

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI
TERHADAP KINERJA USAHA UKM TENUN MOTIF
RENDA KOTA BIMA**

Efendi Febriansyah¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
efendy16.stiebima@gmail.com

Muhajirin²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima
jirin.stiebima@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of creativity and innovation on the business performance of Bima City Lace Motifs in partially or simultaneously. The type of research used is associative, the research location is Raba Subdistrict, Ntobo Village. The population in this study are all UKM Lace motif that have Creativity and Innovation, the sample in this study amounted to 100 UKM. The research instrument used a questionnaire with a Likert scale measurement. The type of data used in this study was quantitative data and the source of research data was primary data. Data collection techniques are observation, questionnaire / questionnaire, and literature study. The Creativity and Innovation Variables together have an effect both simultaneously and partially and simultaneously on the Business Performance of Bima City Lace Motifs. The implication of this research is that the existence of lace motif products can continue to be recognized and developed in order to preserve the Bima City lace motif woven products.

Keywords: Creativity, Innovation, Business Performance, Weaving UKM

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu asosiatif, lokasi penelitian Kecamatan Raba Kelurahan Ntobo Rt.01-Rt.12. Populasi dalam penelitian ini adalah semua UKM motif Renda yang mempunyai Kreativitas dan Inovasi, sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 UKM. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala likert. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan sumber data penelitian yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, angket/kuesioner, dan studi pustaka. Variabel Kreativitas dan Inovasi secara bersama mempunyai pengaruh baik secara simultan maupun secara parsial maupun simultan terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Implikasi dari penelitian ini adalah agar keberadaan produk motif renda bisa terus dikenal dan dikembangkan demi melestarikan produk tenun motif renda Kota Bima.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Kinerja Usaha, UKM Tenun



PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang terjadi pada saat ini khususnya yang ada di Indonesia dan pada umumnya yang ada di dunia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat. Dengan semakin berkembangnya dunia usaha yang ada di Indonesia pada saat ini, hal itu menandakan bahwa saat ini Indonesia sudah mulai memasuki era globalisasi. Dewi (2018) dalam penelitiannya menjelaskan era globalisasi yang terjadi pada saat ini memberikan peranan yang lebih besar pada inisiatif dan kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat melalui berbagai hal seperti teknologi informasi, transportasi, ekonomi, sosial budaya, politik dan elemen organisasi yang ada di masyarakat.

Dunia usaha pada saat ini, mengakibatkan semakin ketatnya persaingan, dan hal itu menuntut agar para pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen yang selalu berubah. Tuntutan tersebut pada akhirnya mengharuskan para pelaku usaha memiliki konsistensi untuk memuaskan konsumen, oleh karena itu para pelaku di dunia usaha harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus terus mengembangkan usahanya sesuai dengan visi, misi dan tujuannya. Kondisi dunia usaha yang berjalan pada saat ini seiring dengan perkembangan dunia usaha kecil dan menengah yang ada di Indonesia.

Peranan UMKM dalam perekonomian nasional dari berbagai aspek melibatkan pihak pemerintah dalam menyusun Program Pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN). RPJMN tahun 2014-2018 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 2014-2018 menekankan program pengembangan sistem pendukung usaha bagi UMKM dan program pengembangan kewirausahaan dan kemampuan berdaya saing (RPJMN, 2015). 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.

Cristian (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.

Mandala (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa permasalahan yang dihadapi Usaha kecil (UMKM) dan menengah pada umumnya diwarnai oleh kurangnya kemampuan para pelaku usaha dalam memprediksi atau membaca lingkungan internal dan eksternal usahanya. Dalam faktor internal permasalahan muncul dari kurangnya kreativitas dan inovasi dengan hal-hal atau ide-ide yang baru sehingga mempengaruhi suatu kinerja usaha. Hadiyati (2012) juga menjelaskan bahwa kreativitas menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan-gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Di banyak Usaha Kecil Menengah yang tidak mengembangkan kreativitasnya dalam membuat hal produk baru sehingga tidak memberikan hal yang baru dan menarik kepada konsumen.

Kalil dkk (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa para konsumen hanya diberikan produk yang sudah ada yang membuat para konsumen merasa bosan dengan

produk-produk tersebut. Dalam dunia usaha, kreativitas sangat penting, karena kreativitas merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam proses keberlangsungan suatu usaha.

Kreativitas dalam kinerja usaha, berbagai kesuksesan penenun khususnya di Kota Bima disebabkan oleh kreatifitas dalam mengembangkan produk. Persaingan yang ketat dalam berwirausaha mendorong wirausaha untuk memiliki kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut harus dilandasi cara berpikir yang maju, gagasan-gagasan baru yang berbeda dibandingkan produk-produk yang telah ada. Berbagai gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu dan memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia tenun yang pada awalnya kelihatan mustahil. Saat ini berbagai hasil inovasi yang didasarkan kreativitas wirausaha menjadi produk dan jasa yang unggul. Penenun melalui proses kreatif dan inovatif menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang kemudian menciptakan berbagai keunggulan termasuk keunggulan bersaing.

Selain kreativitas, inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan suatu Usaha baik itu usaha kecil, menengah bahkan usaha-usaha besar dalam mempertahankan kemampuan bersaingnya. Seseorang pemilik usaha dituntut untuk selalu berinovasi. Indah dkk (2012) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam berinovasi alat spesifik, dimana suatu alat untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bagi usaha yang berbeda atau jasa yang berbeda. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Vanessa (2014) bahwa inovasi didefinisikan sebagai perubahan (ide besar) dalam sekumpulan informasi yang berhubungan diantara masukan iuran. Inovasi membutuhkan perubahan, tetapi berubah belum tentu berinovasi.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini berujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreatifitas dan inovasi terhadap kinerja usaha UKM tenun motif renda di Kota Bima baik secara parsial maupun secara silmultan.

LITERATUR

Kreativitas menurut Suryana (2003) dalam penelitian Hidayanti (2012) “Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembagakan ide – ide baru dan untuk menemukan cara – cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang.”

Fandy (2014) dan Nastiti (2012) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa indikator Kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Keahlian, memberikan ide-ide kreatif, dimana ide-ide maupun produk tersebut dibutuhkan oleh masyarakat.
2. Kemampuan, menciptakan tehnik-tehnik baru dalam membuat produk.
3. Motivasi, mempunyai motivasi dalam bekerja

Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Menurut Larsen dkk (2007) yang dikutip dalam Ernani (2011) menyatakan bahwa: “Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi”. Menurut Aloysius (2009) dalam penelitian Ernani (2011), bahwa indikator inovasi sebagai berikut: Produk, Pelayanan, Proses, Pasar, Logistik, Organisasi Usaha .

“Kinerja usaha adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenangnya dan tanggung jawabnya masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika”(Utaminingsih, 2016)

Kotler (1993) menjelaskan kinerja usaha merupakan suatu kondisi yang ingin dicapai sebagai hasil dari usaha yang telah dilakukan oleh seluruh komponen perusahaan. indikator

dari kinerja usaha dalam penelitian Wicaksono (2012) dapat diukur dengan perilaku aktual ditempat kerja yang bersifat dimensional, dimana dimensi kerja meliputi :

- Kualitas output adalah tingkat baik buruknya produk atau jasa yang di hasilkan langsung.
- Kuantitas output adalah banyaknya produk yang dihasilkan langsung.
- Waktu kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan dapat dilakukan siang atau malam hari.
- Kerjasama dengan rekan kerja adalah sebuah usaha yang dilakukan oleh rekan kerja untuk mencapai tujuan bersama.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM tenun yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Bima yang berjumlah (1.534) UKM. Metode sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Sampel penelitian ini diKecamatan Raba fokus pada UKM tenun motif renda berjumlah (100) UKM pada Kelurahan Ntobo di Kota Bima yang telah mempunyai kretivitas dan inovasi produk.

Kriteria sampling (1) yang telah mempunyai kreativitas, (2) yang telah mempunyai inovasi, dan (3) UKM tenun motif renda. Tehnik analisa data yang digunakan yaitu uji validitas, reliabilitas dan koefisien korelasi berganda.

Adapun instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuisisioner dengan skala likert. Teknik analisa data yang digunakan yaitu: uji validitas , uji reliabilitas , asumsi klasik, koefisien korelasi berganda, uji F dan uji t. Semua analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Hasil pengujian validitas variabel Kreativitas dan Inovasi secara bersama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima dapat dikatakan valid pada Corrected item-total correlation >0,300. Hasil pengujian validitas ini menunjukkan bahwa pernyataan kuesioner dalam penelitian ini valid. Hasil pengujian penelitian menggunakan pengukuran ini dapat dikatakan reliabel pada Cronbach alpha > 0,600. Hasil pengujian reliabilitas ini menunjukkan bahwa pernyataan kuesioner dalam penelitian ini reliabel.

Uji Regresi Berganda

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 17,980 + 0,373X_1 + 0,020X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 17,980 dapat diartikan apabila variabel Kreativitas dan Inovasi dianggap nol, maka Kinerja Usaha akan sebesar 17,980.
- Nilai koefisien beta pada variabel Kreativitas sebesar 0,373 artinya setiap perubahan variabel variabel Kreativitas (X1) sebesar 0,373 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Kreativitas akan meningkatkan Kinerja Usaha sebesar 0,373 satuan.

- Nilai koefisien beta pada variabel Inovasi sebesar 0,020 artinya setiap perubahan variabel Inovasi (X2) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan Kinerja Usaha sebesar 0,020 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Inovasi akan meningkatkan Kinerja Usaha sebesar 0,020 satuan.

Uji Asumsi Klasik

Data penelitian yang normal menurut Soeratno (1993) memiliki penyebaran dan distribusi yang normal karena data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai plot PP terletak digaris diagonal, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji kolmogorof-Smirnov terlihat nilai Asymp.Sig memiliki nilai 0,974 ($0,974 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu Kinerja Usaha berdasarkan masukan variabel independen yaitu Kreativitas dan Inovasi. Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

Setiap variabel memiliki nilai Tolerance tidak kurang dari 0.10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) tidak lebih dari 10. Analisis ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas terhadap variabel penelitian. Sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian selanjutnya. Hal ini sesuai dengan Ghazali (2011) dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi.

Semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji autokolerasi menunjukkan nilai statistik Durbin Watson sebesar 1,280. maka disimpulkan bahwa tidak terjadi autokolerasi.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil uji Adjusted R2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,109. Hal ini menunjukkan bahwa Kinerja Usaha (Y) dipengaruhi oleh Kreativitas (X1) dan Inovasi (X2) sebesar 10,9%, sedangkan sisanya sebesar 89,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji F

Dari hasil pengujian SPSS diperoleh nilai Fhitung sebesar 7,036 dengan nilai Ftabel sebesar 3,09 ($7,036 > 3,09$) dengan signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,05$). Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Kreativitas dan Inovasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh simultan terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima” diterima.

Uji T

Hasil statistik uji t untuk variabel Kreativitas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,969 dengan nilai t tabel sebesar 1,984 ($2,969 > 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Kreativitas mempunyai pengaruh p terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima” diterima.

Hasil statistik uji t Inovasi diperoleh nilai t hitung sebesar 0,020 dengan nilai t tabel sebesar 1,984 ($0,020 < 1,984$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,867 lebih besar dari 0,05 ($0,867 > 0,05$), maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Inovasi mempunyai pengaruh terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima” ditolak

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis maka kreativitas memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Hasil pengujian pada variabel Inovasi menunjukkan hal yang berbeda yaitu inovasi tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima.

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data kedua variabel yaitu kreativitas dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima.

Saran yang bisa diberikan dari hasil penelitian ini seperti produk tenun Motif Renda Kota Bima harus terus dilestarikan karena mempunyai nilai dan filosofi tersendiri untuk Masyarakat di Kota Bima pada khususnya dan Masyarakat Bima pada umumnya. Kinerja Usaha UKM harus terus ditingkatkan dengan kreativitas yang dimiliki penenun dan juga disertai Inovasi.

Selain itu, pemerintah Kota Bima juga harus berperan aktif dalam melestarikan warisan budaya agar keberadaan produk tenun Motif Renda bisa terus dikenal oleh generasi –generasi muda di Kota Bima dengan terus dan memperkenalkannya melalui pameran, festival budaya dan kegiatan kebudayaan lainnya, dan peneliti selanjutnya lebih mengangkat tema tentang strategi untuk melestarikan produk tenun Motif Renda di Kota Bima.

DAFTAR PUSTAKA

- Aloysius, Gunadi Brata. (2009). Inovasi dan Kinerja Usaha Kecil-Menengah (Kerajinan Bambu di Sleman). *Jurnal Studi Ekonomi Vol, IV, Juni 1*. Yogyakarta.
- Christian, Tri Widodo. (2010). "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha (Survei pada Sentra UKM Industry Kaos Sablon Suci Bandung)". Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM).
- Dewi, A. Widiya dan Purnomo, S. Agus. (2018). Kretifitas dan Inovasi Produk Industri Kretif. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology. ISSN: 2622-1276*.
- Fandy Tjiptono. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi
- Hadiyati, Ernani. (2011). Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13 No. 1. pp. 8-16.
- Hadiyati, Ernani. (2012). Kretifitas dan Inovasi Pengaruhnya terhadap Pemasaran kewirausahaan pada Usaha Kecil. *Jurnal Inovasi dan kewirausahaan. Vol 1, No.3 :135-151*
- Indah, M. Rita dan Tysari,Irma.(2016). Orientasi Kewirausahaan,Inovasi, dan Strategi Bisnis untuk meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Modernasi. Vol 10, Nomor 1*.
- Kalil dan Aenurohman, Evant .A. (2020). Dampak Kreatifitas dan Inovasi produk Terhadap Kinerja UKM di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora. Vol 21. No. 1. Hal: 67-77*.
- Mandala, Ardy dan Raharja, Edy. (2012). Peran Pendidikan, Pengalaman, dan Invoasi terhadap Produktivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Manajemen. Vol 1, No.2 . hal : 1-11*.
- Nastiti, A. Sri. (2012). Pemasaran kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Ekonomika-Bisnis. Vol 02 no.2*.
- Kotler, keller. (2012). Menejemen Pemasaran. Cetakan 1, Edesi 12, Jakarta: Erlangga
- Soeratno, Lincoln Arsyad (1993). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis. Cetakan Pertama, Edisi Revisi, Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Utaminingsih, Adijati. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Kretivitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Kerajinan Rotan di Desa

Teluk Wetan, Welahan Jepara. *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 31 No. 2 Juli 2016*. Universitas Semarang.

Vanessa, D Cynthia dan tawas, Hendra N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Medan. *Jurnal EMBA. Vol 2, No. 3. Hal:1214-1224*

Wicaksono, Gumilang dan Nuvriasari, Audita. (2012). Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar. *Jurnal Sosio Humaniora Vol 3 No. 4. Universitas Mercu Buana. Yogyakarta.*