besar kecilnya suatu produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya suatu penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya yang diperoleh.

c. Daya saing (*competitiveness*)

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing. Perhatian dan loyalitas konsumen dapat direbut bila suatu perusahaan dapat memuaskan suatu kebutuhan serta keinginan konsumen. tanpa memiliki daya saing yang memadai, sulit bagi perusahaan untuk dapat bertahan hidup di tengah persaingan yang makin ketat ini. Oleh karena itu, maka inti dari daya saing yang harus dimiliki perusahaan adalah kemampuan dalam berinovasi untuk menciptakan dan merebut peluang pasar baru yang bermunculan di masyarakat.

d. Kompetensi dan etika usaha (*competence and ethics*)

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntunan zaman.

e. Terbangunnya Kepercayaan atau Amanah dari Masyarakat Luas (*Trust*)

Terbangunnya kepercayaan atau amanah dari masyarakat luas terbagi menjadi dua: *thrust internal* dan *thrust eksternal*. *Thrust internal* adalah amanah atau *thrust* dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Indikator tumbuhnya *thrust internal* adalah rendah tingkat absensi karyawan, rendahnya *turnover* karyawan, meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan dan sebagainya. Sedangkan *thrust eksternal* adalah dengan timbulnya amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Indikatornya adalah terbangunnya image perusahaan yang baik, meningkatnya penjualan, rendahnya tingkat complain, meningkatnya pesanan, dan seterusnya.

2.1.5. Hubungan Antar Variabel

2.1.5.1. Hubungan Kreativitas Usaha dengan keberhasilan usaha

Menurut Dharma dan Akib (2014), kreativitas merupakan esensi yang mencirikan eksistensi dan perkembangan organisasi, karena kreativitas dapat terlihat melalui produk, usaha, mode atau model baru yang dihasilkan oleh individu dan kelompok dalam organisasi. Dan kreativitas juga merupakan ramuan utama dalam layanan pelanggan, pengembangan produk dan strategi baru. Menurut Latief (2017:103), kreativitas yang tinggi adalah faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Wirausahawan yang memilih kreativitas secara bijak dengan mempertimbangkan preferensi pelanggan dan kebutuhan konsumen mereka dapat membangun keunggulan kompetitif yang penting dari para pesaingnya yang memilih kreativitas secara serampangan.

2.1.5.2. Hubungan Inovasi Dengan Keberhasilan Usaha

Menurut Latief (2017:37), inovasi adalah suatu proses mengubah peluang menjadi gagasan atau ide-ide yang dapat dijual dan merupakan hal atau terobosan baru. Sedangkan menurut Schumpeter yang dikutip oleh Latief (2017:55) kemampuan inovatif seorang wirausahawan merupakan proses mengubah peluang suatu gagasan dan ide-ide yang dapat dijual. Apabila wirausahawan ingin sukses dan terus dapat menjalankan usahanya, ia harus membuat produk-produk yang dihasilkan dengan inovasi-inovasi baru sebab dalam dunia bisnis pada zaman sekarang produk-produk dan pelayanannya tanpa adanya inovatif tidak akan berkembang dan tidak akan mungkin sukses dalam berwirausaha. Keterlambatan berinovasi dalam produk dan pelayanan akan mengakibatkan kegagalan bagi seorang wirausaha.

Inovasi adalah pembaruan atau kebaruan yang menghasilkan nilai tambah baru bagi penggunaannya. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat. Dan inovasi menciptakan nilai tambah bagi pengguna. Dengan adanya inovasi yang ada pada setiap orang yang memiliki perilaku kreatif pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan seperti mahasiswa, dosen dan masyarakat lainnya yang dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan dalam melaksanakan suatu usaha.

2.2. Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

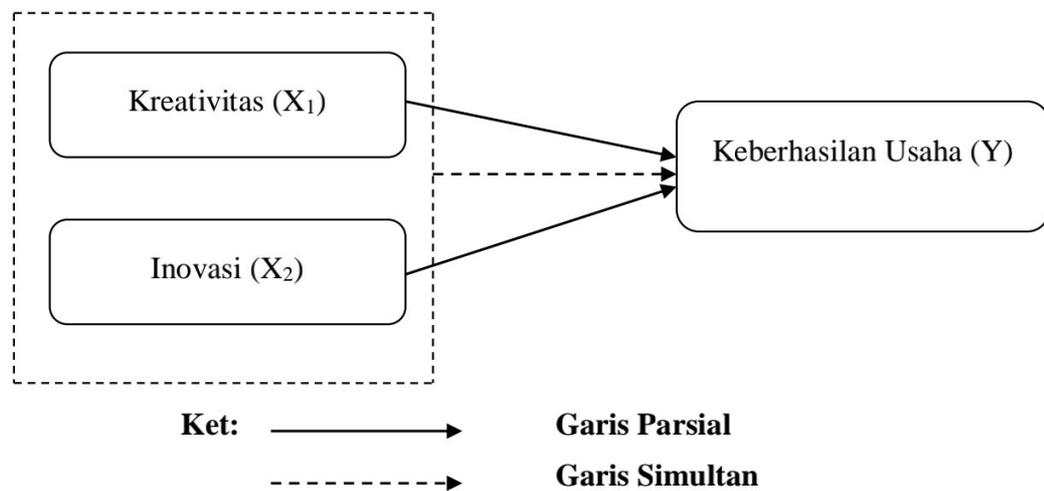
No	Nama	Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Aang Curatman dkk	2016	Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi strategik(X_1) dan orientasi pasar(X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Inovasi produk (Y) dengan taraf uji $\alpha=5\%$ (p-value=0,022 < α). Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.1%. hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka perusahaan dapat menciptakannya melalui kegiatan-kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya.	Alat analisis Regresi Linier Berganda	Lokasi Penelitian
2	Jihanti dan Imelda	2018	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Kreatifitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado, Inovasi secara parsial	Alat analisis Regresi Linier Berganda	Lokasi Penelitian

				berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado dan Kreatifitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan PT Bank Mandiri Kanwil Manado.		
3	Ekasari dan Nurhasanah	2018	pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Hasil penelitian menunjukkan Secara Simultan <i>Lokasi dan Kreativitas</i> merupakan satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Gentala Arasy Kota Jambi. Lokasi dan Kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap <i>keberhasilan usaha</i> dipengaruhi sebesar 65,5% sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha adalah variable kreativitas dengan	Alat analisis Regresi Linier Berganda	Lokasi Penelitian

				pengaruh sebesar 66,53%		
4	Putri Mentari	2018	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Toko Pastry Di Kecamatan Medan Polonia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serempak Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha Toko Pastry di Kecamatan Medan Polonia. Inovasi merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi Pengembangan Usaha Toko Pastry di Kecamatan Medan Polonia. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,222 yang berarti variabilitas variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu Inovasi dan Kreativitas adalah sebesar 22,2% sedangkan sisanya sebesar 77,8% dapat dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kata Kunci: Inovasi, Kreativitas dan Pengembangan Usaha.	Alat analisis Regresi Linier Berganda	Lokasi Penelitian

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian ditujukan, dimana hal ini merupakan jaringan hubungan antara variabel secara logis diterangkan dan dikembangkan berdasarkan latar belakang perumusan masalah. Berdasarkan pada judul yang penulis ajukan, maka terdapat tiga variabel yaitu Kreativitas (X_1), Inovasi (X_2) dan Keberhasilan Usaha (Y). Dengan demikian, kerangka berpikir dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap keberhasilan usaha kerajinan bonsai Kecamatan Semidang Aji Kabupaten Ogan Komering Ulu baik secara parsial maupun simultan.