

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA PENGRAJIN LIMBAH
TEMPURUNG KELAPA DI DESA PERKEBUNAN
BUKIT LAWANG KECAMATAN
BAHOROK KABUPATEN
LANGKAT**

SKRIPSI

Oleh :

**ELISA FITRI
178320240**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)14/12/21

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA PENGRAJIN LIMBAH
TEMPURUNG KELAPA DI DESA PERKEBUNAN
BUKIT LAWANG KECAMATAN
BAHOROK KABUPATEN
LANGKAT**

SKRIPSI

Oleh :

**ELISA FITRI
178320240**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)14/12/21

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA PENGRAJIN LIMBAH
TEMPURUNG KELAPA DI DESA PERKEBUNAN
BUKIT LAWANG KECAMATAN
BAHOROK KABUPATEN
LANGKAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area**

OLEH:

**ELISA FITRI
178320240**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)14/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap
Keberhasilan Usaha Pada Pengrajin Limbah Tempurung
Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan
Bahorok Kabupaten Langkat

Nama : **ELISA FITRI**
NPM : 17.832.0240
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Hesti Sabrina, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)
Dekan

(Wan Rizca Amelia, SE., M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 07/Juli/2021

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul " **Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengrajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat** ", disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk pogram S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari, ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada saat skripsi ini dibuat.

Medan, 02 Oktober 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Elisa Fitri

NPM. 178320240

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Elisa Fitri
NPM : 178320240
Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul "**Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengrajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat**". Melalui hak tersebut, Universitas Medan Area berhak untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan

Pada Tanggal : 02 Oktober 2021

Yang menyatakan,



Elisa Fitri

NPM. 178320240

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Elisa Fitri, yang lahir pada tanggal 11 November 1997 di Gunung Tinggi, Sumatera Utara. Penulis merupakan anak ke 3 (tiga) dari 3 (tiga) bersaudara dari Ayah Mirdan Tarigan dan Ibu Ria Ulina Br Depari. Bertempat tinggal di Jalan Glugur Rimbun, Dusun I Desa Silebo-Lebo, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang.

Pada tahun 2015 peneliti lulus dari SMA Negeri 1 Kutalimbaru dan pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area.



**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PADA PENERAJIN LIMBAH
TEMPURUNG KELAPA DI DESA PERKEBUNAN
BUKIT LAWANG KECAMATAN
BAHOROK KABUPATEN
LANGKAT**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengerajin tempurung kelapa sebanyak 30 pengerajin dengan menggunakan teknik rumus titik jenuh, karena jumlah populasi nya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel dalam penelitian ini diambil mutlak dari populasi sebanyak 30 responden.

Berdasarkan uji t kreativitas dengan nilai thitung > ttabel ($2,489 > 2,051$) dengan tingkat signifikan $0,019 < 0,05$, kemudian variabel inovasi produk diperoleh thitung > ttabel ($2,190 > 2,051$) dengan tingkat signifikan $0,037 < 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan variabel kreativitas dan inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. Nilai FHitung 8.565 lebih besar dari Ftabel sebesar 4.20 dengan sig $0.001 < 0.5$ menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang. Koefisien Determinasi (R^2) = $R^2 \times 100\%$, sehingga diperoleh $R^2 = 0,343$ atau 34,3%. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 34,3% Keberhasilan Usaha (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel kreativitas dan inovasi produk. Sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kreativitas, Inovasi Produk, Keberhasilan Usaha

**THE EFFECT OF CREATIVITY AND PRODUCT INNOVATION ON
BUSINESS SUCCESS IN COCONUT SHELL WASTE CRAFTSMEN
IN THE BUKIT LAWANG PLANTATION VILLAGE BAHOROK
DISTRICT LANGKAT REGENCY**

ABSTRACT

This study aims to determine "The Effect of Creativity and Product Innovation on Business Success in Coconut Shell Waste Craftsmen in the Bukit Lawang Plantation Village, Bahorok District, Langkat Regency". This type of research is associative with a quantitative approach. The population in this study were 30 coconut shell craftsmen using the saturation point formula technique, because the population was less than 100 people, the number of samples in this study was taken absolutely from a population of 30 respondents.

Based on the creativity t test with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($2.489 > 2.051$) with a significant level of $0.019 < 0.05$, then the product innovation variable obtained $t_{count} > t_{table}$ ($2.190 > 2.051$) with a significant level of $0.037 < 0.05$, thus it can be concluded that the variable creativity and product innovation partially have a positive and significant effect on the success of the coconut shell waste craftsman business in the Bukit Lawang plantation village. The F value of 8.565 is greater than F_{table} of 4.20 with sig $0.001 < 0.5$ indicating H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus, it can be concluded that the variables of creativity and product innovation together have a positive and significant effect on the success of the Coconut Shell Waste Craftsmen business in the Bukit Lawang Plantation Village. The coefficient of determination (R^2) = $R^2 \times 100\%$, so that we get $R^2 = 0.343$ or 34.3%. This figure shows that 34.3% of Business Success (the dependent variable) can be explained by the creativity and product innovation variables. The remaining 65.7% is influenced by other factors not explained in this study.

Keywords: Creativity, Product Innovation, Business Success

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat”**. Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucap terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk doa maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. Kemudian pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kepada Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Kepada Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Kepada Bapak Teddi Pribadi SE, MM, selaku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Bapak Ir.Muhammad Yamin Siregar,MM Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Kepada Ibu Wan Rizca Amelia SE, M.Si selaku Ketua Prodi dan pembanding yang telah memberikan kritik dan saran yang bermakna kepada penulis, sehingga skripsi dapat terselesaikan.

6. Kepada Bapak Haryaji Catur Putra Hasman, SE., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
7. Kepada Ibu Hesti Sabrina SE,M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan, arahan, dorongan, dan semangat kepada peneliti , sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Kepada Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku sekertaris dalam membimbing dan memberikan masukan serta saran kepada penulis, sehingga skripsi dapat terselesaikan.
9. Kepada seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
10. Kepada seluruh pegawai dan staf akademik yang telah membantu memberikan fasilitas, ilmu, seta mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
11. Kepada UKM Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat dan Pihak aparat Desa Perkebunan Bukit Lawang yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melangsungkan penelitian dan memperoleh data, terutama kepada Glen Adinta Bakata Ginting yang sudah membantu dalam memberikan dukungan secara moril dan mengarahkan peneliti dalam proses pengambilan data.
12. Kepada kedua orang tua tercinta saya Mirdan Tarigan dan Ria Ulina Br Depari yang selalu mendukung saya, memberikan perhatian, kasih sayang, doa, materi dan memberikan semangat tiada henti untuk saya dalam emnyelesaikan skripsi ini. Kemudian terimakasih banyak untuk kakak dan abang tercinta Brig.Sri Ramadani dan Rahmat Sahputra, Amd yang telah memberikan dukungan serta perhatian kepada peneliti.
13. Kepada pasangan saya Andros Y Sembiring yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, moril, doa, dan materi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
14. Kepada Semua teman-teman stambuk 2017 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area terutama Ade, Jesica, Aisyah, Ayu, Wirda, yang memberikan

dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

15. Serta masih banyak lagi pihak – pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

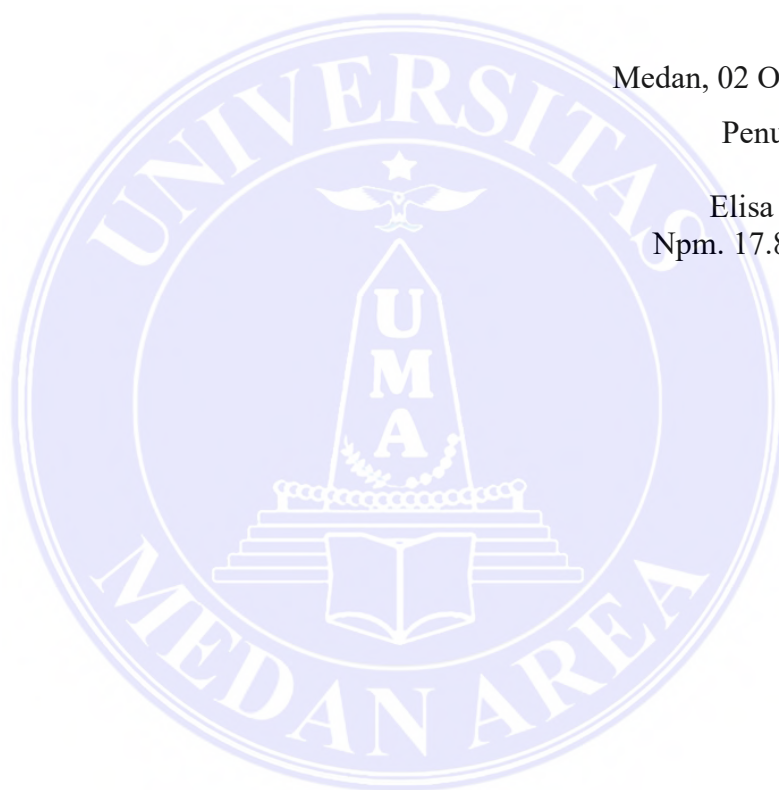
Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebailan yang telah diberikan. Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, 02 Oktober 2021

Penulis,

Elisa Fitri

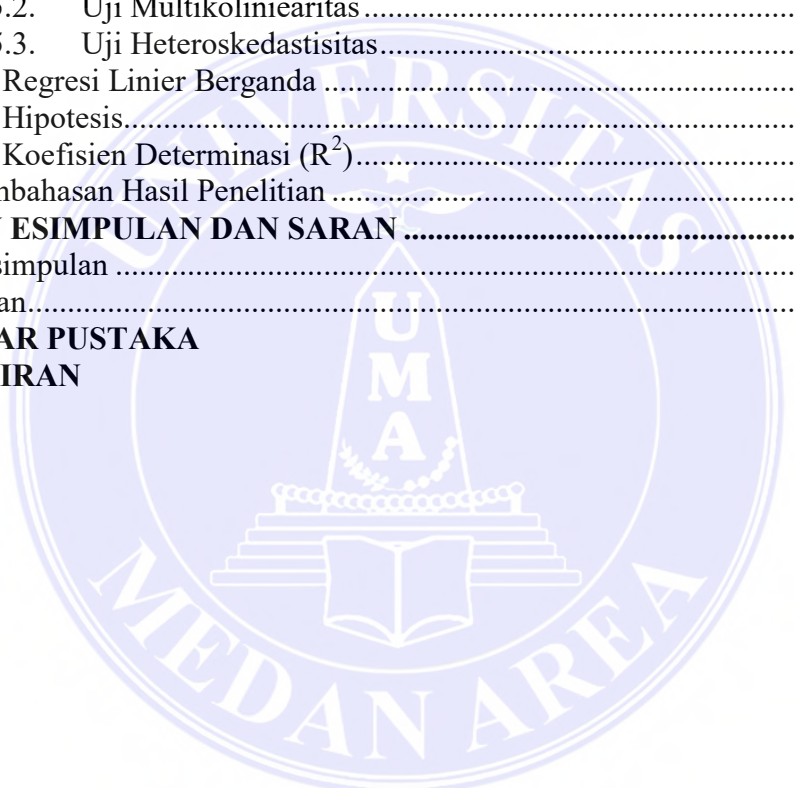
Npm. 17.832.0240



DAFTAR ISI

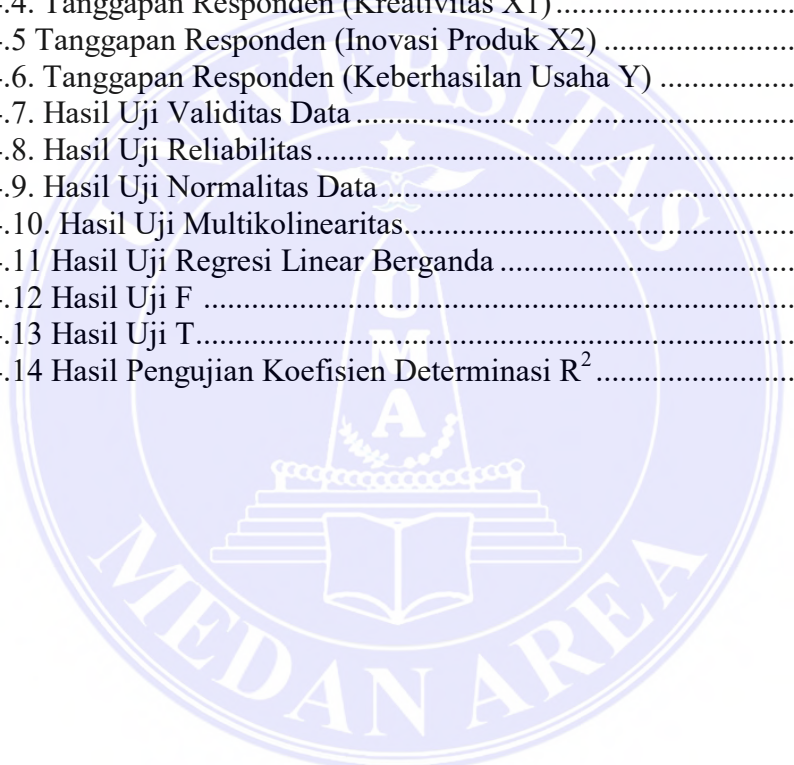
ABSTRAK.....	i
ABSTRACK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1. Tujuan Penelitian	8
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1.Kreativitas	10
2.1.1. Definisi Kreativitas	10
2.1.2. Ciri - Ciri Orang Kreatif.....	11
2.1.3. Sumber Kreativitas.....	11
2.1.4. Indikator Kreativitas.....	12
2.2.Inovasi Produk	13
2.2.1. Definisi Inovasi	13
2.2.2. Tujuan Inovasi Produk	16
2.2.3. Indikator Inovasi Produk.....	16
2.3.Keberhasilan Usaha.....	18
2.3.1. Pengertian Keberhasilan Usaha.....	18
2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.	20
2.3.3. Indikator Keberhasilan Usaha.....	20
2.4.Penelitian Terdahulu	23
2.5.Kerangka Konseptual	27
2.5.1. Hubungan Antar Variabel	27
2.6.Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1.Jenis Penelitian.....	31
3.2.Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.3.Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	33
3.4Sumber Data.....	33
3.5Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6Defenisi Operasional Variabel	35
3.7.Uji Kualitas Data.....	37
3.8.Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1. Metode Statistik Inferensial	38
3.8.2. Uji Asumsi Klasik	38
3.8.3. Metode Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.8.4. Pengujian Hipotesis.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1.Gambaran Umum Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Bukit Lawang	43
4.1.1. Sejarah Singkat Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Bukit Lawang.....	43
4.2.Gambaran Umum Penelitian.....	43
4.2.1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
4.2.2. Karakteristik Responden.....	44
4.3.Penyajian Data Angket Responden.....	46
4.3.1. Tanggapan Responden.....	47
4.4.Teknik Analisis Data.....	54
4.5.Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.1. Uji Normalitas Data.....	58
4.5.2. Uji Multikolinieritas.....	60
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.6.Uji Regresi Linier Berganda.....	63
4.7.Uji Hipotesis.....	65
4.8.Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.9.Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V ESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1.Kesimpulan	74
5.2.Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Volume Penjualan Kerajinan Tempurung Bulan Januari – September (2020)	6
Tabel 1.2. Data Pengerajin Limbah Tempurung di Desa Perkebunan Bukit Lawang	7
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Renana Waktu Penelitian	33
Tabel 3.2. Parameter Skala Likert.....	36
Tabel 3.3. Oprasionalisasi Variabel	37
Tabel 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Berusaha	47
Tabel 4.4. Tanggapan Responden (Kreativitas X1)	48
Tabel 4.5 Tanggapan Responden (Inovasi Produk X2)	49
Tabel 4.6. Tanggapan Responden (Keberhasilan Usaha Y)	53
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Data	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Data	61
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.12 Hasil Uji F	67
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	68
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R ²	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	59
Gambar 4.2 Grafik Normal Probabililty Plot.....	60
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	79
Lampiran 2 Data Tabulasi Jawaban Responden	84
Lampiran 3 Output Hasil Uji Statistika.....	87
Lampiran 4 Surat Riset Universitas	99
Lampiran 5 Surat Selesai Riset	100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

UKM (Usaha Kecil Menengah) di Indonesia begitu penting dalam krisis ekonomi yang sudah terbukti menyelamatkan perekonomian bangsa. Banyak usaha yang berskala besar mengalami kemerosotan dan bahkan sampai aktivitas usaha terhenti, UKM telah terbukti lebih praktis dalam menghadapi krisis ekonomi. Persaingan yang terjadi bukan hanya antara apa yang diproduksi, tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada produknya, sehingga produk tersebut memiliki nilai tambah yang dapat membuat konsumen menjadi tertarik. Oleh sebab itu, sebuah usaha harus memiliki kemampuan dalam menciptakan atau membentuk nilai tambah terhadap produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan peningkatan kreatifitas dan keinovasian dalam produk yang ditawarkan.

Kreativitas merupakan kemampuan dalam memberikan ide atau gagasan dengan suatu proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu (Zimmerer dalam Suryana 2010:211). Kreativitas merupakan daya cipta yang memiliki nilai „lebih“ tinggi dan juga positif dalam membuat ataupun mengeluarkan produk baru yang lebih pragmatis. Nilai lebih bisa diartikan sebagai lebih baru, lebih bagus, lebih baik, lebih modifikatif, lebih benar, lebih efektif, dan lebih efisien. Sementara, lebih „pragmatis“ mengandung makna lebih berguna, lebih bermanfaat untuk masyarakat luas, dan lebih mudah didapat (Suherman, 2008:58). Kreativitas tidak hanya karena keberuntungan tetapi juga merupakan kerja keras yang disadari. Kegagalan bagi orang kreatif haanya sebagai variabel pengganggu untuk

keberhasilan. Dia akan mencoba lagi dan akan terus mencoba lagi sampai berhasil.

Inovasi merupakan keahlian untuk menerapkan kreativitas dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang untuk mengembangkan produk yang sudah ada (Ernani, 2011:10) dan (Raeny D.S: 2013). Sesuatu hal baru dan berbeda tersebut dapat berbentuk hasil seperti barang/jasa, dan bisa juga dalam bentuk proses seperti ide, metode, dan cara sesuatu yang baru serta berbeda yang diciptakan melalui proses berfikir kreatif dan bertindak inovatif seperti nilai tambahan (*value added*) dan keunggulan yang berharga.

Proses kreativitas dan inovasi dapat dilakukan hanya oleh orang-orang yang mempunyai jiwa dan sikap kewirausahaan yaitu orang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), berinisiatif (energik dan percaya diri), memiliki prestasi (berorientasi hasil dan berwawasan kedepan), memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil beda), dan berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan (Suryana, 2003:15).

Dalam penelitian ini penulis hanya fokus pada masyarakat yang bisa mengelola limbah tempurung kelapa menjadi sebuah seni kerajinan. Seperti yang diketahui banyak ragam dan bentuk seni kerajinan terbuat dari limbah ini, seperti aksesoris, perangkat rumah tangga, perabotan, hiasan dan masih banyak lainnya.

Tempurung kelapa terletak dibagian dalam kelapa setelah sabut. Lapisan keras tempurung kelapa memiliki ketebalan 3 mm - 5 mm. Lapisan keras tempurung kelapa mempunyai kandungan Silikat (SiO_2) yang terdapat dalam tempurung. Berat total buah kelapa, antara 15% sampai 19% merupakan berat tempurungnya. Selain itu tempurung juga banyak mengandung lignin. Tempurung

kelapa merupakan bagian kelapa yang keras atau merupakan limbah keras. Limbah tempurung kelapa belum memiliki pemanfaatan yang jelas sehingga dalam pembuangannya menjadi rumpukan. Limbah tempurung kelapa memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi barang-barang seperti gelang, kalung, alat rumah tangga, cincin, kaligrafi, dan aksesoris menarik lainnya. Peralatan yang digunakan yaitu pisau, amplas halus, amplas kasar, catatau pernis. Kemudian untuk membuat produk ini pun langkah-langkahnya tidak begitu susah yaitu, dengan cara membersihkan sisa-sisa serabut kasar dipermukaan batok menggunakan pisau atau silet secara hati-hati. Kemudian membersihkan sisa - sisa serabut halus diluar atau permukaan batok menggunakan amplas. Kemudian memotong batok sesuai dengan ukuran dan bentuk sesuai dengan kerajinan yang akan dibuat. Setelah itu menghaluskan bagian permukaan batok menggunakan amplas dan menggosoknya secara merata. Kemudian supaya permukaan batok kelapa menjadi mengkilat dapat mengecatnya dengan pernis. Setelah terbentuk sesuai dengan yang diinginkan sudah memberi fitur warna dengan pernis kemudian dijemur dibawah sinar uv hingga kering. Kemudian jadilah sebuah produk baru.

Jenis tanaman ini memiliki fungsi ganda karena semua bagian dapat dimanfaatkan, sehingga rakyat banyak membudidayakan tanaman ini. Produksi kelapa di Desa Perkebunan Bukiit Lawang cukup besar, Luas areal pertanaman rakyat 4.247 Ha dengan produksi 2.349 ton per tahun. komoditas kelapa paling banyak ada di seluruh kecamatan wilayah Pantai Timur Langkat (<http://www.langkatkab.go.id>). Dengan produksi kelapa yang cukup tinggi di wilayah tersebut maka dapat diperkirakan tingginya produksi limbah tempurung

kelapa per tahunnya yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar. Hal ini lah yang menjadi latar belakang penulis melakukan penelitian tentang pengelolaan limbah tempurung kelapa.

Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang sudah berdiri sejak tahun 1990an dan mulai mengalami perkembangan pada tahun 2006 sampai sekarang. Penulis ingin mengkaji bagaimana masyarakat di Desa Perkebunan Bukit Lawang mampu mengoptimalkan limbah ini, seperti membuat kreativitas sedemikian rupa agar menarik perhatian pengunjung untuk menyeimbangkan pemasukannya. Keativitas yang mereka buat seperti tempurung kelapa di Art menjadi gelang, kalung, anting – anting, vas bunga, cangkir, asbak rokok, peralatan rumah tangga, dll. Ada juga kreativitas lainnya seperti tempurung kelapa di buat menjadi makrame, tali nya tidak melalui mesin melainkan di rajut sendiri, pembuatannya lebih teliti, dan yang pasti mengikuti trend ataupun minat konsumen sesuai masanya. Inovasi – inovasi untuk produk pun dilakukan melalui inspirasi dari internet, sosial media, dan kritik saran dari konsumen. Varian inovasi produk yang dilakukan yaitu, awalnya hanya membuat kalung dan gantungan kunci berupa abjad saja, pada gelang talinya hanya di linting saja, dan motifnya masih monoton. Setelah melihat tren dan masukkan dari konsumen, pegerajin melakukan inovasi seperti di bagian talinya sudah di makrame, menggunakan tali – tali yang berasal dari luar, tempurung di ukir dan di buat seteliti dan semenarik mungkin, bisa di request ditempat dengan menunggu sebentar untuk membuat motif sesuai dengan permintaan konsumen, dan membentuk tempurung sesuai dengan selera masyarakat lokal maupun luar untuk stok di jual. Pengusaha juga berusaha untuk membuat suatu produk kerajinan

yang optimal dalam segi bentuk dan ornamen atau hiasan yang dapat menarik minat wisatawan, dan memanfaatkan kuantitas limbah tempurung kelapa yang menjadi seni kerajinan yang bernilai jual.

Kerajinan tangan tempurung kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat merupakan kerajinan tangan hasil kreatifitas masyarakat yang sengaja dibuat untuk menyerap banyaknya bahan baku yang tersedia di desa tersebut. Dalam mempertahankan penjurannya yang dihubungkan dengan keberhasilan usaha mereka, pihak pengrajin berusaha melakukan berbagai macam strategi di antaranya kreativitas dan inovasi produk. Namun dengan banyaknya produk sejenis yang dipasarkan, maka berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Berikut hasil penjualan kerajinan tempurung di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat

Tabel 1.1
Volume penjualan Kerajinan tempurung
Bulan Januari – September 2020 (Rp)

Bulan	Volume Penjualan	Unit
Januari	35.356.000	400
Pebruari	47.730.600	540
Maret	30.406.160	344
April	38.184.480	432
Mei	35.179.220	398
Juni	34.383.710	389
Juli	32.262.350	365
Agustus	30.317.770	343
September	28.461.580	322

Sumber data: Kerajinan tangan tempurung kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang

Dari tabel 1.1 tersebut terlihat bahwa volume penjualan Kerajinan tangan tempurung kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang yang tidak teratur (fluktuatif). Dari bulan mei sampai bulan september volume penjualan mengalami penurunan. Penyebab terjadinya penurunan volume penjualan dikarenakan situasi

yang kita ketahui sekarang sedang mengalami masalah yaitu adanya Covid-19 yang mengharuskan wisatawan dari dalam maupun luar negeri sulit untuk datang. Hal tersebut membuat penjualan menurun dan mempengaruhi keberhasilan usaha pada Kerajinan tangan tempurung kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat”**.

Tabel 1.2. Data Pengerajin Limbah Tempurung di Desa Perkebunan Bukit Lawang

No	Pengerajin Limbah Tempurung Kelapa	Tahun Berdiri
1	Tip Top Souvenir Shop	2001
2	Viona Souvenir	2003
3	Tonys Souvenir	2002
4	Marikena Galery	2005
5	Anggun Collection	2002
6	Bg Njun Souvenir	2000
7	Andy's Coconut Handcrafts	2000
8	Cocodel Art Shop	2004
9	Jefray Souvenir	2004
10	Buterfly Souvenir	2003
11	Yuki Souvenir	2005
12	Art Factory	2001

13	Bagoes Hand-Carved Coconut Jewelry	2002
14	Leuser Gallery	2004
15	Oke Art Shop	2000
16	Moose Keliat Designs	2001
17	Green Life Adventure Souvenir	2003
18	Ukir Nama Souvenir	2000
19	Reclamed Wood Carving	2002
20	Rain Forest Collection	2002
21	Indra Valley Souvenir	2004
22	Explore The Jungle Collection	2005
23	Jungle Tribe Shop	2003
24	Ramban Jungle Souvenir	2001
25	Baginta Collection	2000
26	Lawang Collection Shop	2002
27	Orangutan Souvenir	2002
28	Garden Rest Souvenir	2003
29	Sams Collection	2000
30	Dr Wood Reclamed	2002

Hasil survey langsung ke lokasi

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dan penjelasan di atas yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah kreativitas dan inovasi produk secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat ?
2. Apakah kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat ?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis kebenaran suatu pengetahuan. Dengan demikian, tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas dan inovasi produk secara bersama – sama terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreatifitas terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat.

1.3.2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi pelaku industri kreatif (perusahaan)
Sebagai informasi dalam mempertimbangan pengelolaan usaha dan sebagai referensi bagi calon wirausahawan yang ingin memulai usaha.
- b. Bagi penulis (peneliti)
Menambah wawasan dan memperluas pengetahuan kewirausahaan dalam bidang Manajemen Usaha Kecil yang berhubungan dengan pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha.
- c. Bagi pihak lain
Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai bahan referensi dan informasi yang nantinya dapat memberikan perbandingan saat mengadakan penelitian pada bidang lain di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kreativitas

2.1.1. Definisi Kreativitas

Kreativitas adalah ide atau gagasan dan kemampuan berpikir kreatif. Menurut Suryana (2014:66) Kreativitas adalah cara berfikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan (*different*), kegunaan (*utility*), dan dapat dimengerti (*understable*) untuk menghasilkan suatu produk dalam berbisnis. Menurut Buchari.A (2018:68) kreativitas merupakan kemampuan untuk membuat kombinasi – kombinasi baru atau melihat hubungan – hubungan baru antar unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya. Nilai lebih juga dapat diartikan sebagai lebih baru, lebih baik, lebih bagus, lebih benar, lebih modifikatif, lebih efektif, dan lebih efisien. Sementara, lebih „pragmatis“ mempunyai arti lebih berguna, lebih bermanfaat bagi masyarakat luas, dan lebih mudah didapatkan. Kreativitas artinya sebagai pengguna imajinasi dan kecerdikan untuk memperoleh sesuatu dan guna mendapatkan jalan keluar (solusi) yang unik dalam mengatasi permasalahan (Susanto, 2013:3). Munandar (2016:12) menyatakan bahwa “Kreativitas adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya”. Nagel (2011) mengemukakan bahwa Orang kreatif adalah orang yang bisa memunculkan ide dan diterima orang lain dengan senang hati. Salah satunya adalah Mr Joger, BAA, BSS (Bukan Apaa-Apa dan Bukan Siiapa-Siapa).

Dari pendapat di atas, kesimpulan yang di tarik adalah kreativitas pada dasarnya merupakan kemampuan seseorang dalam membuat sesuatu hal baru dan

cenderung berbeda dari yang sudah ada, berdasarkan data – data yang ada menjelaskan kelancaran, keluwesan, originalitas dalam berpikir, dan kemampuan mengkolaborasi. Produk hasil dari kreativitas bukan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi berupa gabungan dari data atau unsur yang telah ada sebelumnya sehingga menghasilkan sesuatu yang berbeda.

2.1.2. Ciri - Ciri Orang Kreatif

Ciri - ciri manusia yang berfikir kreatif (Kandiyatna 2010:6):

1. Keterbukaan dalam pengalaman, pendapat, dan selalu ingin belajar.
2. Berfikir imajinatif.
3. Berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan.
4. Keaslian.

Seseorang yang kreatif biasanya karena adanya dorongan kuat dari dalam dirinya untuk berbuat lebih daripada orang lain, sehingga dia menjadi lebih unggul dibandingkan orang disekitarnya. Selain itu orang yang berbuat kreatif karena adanya keinginan untuk berprestasi lebih tinggi dan berbuat sesuatu yang dirasanya cukup berarti bagi kemajuan. Oleh karena itu sifat kreatif sangat dibutuhkan bagi setiap wirausaha yang ingin mencapai kesuksesan karena bila ia tidak kreatif maka ia akan sama saja dengan orang lain disekitarnya.

2.1.3. Sumber Kreativitas

Seseorang menjadi kreatif memerlukan aktivitas berpikir kreatif, karena tidak mungkin dapat menciptakan hal baru tanpa berfikir terlebih dahulu. Hamalik dalam suherman (2008:57) menyatakan bahwa “berfikir kreatif memintaa urutan pendapat, pengalaman informasi, dan gagasan sehingga tercipta ide-ide baru yang lebih baik”.

2.1.4. Indikator Kreativitas

A.Tanan dalam suryana (2014 :74) mengemukakan dimensi dan indikator dari kreativitas adlah sebagai berikut :

1. Pencipta Peluang, indikatornya :
 - a. Antusias
 - b. Bersemangat
 - c. Berkembang
2. Penemu, indikatornya :
 - a. Gigih
 - b. Tekun
 - c. Bersedia kerja keras
3. Pengambil Risiko yang Diperhitungkan, indikatornya :
 - a. Berani memulai
 - b. Tidak malu – malu
 - c. Tidak takut gagal atau rugi

Menurut Suryana (2006:42) indikator Kreativitas sebagai berikut :

1. Ingin tahu
Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar, terbukti dengan pengamatan.
2. Optimis
Perasaan yakiin terhadap sesuatu yang baik, akan terjadi yang memberi haraapan positif, serta menjadi pendorong untuk berusaha ke arah keemajuan ataupun kejayaan.
3. Flexibel

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

4. Mencari Solusi Dari masalah

Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

5. Orisinil

Keaslian dalam menciptakan suatu produk.

6. Suka Berimajinasi

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

2.2. Inovasi Produk

2.2.1. Definisi Inovasi

Menurut Jane H dan David W (*Managing Inovation*), dalam Kandiyatna (2010:7) inovasi adalah gabungan dari konsepsi dengan penemuan dan pemanfaatan. Konsepsi yaitu ide baru, penemuan yaitu ide baru yang diubah menjadi kenyataan, sedangkan pemanfaatan yaitu penerimaan yang luas atau keuntungan yang dihasilkan dari penemuan. Menurut kamus bahasa Indonesia inovasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *innovation* yang artinya adalah pembaharuan, perubahan (secara) baru. Ini memberikan pengertian bahwa inovasi adalah suatu tahap penerapan dan pengaplikasian cara-cara atau ide baru secara aktual ataupun proses pembaharuan yang dikerjakan dalam memecahkan suatu permasalahan. Menurut Suryana (2008) dan Carol KG yang dipetik dari Alma (2009), inovasi yaitu kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang

diimplementasikan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi sebagai “proses” dan “hasil” perkembangan atau pemanfaatan mobilitasi pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman untuk mewujudkan serta memperbaiki produk (barang/jasa) yakni memberikan nilai yang berarti secara signifikan, dan inovasi juga dapat bersifat baru untuk perusahaan, bagi pasar, negara atau daerah, bahkan bagi dunia. Menurut Hubeis (2012:67) inovasi merupakan suatu perubahan atau ide besar dalam sekumpulan informasi yang berhubungan antara masukan dan luaran.

Berdasarkan teori – teori inovasi di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah kemampuan menerapkan ide-ide baru (ide kreatif) terhadap peluang yang ada untuk memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki.

Produk adalah objek yang sangat vital dan berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan keuntungan atau laba, akan tetapi tetap menjaga proses kegiatan operasional dan kesehatan keuangan perusahaan. Secara luas, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Dari produk, produsen dapat memanjakan konsumen. Karena dari produk diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen.

Dari definisi diatas disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang menjadi penarik perusahaan untuk ditawarkan kepada konsumen guna mencapai tujuan perusahaan.

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan kemauan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, Adapun harapan yang dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.

Inovasi produk harus dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan secara cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan keselarasan antara proses dan lingkungan yang mendukung. Dengan kata lain keberhasilan inovasi yang dikerjakan harus bersifat terus menerus dan bukan terealisasi secara insidental. Menurut Myers dan Marquis dalam Kotler (2016:454) “Inovasi produk adalah akumulasi dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain”.

Menurut Myers dan Marquis dalam Kotler (2014:36) mengemukakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukan hanya konsep dari suatu ide baru, penemuan baru, atau juga bukan merupakan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru saja, tetapi inovasi merupakan gambaran dari semua proses tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016:476) inovasi produk adalah “*An innovation is any good, service, or idea that someone perceives as new, no matter how long its history, the spread of a new idea from its source of invention or creation to its ultimate users or adopters*”.

Inovasi produk menunjukkan perkembangan dan pengenalan produk baru yang dikembangkan dan berhasil di pemasaran (Nelly et al., 2001). Inovasi produk merupakan sesuatu yang potensial untuk menciptakan fikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan (Drucker, 1954 dalam Berthon et al,1999).

Berdasarkan definisi inovasi produk diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa inovasi produk adalah suatu usaha yang dijalankan perusahaan guna

menciptakan produk baru yang bertujuan untuk penyesuaian dengan selera konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

2.2.2. Tujuan Inovasi Produk

Inovasi produk dalam perusahaan bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena kebutuhan dan selera konsumen seringkali mengalami perubahan produk, teknologi, siklus hidup, produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Dalam persaingan yang begitu ketat, barang ditawarkan kepada konsumen harus beragam dan memiliki kelebihan dan kecanggihannya masing – masing. Inovasi produk yang dilakukan harus dengan penelitian pasar agar produk yang diproduksi dapat sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen.

Perusahaan harus mengutamakan mutunya, jangan hanya memperhatikan selera konsumen, karena dapat menyebabkan produknya tidak di lirik atau di sukai oleh konsumen, bahkan bisa jadi beralih pada produk lain, sehingga penjualan akan turun.

2.2.3. Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler ada tiga indikator inovasi produk yaitu:

a. Kualitas produk

Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.

b. Varian produk

Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain,

atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

d. Gaya dan Desain produk

Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.

Indikator inovasi produk menurut Zimmerer dan N.M. Scarborough (2008:57) yaitu sebagai berikut:

1. Perubahan desain
2. Inovasi teknis
3. Pengembangan produk

Enam indikator Menurut (Kotler dan Keller, 2014:37), yaitu:

1. Produk baru bagi dunia

Produk baru bagi dunia merupakan suatu produk baru yang menciptakan pasar baru, dimana produk yang sama belum pernah dibuat oleh pihak lain sehingga produk tersebut merupakan produk yang benar-benar baru, jadi dapat membedakan antara produk baru dan produk yang sejenis.

2. Lini produk baru

Lini produk baru adalah produk baru yang masuk kedalam pasar yang sudah mapan untuk masuk ke dalam pasar yang awalnya sudah ada, dengan lini produk baru perusahaan dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihannya.

3. Tambahan pada lini produk yang telah ada

Tambahan pada lini produk yang telah ada merupakan produk-produk baru yang mencukupi dan menambah suatu lini produk perusahaan yang telah mantap sehingga produk lebih beragam hingga memunculkan banyak pilihan.

4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada

Cara untuk memperbaharui produk yang sudah ada dipasar yaitu produk yang memberikan kinerja lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat untuk menggantikan produk yang telah ada, dimana dihasilkan produk baru dengan daya kerja dan kegunaan yang telah disempurnakan.

5. Penentuan kembali

Penentuan kembali merupakan produk yang sudah dipasarkan ke segmen pasar yang baru, hasil ini diharapkan memperluas pemasaran dengan memperoleh pangsa pasar atau konsumen baru sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan.

6. Pengurangan biaya

Pengurangan biaya yaitu produk baru yang kegunaannya serupa akan tetapi harga lebih murah atau rendah, hal ini mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dan berdampak pada peningkatan volume penjualan suatu prroduk.

2.3. Keberhasilan Usaha

2.3.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Mudzakar dalam Andari (2011:21) Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lain seperti sederajat atau sekelasnya. Kerjasama antar perusahaan, konsultasi, pengukuran kinerja, dan fleksibilitas mempunyai peran penting dalam kesuksesan bisnis. Suryana dalam

Lestari (2013: 9) mengemukakan bahwa Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis demi mencapai tujuannya. Suryana (2011:66) mengatakan bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, adanya kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko waktu maupun uang”. Keberhasilan usaha merupakan kegiatan perusahaan untuk menciptakan dan mendistribusikan kekkayaan, tetapi pada diferensiasinya yang biasanya terkait dengan inovasi (Ketchen, Ireland, & Snow, 2007).

Menurut I. rimiana, dkk (2009) keberhasilan usaha adalah permodalan yang sudah tercukupi, penyaluran yang produktif, dan tercapainya tujuan organissasi. Algifari (2003) mengatakan bahwa, keberhasilan usaha dilihat melalui efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan secara ekonomis. H.F.Noor (2008) Mengatakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, bisnis dikatakan mencapai tujuannya atau berhasil apabila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang mengerjakan bisnis. Apabila di dalam sebuah perusahaan atau bisnis terdapat penurunan laba atau laba yang tidak stabil, maka perusahaan atau bisnis akan kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan dan mempertahankan usahanya. Menurut Wibowo (2011:97), Keberhasilan usaaha pada hakikatnya adalah keberhasillan dari bisnis guna mencapai tujuannya.

Chukwujiok (2013) mengatakan bahwa keberhasilan usaha akan berhasil jika memiliki keterampilan dalam perencanaan dan penganggaran untuk strategi pemasaran yaang menyediakan berbagai produk menarik, bertindak cepat mendeteksi perubahan lingkungan, menilai masalah penjualan sebagai cara mempertahankan hubungan dengan pelanggan, fokus pada kualitas produk

sehingga dapat meraih pangsa pasar dan menarik serta mempertahankan karyawan yang kompeten. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya.

2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.

Menurut Albert.W dalam Suryana (2017:168) bahwa faktor yang merupakan kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Menurut Suryana (2017:44) keberhasilan usaha ditentukan oleh faktor-faktor berikut, yakni :

1. Kemampuan dan kemauan.
2. Memiliki tekad yang kuat dan kerja keras.
3. Ketetapan dan peluang.

Menurut Basrowi 2014, 19-26 ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam mencapai keberhasilan usaha yaitu :

- a. Motivasi
- b. Usia
- c. Pengalaman
- d. Pendidikan

2.3.3. Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator keberhasilan usaha menurut jumaidi (2012) meliputi:

1. Tercapai tujuan usaha
2. Produk diterima pasar
3. Adanya laba produksi

4. Kepuasan batin wirausaha

Indikator keberhasilan usaha menurut Suryana (2003:85) meliputi:

1. Modal : Kumpulan dari uang atau barang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha.
2. Pendapatan : Nilai uang yang diterima oleh perusahaan/organisasi dari kegiatannya seperti penjualan produk atau jasa kepada pelanggan.
3. Volume penjualan : Usaha dilakukan manusia dalam menginformasikan barang untuk mereka yang memerlukan imbalan uang dengan harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama.
4. Tenaga Kerja : Seseorang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dirisendiri dan untuk masyarakat.

Menurut Wibowo (2011:97) indikator keberhasilan usaha sebagai berikut:

1. (Laba/*Profitability*)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha yaitu selisih antara pendapatan dengan biaya.

2. Produktivitas

Produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi penjualan dan juga menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga berpengaruh pada laba yang diperoleh.

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Bisnis dikatakan berhasil apabila dapat mengalahkan pesaing paling tidak masih bisa bertahan.

4. Kompetensi

Kompetensi merupakan gabungan dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan jaman.

5. Terbangunnya citra baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, *trust internal* dan *trust external*. *Trust internal* adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *trust external* adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stakeholder* perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

Indikator dalam mengukur keberhasilan usaha atau kinerja organisasi menurut Samir (2005), yaitu sebagai berikut:

1. Produktivitas, yang diukur melalui perubahan output ke faktor input (modal dan tenaga kerja).
2. Perubahan di tingkat kepegawaian (*output*, teknologi, cadangan modal, mekanisme penyesuaian, dan pengaruh terhadap perubahan status).
3. Rasio finansial (mengurangi biaya pegawai dan meningkatkan nilai tambah pegawai).

Indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Noor (2007) adalah sebagai berikut:

1. Laba atau keuntungan usaha, bisnis adalah tujuan utamanya. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

2. Produktivitas dan Efisiensi, besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan produksi. Hal ini akan mempengaruhi penjualan, pendapatan, dan laba yang diperoleh.
3. Daya Saing, merupakan kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyallitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing dan juga bisa bertahan menghadapi pesaing.
4. Kompetensi dan Etika Usaha, merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan jaman.
5. Terbangunnya citra baik, citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, *trust internal* dan *trust external*. *Trust internal* adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *trust external* adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan jugaa pesaing.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1	Dewi Kusuma Rahman, Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti, Chairul Saleh (2015)	Pengaruh kreativitas dan perilaku inovatif terhadap keberhasilan usaha industri kecil melalui motivasi usaha sebagai variabel mediasi (studi kasus	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : 1) Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan

		<p>pada pengusaha ukm kerajinan bambu di desa gintangan kabupaten Banyuwangi)</p>	<p>terhadap motivasi usaha industri kecil kerajinan bambu di Desa Gintangan – Banyuwangi. 2) Perilaku inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi usaha industri kecil kerajinan bambu di Desa Gintangan–Banyuwangi. 3) Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha industri kecil kerajinan bambu di Desa Gintangan – Banyuwangi. 4) Perilaku inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha industri kecil kerajinan bambu di Desa Gintangan Banyuwangi. 5) Motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha industri kecil kerajinan bambu di Desa Gintangan-Banyuwangi. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kreativitas dan perilaku inovatif pada pengusaha UKM kerajinan bambu beserta dukungan penuh dari motivasi usaha maka akan menumbuhkan suatu keberhasilan usaha untuk kemajuan usaha dan mendapatkan kehidupan yang lebih baik dari pada sebelumnya.</p>
2	Simbur Onassis S (2018)	Pengaruh kreativitas, inovasi dan pengetahuan Kewirausahaan terhadap keberhasilan Usaha pada toko parfum floean.	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Kreativitas, inovasi dan pengetahuan kewirausahaan secara serempak

			<p>berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Parfum Florean.</p> <p>2. Kreativitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Parfum Florean.</p> <p>3. Inovasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Parfum Florean.</p> <p>4. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Toko Parfum Florean.</p>
3	Shofia Amin dan Indra Jaya (2019) Vol.6.No.4	<i>Creativity and innovation in achieving success in traditional cake businesses.</i>	<i>Creativity and innovation have a significant positive effect on the success of the business of traditional cake in Kuala Tungkal. It means that if creativity and innovation are improved it will have a significant effect on increasing business success. Being compared to creativity, innovation has a dominant effect in influencing the success of the business of cake. Innovation has a greater effect in increasing business success. This fact is in accordance with the characteristics of the product that is traditional food. On the one hand, the sense of traditional must be kept, especially its original recipe, but on the other hand, they still have to innovate to keep up with changing consumer tastes. So the kinds of innovation that can be suggested are place innovation, design innovation, and service innovation. The support of all parties to continue to love</i>

			<i>traditional products also helps preserve traditional cakes from the tight competition of westernized cakes.</i>
4	Muhamad Desky Alkachvi dan Trustorini Handayani. (2018)	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)”	<p>Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa :</p> <p>a. Variabel kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji, Bandung. Dimana semakin tinggi tingkat kreativitas, maka tingkat pengaruh kepada keberhasilan usaha akan tinggi.</p> <p>b. Variabel inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji, Bandung. Dimana semakin tinggi tingkat inovasi produk, maka tingkat pengaruh kepada keberhasilan usaha akan tinggi.</p> <p>c. Variabel kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel keberhasilan usaha pada Sentra Sangkar Burung Sukahaji, Bandung. Dimana semakin tinggi kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama, maka akan berpengaruh tinggi pada tingkat keberhasilan usaha.</p>
5	Sri Porwani (2016). Volume 2. No. 2.	Kreativitas dan inovasi wirausaha terhadap kualitas Produk <i>big art project</i> Palembang	<p>Berdasarkan uraian sebelumnya maka penulis menyimpulkan sebagai berikut :</p> <p>1. Produk <i>Big Art Project</i></p>

			<p>Palembang terdiri dari Karikatur <i>Pop Up</i>, <i>Pop Up Frame</i>, <i>Mahar Pop Up</i>, dan <i>Scrap Frame</i>. Untuk Produk <i>Big Art Project</i> Palembang berupa Karikatur <i>Pop Up</i> dan <i>Pop Up Frame</i> banyak dipesan oleh kalangan mahasiswa dan pelajar. Sedangkan <i>Mahar Pop Up</i> dan Karikatur <i>Pop Up</i> banyak dipesan oleh kalangan karyawan.</p> <p>2. Kreativitas dan inovasi menjadi nomor satu pada kualitas produk pada <i>Big Art Project</i> Palembang. Untuk menghasilkan dan mengembangkan kualitas produk pemilik usaha menyadari sebagai seorang wirausahawan agar berhasil, maka harus kerja keras, dan selalu mengembangkan ide atau gagasan baru bagi kelangsungan usaha. Yang mana dapat membantu menciptakan ide, mendesain, dan menciptakan produk-produk baru terlihat inovasi barunya yaitu karikatur <i>acrylic</i> dan sarung bantal karikatur.</p>
--	--	--	---

2.5. Kerangka Konseptual

2.5.1. Hubungan Antar Variabel

2.5.1.1. Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut Buchari A (2009:72) Kreativitas sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup bisnis. Menurut Zimmerer dalam buku Buchari A (2009:71) mengemukakan bahwa kreativitas

adalah kemampuan dalam mengembangkan ide baru atau menemukan cara baru guna melihat peluang ataupun masalah yang di hadapi. Kreativitas mampu menjelaskan bahwa salah satu indikator keberhasilan usaha yaitu penerapan ide-ide atau berfikir kreatif (Agustina, 2013). Kreativitas yang dimaksud dalam fenomena ini berbentuk aktivitas yang dilakukan pengusaha yaitu memodifikasi atas ide-ide yang sudah diterapkan dan menciptakan ide-ide baru untuk perkembangan dan keberhasilan usaha.

2.5.1.2. Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha

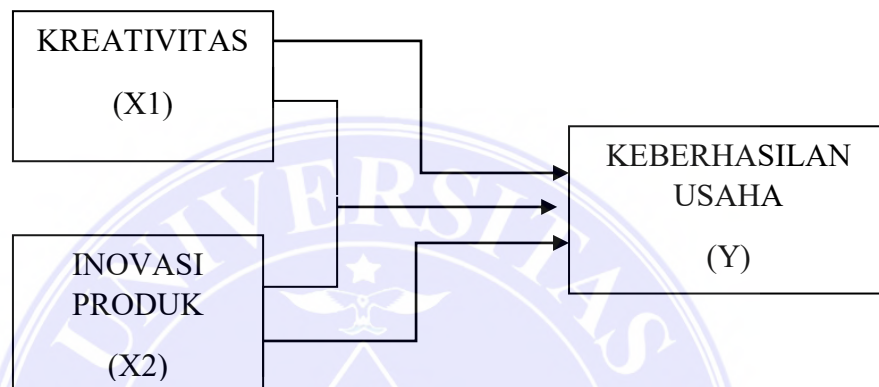
Inovasi produk adalah menciptakan produk baru untuk memenuhi kebutuhan dan kemauan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, Adapun harapan yang dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk merupakan akumulasi dari macam – macam proses yang saling berpengaruh antara yang satu dengan yang lain. (Myers dan Marquis dalam Kotler, 2014:36). Menurut Rahmayanti, et al (2015:11) Usaha untuk memenangkan persaingan usaha harus melakukan inovasi karena dengan berinovasi nilai tambah suatu produk akan meningkat. Khususnya dalam pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan dalam persaingan pasar. Untuk meningkatkan keberhasilan usaha salah satu upaya yang harus dilakukan yaitu meningkatkan sumber daya internal. Dan diantaranya sumber daya internal yang paling penting adalah inovasi produk.

2.5.1.3. Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Tiang X.H (2015:14) mengemukakan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha untuk pertumbuhan bisnis yang lebih baik. Baldacchino (2009:78) menyatakan bahwa

kreativitas dan inovasi yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju keberhasilan usaha yang sukses.

Berdasarkan pada kajian teoritis dan empiris dalam penelitian ini, maka kerangka konseptual penelitian ini ialah seperti yang ditunjukkan oleh gambar berikut ini:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

2.6. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012) "Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian", karena hipotesis penelitian ini merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian. Mengapa dikatakan sementara? karena jawaban yang diberikan masih berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Berdasarkan pengertian dan kerangka konseptual yang telah di uraikan diatas, penulis menetapkan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Terdapat pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada pengerajin limbah tempurung kelapa di desa perkebunan bukit lawang kecamatan bahorok kabupaten langkat.

H₂: Adanya pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada pengerajin limbah tempurung kelapa di desa perkebunan bukit lawang kecamatan bahorok kabupaten langkat.

H₃: Adanya pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada pengerajin limbah tempurung kelapa di desa perkebunan bukit lawang kecamatan bahorok kabupaten langkat.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang spesifikasinya sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengambilan sampel yang dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, bersifat statistic untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengerajin Limbah Tempurung Kelapa di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat. Objek penelitian ini adalah Pelaku UKM yang memproduksi produk kerajinan yang berasal dari Limbah Tempurung Kelapa seperti gelang, gantungan kunci, alat rumah tangga, dan aksesoris lainnya. Waktu pengambilan data dimulai dari bulan Agustus 2020 sampai dengan Desember 2020.

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2020/2021											
		Agt	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mey	Jun	Jul
1	Survey awal (Observasi awal)	■	■										
2	Penyusunan proposal		■	■	■								
3	Seminar proposal					■							
4	Pengumpulan data					■	■						
5	Analisis data							■	■	■			
6	Seminar hasil										■		
7	Pengajuan meja hijau											■	■
8	Meja hijau												■

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80) populasi merupakan tempat pembentuk objek dan subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk di pelajari dan ditarik kesimpulannya oleh si peneliti. Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah seluruh pengerajin hasil limbah tempurung kelapa yang terdiri dari gelang, kalung, cincin, alat rumah tangga, gantungan kunci, kaligrafi, hiasan dinding, dan aksesoris menarik lainnya di Desa Perkebunan Bukit Lawang, Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, yang berjumlah 30 orang pelaku usaha.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan sampel penulis menggunakan metode purposive dikarenakan wilayah tersebut memiliki sumber bahan baku terdekat dan merupakan wilayah potensial dari segi ketersediaan lahan. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2008). Di dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sampel jenuh atau sensus dengan jumlah responden hanya 30 orang.

3.4 Sumber Data

Menurut cara memperolehnya sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

- a. Sumber Data Primer yaitu data diperoleh secara langsung pada objek penelitian yaitu para pengerajin Limbah Tempurung Kelapa dengan menyebarkan kuesioner yang masih harus diolah kembali untuk mendapatkan data yang akan digunakan.
- b. Sumber Data Sekunder yaitu data-data berupa catatan, literatur, jurnal berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini yang dikumpulkan melalui internet.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data primer dilakukan dengan cara:

1. Penyebaran angket (kuisisioner)

Data yang didapatkan dengan cara mengajukan pertanyaan berupa pernyataan secara tertulis kepada responden.

Menurut Sugiyono (2013:87), "Kuesioner adalah data yang dikumpulkan dari jawaban responden melalui seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis.

2. Teknik Observasi.

Cartwright & Cartwright (dalam Haris, 2010;131) mendefinisikan Observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta "merekam" perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang digunakan untuk memberikan kesimpulan atau diagnosis.

3. Studi Dokumentasi

Salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain.

Sedangkan untuk mendapatkan data sekunder dilakukan dengan penelitian kepustakaan, yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memeriksa atau melihat secara langsung dokumen, catatan-catatan dan buku-buku yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.

Tabel 3.2
Parameter Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Defenisi Operasional Variabel

Tujuan defenisi operasioanl variabel adalah untuk mendeteksi sejauh mana variabel pada satu atau lebih faktor lain dan juga untuk mempermudah dalam membahas penelitian yang akan dilakukan.

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan konstrak dengan cara melihat pada dimensi tingkah laku atau properti yang ditujukan oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen

yang dapat diamati dan diukur (Sujarwo, 2009: 174). Definisi operasional dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel eksogen, dan satu variabel endogen.

Variabel Eksogen dalam suatu model jalur adalah semua variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju kearahnya, selain pada bagian kesalahan pengukuran. Jika antara variabel eksogen dikorelasikan maka korelasi tersebut ditunjukkan dengan anak panah berkepala dua yang menghubungkan variabel-variabel tersebut. Dua variabel eksogen yaitu Kreativitas (X_1) dan Inovasi Produk (X_2).

Variabel Endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya (variabel eksogen) atau variabel yang kemunculannya diasumsi disebabkan oleh variabel eksogen. Dalam penelitian ini variabel endogen adalah Keberhasilan Usaha (Y_1).

Berikut ini ditampilkan atau diuraikan definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Kreativitas (X_1)	Kreativitas adalah cara berfikir tentang kebaruan (<i>novelty</i>), perbedaan (<i>different</i>), kegunaan (<i>utility</i>), dan dapat dimengerti (<i>understable</i>) untuk menghasilkan suatu produk dalam berbisnis.	1. Antusias 2. Bersemangat 3. Berkembang 4. Gigih 5. Tekun 6. bersedia kerja keras 7. Berani memulai 8. Tidak malu – malu 9. Tidak takut gagal atau rugi.	Skala Likert
Inovasi Produk (X_2)	Inovasi produk merupakan akumulasi dari macam – macam proses yang saling berpengaruh antara yang satu dengan yang lain.	1. Kualitas Produk 2. Varian Produk 3. Gaya dan Desain Produk	Skala Likert

Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis guna mencapai tujuannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. (Laba/<i>Profitability</i>) 2. Produktivitas 3. Daya Saing 4. Kompetensi 5. Terbangunnya citra Baik. 	Skala Likert
------------------------	--	---	--------------

Sumber : Suryana (2014), Kotler (2014), Wibowo (2011)

3.7. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas.

Uji validitas berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas dihitung dengan menggunakan korelasi product moment. Sugiyono (2013:15) mensyaratkan nilai r yang diperoleh dikonsultasikan dengan nilai r kritis = 0,30 Pada taraf signifikan 5% , jika r hitung $\geq r$ kritis maka data valid jika r hitung $\leq r$ kritis maka data tidak valid.

b. Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama sehingga instrumen penelitian tersebut telah dianggap benar. Pengujian ini menentukan konsistensi atas suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Menurut Sujarweni, (2014:193) syarat minimum untuk nilai Cronbach Alpha adalah 0,6 jika nilai Cronbach Alpha diatas 0,6 maka pertanyaan dinyatakan Reliabel.

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Metode Statistik Inferensial

Statistik *inferensial*, (sering juga disebut statistik *induktif* atau statistik *probability*), adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Statistik ini disebut statistik probabilitas, karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang. Populasi memiliki peluang kesalahan dan kebenaran yang dinyatakan dalam bentuk presentase, bila peluang kesalahan 5% maka taraf kepercayaan 95%.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang wajib terpenuhi untuk analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square (OLS)* (Situmorang & Lufti, 2014:114). Asumsi klasik, seperti regresi *logistic* atau regresi ordinal tidak menjadi syarat apabila analisis regresi bukan termasuk OLS. Untuk melihat atau menguji suatu model layak atau tidak digunakan dalam penelitian maka digunakan Uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum proses analisis regresi, agar mendapat hasil perkiraan yang luarbiasa dan efisiensi maka dilakukan uji asumsi klasik. Hal yang harus dipenuhi yaitu:

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng. Data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan adalah data yang baik. Dengan adanya tes normalitas maka hasil penelitian kita bisa

digeneralisasikan pada populasi (Situmorang & Lufti, 2014:114) Dikatakan normal apabila pada *scatter plot* terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Untuk pendekatan kolmogrov-smirnov dikatakan variabel residual berdistribusi normal apabila nilai Asymp.sig. (2-tailed) diatas nilai signifikan (0,05) dan nilai kolmogrov-smirnov $< 1,97$ (Situmorang & Lufti, 2014:121).

b. Uji Multikolinieritas

Variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Agar tahu ada atau tidaknya gejala *multikolinieritas* maka dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* melalui program *SPSS*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang bisa dipakai adalah nilai *Tolerance* $> 0,1$ atau nilai *VIF* < 5 , maka tidak terjadi multikolinieritas (Situmorang & Lufti, 2008:147, 153).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki prinsip yaitu ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan yang seharusnya tidak terjadi maka dikatakan ada homokedastisitas, sedangkan jika varians tidak sama dikatakan heteroskedastisitas (Situmorang & Lufti, 2014:121-122)

3.8.3. Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis statistik regresi linier berganda. Regresi Linear Berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keberhasilan Usaha

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi berganda

X_1 = Kreativitas

X_2 = Inovasi Produk

e = Standar error

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

3.8.4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian signifikan simultan (uji F) dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X_1, X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara serentak. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F_{tabel} dengan F_{hitung} . Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut :

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya secara bersama – sama tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$, artinya secara bersama – sama terdapat hubungan yang positif dan signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Situmorang & Lufti (2014:130) kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial (*individual*) terhadap variasi variabel dependen.

kualifikasi uji t adalah:

$H_0 : b_1 = 0$, yakni secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b_1 \neq 0$, yakni secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Menurut Situmorang & Lufti (2014:131) kriteria pengambilan keputusan adalah:

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012: 97) alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen merupakan koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol atau

satu. R^2 bernilai kecil memiliki variabel-variabel independen. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha ada pengerajin limbah tempurung di Desa Perkebunan Bbukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat.

Berikut adalah hasil kesimpulan penelitian ini :

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengerajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat sebesar $0,019 < 0,05$ (H_1 diterima) yang berarti semakin tinggi kreativitas maka keberhasilan usaha pengerajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang semakin tinggi pula.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengerajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat sebesar $0,037 < 0,05$ (H_2 diterima) yang berarti semakin tinggi inovasi produk maka keberhasilan usaha pengerajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang juga semakin tinggi.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pengerajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang

Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat dengan tingkat signifikan sebesar $0,001^b$ jadi ($8,565 > 4.20$) atau signifikan ($\text{sig.} < 5\%$ ($0.001 < 0.5$) artinya bahwa variabel Kreativitas dan Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada Pengerajin Limbah Tempurung (H_0 di tolak dan H_a diterima) yang berarti semakin tinggi kreativitas dan inovasi produk nya maka keberhasilan usaha pengerajin limbah tempurung di Desa Bukit Lawang akan semakin tinggi juga.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang di peroleh, penulis mencoba untuk memberikan saran atau masukan yang di harapkan dapat menjadi bahan pertimbangan khususnya bagi para pemilik usaha untuk meningkatkan keberhasilan usahanya.

1. Pengerajin limbah tempurung disarankan untuk terus mempelajari dan mencari ide – ide baru untuk mengembangkan usahanya, dan juga agar mampu berinovasi lebih lagi, misalnya ide untuk membuat desain ataupun ukiran dan motif yang belum pernah ada pada kerajinan limbah tempurung kelapa, mempelajari Teknik mengukir melinting tali dengan mengikuti pelatihan – pelatihan yang terkait. Dan peneliti mnyarankan agar dapat meningkatkan penjualan hasil kerajinan limbah tempurung dengan cara memanfaatkan media social untuk berjualan agar pendapatan juga meningkat.
2. Pada indikator bersedia bekerja keras, gaya dan desain produk, dan daya saing memiliki nilai terendah dari pernyataan – pernyataan yang lainnya,

maka dari itu disarankan kepada pengerajin lebih bekerja keras dalam membuat kerajinan dari limbah tempurung kelapa seperti menciptakan ide atau kreativitas baru yang lebih menarik, melihat tren – tren yang terbaru baik dari internet, social media, maupun imajinasi yang menarik agar gaya dan desain dari produk yang dihasilkan tidak monoton, dan lebih memperhatikan produk yang dihasilkan agar dapat bersaing dengan pengerajin lain yang memiliki produk sama, seperti membuat ciri khas tersendiri, sehingga konsumen memiliki kesan tersendiri saat melihat produk yang di pasarkan.

3. Untuk peneliti berikutnya, disarankan dapat menambahkan variabel – variabel lainnya, dalam melakukan studi kasus atau penelitian terhadap UMKM di Desa Bukit Lawang secara lebih detail dan luas, dengan mempertimbangkan factor lainnya yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Sehingga dapat memberikan hasil yang maksimal dan bermanfaat bagi peneliti maupun bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkachvi, M.D dan Trustorini Handayani. *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey Pada Pengusaha Sentra Burung Sukahaji Bandung)*, 1-14.
- Amin, S dan Indra Jaya. (2019). *Creativity and innovation in achieving success in traditional cake businesses*, Vol.6, No.4, 435-444
- Arifudin, P.M. *Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi Di Kecamatan Wates*, 1-13.
- Dewi et al. (2015). *Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Moderasi. Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi*, 1-6.
- H, S dan Darmawan Sriyanto. 2016. *Dampak Kemampuan Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengan Di Kabupaten Langkat. Laporan Akhir Penelitian Dosen Pemula*, 2016.
- Lestari, F. *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung*, 1-27.
- Maisaroh. 2019. *Kajian Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Ukm (Studi Kasus Sentra Industri Konveksi Dusun Mlangi Dan Sawahan Nogotirto Gamping Sleman Yogyakarta)*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) Vol 21, No 02, Tahun 2019*.
- Nuryanti.S, B.L dan Jajang Nurjaman. (2017). *The Influence Of Creativity Through The Competitiveness Of Business: Vol.2, No.3*, 255-262.
- Porwani, S. (2016). *Kreativitas dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang: Vol. 2, No. 2*, 36-60.
- Sembiring, I.P. 2017. *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Kuliner Puja Sera Binjai*. Skripsi Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Suryana. 2017. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Bandung: Salemba Empat.
- Zimmerer, Thomas W dan Norman M. Scarborough. 2015. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Penerbit Indeks.

LAMPIRAN



Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

KUESIONER

Daftar Pernyataan

PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA KERAJINAN TEMPURUNG KELAPA DI DESA PERKEBUNAN BUKIT LAWANG KECAMATAN BAHOROK KABUPATEN LANGAT

Bapak/ibu yang terhormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudar/i untuk mengisi daftar pernyataan atas penelitian Tentang Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kerajinan Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langat. Saya mohon Bapak/ibu dapat menjawab pernyataan dan jawaban pada tempat yang disediakan.

Kriteria jawaban yaitu:

I. Identitas Responden

1. Nama Usaha :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Lama Berusaha :

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon terlebih dahulu Bapak/Ibu, Saudara/i membaca pernyataan dengan cermat sebelum mengisinya
2. Beri tanda conteng (√) yang menjadi jawaban pilihan Bapak/Ibu, Saudara/I di salah satu nomor yang tersedia

Keterangan :

- (SS) : Sangat Setuju**
(S) : Setuju
(KS) : Kurang Setuju
(TS) : Tidak Setuju
(STS) : Sangat Tidak Setuju

III. Pernyataan Mengenai Variabel

1. Kreativitas

No	Kreativitas	SS	S	KS	TS	STS
	ANTUSIAS					
1	Saya sangat antusias bahwa ide – ide kreatif yang saya miliki mampu menarik perhatian konsumen					
2	Sikap antusias yang saya miliki membuat saya menjadi lebih percaya diri untuk menciptakan produk baru.					
	BERSEMANGAT					
3	Saya bersemangat untuk membuat ide – ide baru yang kreatif.					
4	Karena saya bersemangat, maka pemasukan saya lebih banyak dari sebelumnya.					
	BERKEMBANG					
5	Saya memiliki ide – ide yang kreatif sehingga usaha saya mengalami perkembangan.					
6	Perkembangan usaha yang saya miliki berasal dari kerja keras saya.					
	GIGIH					
7	Saya belajar dengan gigih agar lebih berhasil					
8	Saya gigih dalam mengembangkan ide – ide kreatif.					
	TEKUN					
9	Ide – ide kreatifitas yang saya miliki saya tekuni dengan sungguh – sungguh					
10	Setiap hal yang saya kerjakan di usaha saya, pasti saya tekuni.					

	BERSEDIA BEKERJA KERAS					
11	Apabila ada permintaan konsumen yang sulit, saya bersedia bekerja keras untuk memenuhinya.					
12	Saya bersedia bekerja keras agar usaha saya mengalami peningkatan.					
	BERANI MEMULAI					
13	Saya berani memulai ide – ide kreatifitas yang baru.					
14	Berani memulai adalah cara agar usaha saya berhasil.					
	TIDAK MALU – MALU					
15	Saya tidak malu – malu untuk mempromosikan hasil dari kreatifitas saya.					
16	Saya tidak pernah malu untuk belajar dari orang lain yang lebih berpengalaman dengan saya.					
	TIDAK TAKUT GAGAL ATAU RUGI					
17	Jika terjadi kegagalan dalam usaha saya, saya akan melakukan evaluasi.					
18	Dalam menjalankan usaha ini saya tidak takut terjadi kerugian, karena saya sudah memikirkan solusinya.					

2. Inovasi Produk

No	Inovasi	SS	S	KS	TS	STS
	KUALITAS PRODUK					
1	Produk Saya memiliki kualitas yang berbeda dibandingkan dengan produk lain sejenis yang pernah ada					

2	Saya selalu mengutamakan kualitas produk saya agar konsumen puas dengan hasil karya saya.					
	VARIAN PRODUK					
3	Produk saya mempunyai varian yang beragam sehingga menarik perhatian konsumen					
4	Saya selalu menciptakan varian produk yang berbeda dari waktu ke waktu.					
	GAYA DAN DESAIN PRODUK					
5	Produk saya mempunyai keunggulan tersendiri dari segi desain dibandingkan dengan produk lain.					
6	Gaya produk yang saya miliki mempunyai ciri khas tersendiri.					

3. Keberhasilan Usaha

No	Keberhasilan Usaha	SS	S	KS	TS	STS
	LABA (PROFITABILITY)					
1	Laba usaha saya bertambah dari waktu ke waktu.					
2	Dari Inovasi produk yang saya lakukan, usaha saya mengalami keberhasilan yang otomatis labanya juga mengalami peningkatan.					
	PRODUKTIVITAS					

3	Hasil produksi saya mengalami peningkatan dengan bertambahnya jumlah produksi saya dari waktu ke waktu.					
4	Hasil dari produktivitas saya banyak di sukai oleh konsumen.					
	DAYA SAING					
5	Saya mampu menghadapi daya saing yang ada.					
6	Daya saing yang saya alami bukan hal sulit, karena saya mampu menghadapinya.					
	KOMPETENSI					
7	Saya berkompeten untuk keberhasilan usaha saya.					
8	Hasil dari produk saya memiliki kompetensi yang baik.					
	TERBANGUNNYA CITRA MEREK					
9	Karena keberhasilan usaha yang saya miliki, maka terbangunlah citra merek dari hasil produksi saya di kalangan konsumen.					
10	Citra merek saya terbentuk karena kepercayaan konsumen atas hasil produk saya.					

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responde

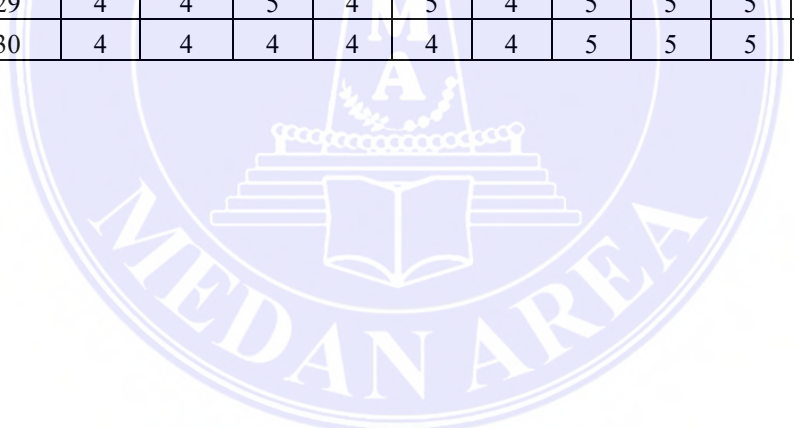
	Tabulasi Jawaban Responden Kreativitas																		Total
	X1 P1	X1 P2	X1 P3	X1 P4	X1 P5	X1 P6	X1 P7	X1 P8	X1 P9	X1 P10	X1 P11	X1 P12	X1 P13	X1 P14	X1 P15	X1 P16	X1 P17	X1 P18	
R_1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	89
R_2	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
R_3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	86
R_4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	89
R_5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	85
R_6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
R_7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
R_8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	89
R_9	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
R_10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	89
R_11	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	82
R_12	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	81
R_13	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	81
R_14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	89
R_15	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	82
R_16	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	67
R_17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
R_18	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	87
R_19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
R_20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
R_21	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	87
R_22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
R_23	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	83
R_24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	87
R_25	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	83
R_26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	89
R_27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
R_28	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	82
R_29	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	85
R_30	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	80

Responden	Tabulasi Jawaban Responden Inovasi Produk						Total
	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	
R_1	5	5	5	4	5	5	29
R_2	5	4	5	5	5	4	28

R_3	5	5	5	5	5	5	5	30
R_4	5	5	5	5	5	5	5	30
R_5	5	5	5	5	5	5	5	30
R_6	5	5	5	5	5	5	4	29
R_7	5	4	5	5	5	5	4	28
R_8	5	5	5	4	5	5	5	29
R_9	5	5	5	5	5	5	5	30
R_10	5	5	5	4	5	5	4	28
R_11	5	4	4	5	5	5	4	27
R_12	4	4	5	4	4	4	4	25
R_13	5	5	4	5	5	5	5	29
R_14	5	5	5	5	5	5	5	30
R_15	4	4	4	4	4	4	4	24
R_16	4	2	5	2	5	5	2	20
R_17	5	5	5	5	5	5	5	30
R_18	5	5	5	4	4	4	4	27
R_19	5	5	5	5	5	5	5	30
R_20	5	5	5	5	5	5	5	30
R_21	5	5	5	5	5	5	5	30
R_22	5	4	5	5	4	4	4	27
R_23	5	5	5	5	5	5	4	29
R_24	5	4	5	5	5	5	5	29
R_25	5	4	5	5	5	5	4	28
R_26	5	5	5	5	5	5	5	30
R_27	4	4	4	4	5	5	5	26
R_28	5	5	5	5	5	5	5	30
R_29	5	5	4	4	4	4	4	26
R_30	5	5	5	5	5	5	5	30

Responden	Tabulasi Jawaban Responden Keberhasilan Usaha										Total
	Y1P1	Y1P2	Y1P3	Y1P4	Y1P5	Y1P6	Y1P7	Y1P8	Y1P9	Y1P10	
R_1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
R_2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
R_5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
R_6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_7	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	35
R_8	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49

R_9	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
R_10	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
R_11	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
R_12	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
R_13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
R_14	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
R_15	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
R_16	5	5	4	5	4	3	5	5	4	2	42
R_17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_18	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
R_19	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
R_20	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	44
R_21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_22	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
R_23	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
R_24	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
R_25	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
R_26	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46
R_27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
R_28	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45
R_29	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46
R_30	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44



Lampiran 3 : Output Hasil Uji Statistika

Regression

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1	30	3	5	4,57	,626
P2	30	3	5	4,77	,504
P3	30	4	5	4,77	,430
P4	30	3	5	4,73	,521
P5	30	3	5	4,80	,484
P6	30	3	5	4,73	,583
P7	30	3	5	4,73	,521
P8	30	3	5	4,67	,606
P9	30	3	5	4,77	,504
P10	30	4	5	4,70	,466
P11	30	3	5	4,70	,596
P12	30	3	5	4,70	,596
P13	30	3	5	4,73	,521
P14	30	4	5	4,70	,466
P15	30	3	5	4,87	,434
P16	30	3	5	4,63	,669
P17	30	3	5	4,70	,535
P18	30	4	5	4,80	,407
P19	30	4	5	4,83	,379
P20	30	2	5	4,60	,675
P21	30	3	5	4,77	,504
P22	30	2	5	4,60	,675
P23	30	4	5	4,80	,407
P24	30	2	5	4,50	,682
P25	30	3	5	4,70	,535
P26	30	3	5	4,63	,556
P27	30	4	5	4,73	,450
P28	30	3	5	4,60	,563
P29	30	4	5	4,73	,450
P30	30	3	5	4,40	,621
P31	30	4	5	4,83	,379
P32	30	3	5	4,70	,535
P33	30	4	5	4,77	,430
P34	30	2	5	4,47	,776
TOTAL	30	121	170	159,73	10,382

Valid N (listwise)	30				
--------------------	----	--	--	--	--

Uji Validitas dan Reabilitas (X₁)

Correlations

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	TOTAL
Pearson Correlation	1	.109	.562	.340	-.095	-.234	-.217	-.071	-.060	.398	.172	.234	.116	.323	.402	.311	.355	.484	.490	.490
Sig. (2-tailed)		.568	.001	.066	.618	.212	.250	.710	.751	.029	.365	.241	.581	.081	.228	.945	.075	.007	.006	.006
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.109	1	.015	.607	.423	.015	.614	.247	.409	.479	.122	.015	.659	.650	.351	.049	.336	.049	.549	.545
Sig. (2-tailed)			.935	.000	.020	.935	.001	.088	.250	.072	.935	.935	.000	.000	.570	.970	.700	.970	.970	.020
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.562	.015	1	.307	.041	-.041	-.235	-.255	.238	.541	.499	.041	.992	.028	.388	.158	.851	.122	.549	.545
Sig. (2-tailed)				.040	.900	.815	.081	.249	.274	.074	.021	.935	.002	.840	.340	.900	.270	.040	.002	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	.340	.607	.015	1	.402	.251	.251	.293	.694	.848	.350	.099	.777	.313	.377	.270	.605	.634	.634	.834
Sig. (2-tailed)					.025	.049	.049	.010	.000	.001	.020	.040	.008	.074	.160	.000	.000	.000	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Pearson Correlation	-.095	.562	.340	.015	1	.090	.090	.060	.398	.172	.234	.116	.323	.402	.311	.355	.484	.490	.490	.490
Sig. (2-tailed)						.618	.618	.710	.029	.365	.241	.581	.081	.228	.945	.075	.007	.006	.006	.006
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Q 6	Pearson	.2	.0	.4	.2	.0	1	.3	.6	.5	.4	.5	.4	.0	.0	.5	.3	.2	.3	.5
	Correla tion	34	15	41	17	15		88	27	35	41	38	41	99	24	99	15	85	15	98
	Sig. (2- tailed)	.2	.9	.0	.2	.9		.0	.0	.0	.0	.0	.0	.6	.9	.0	.0	.1	.0	.0
Q 7	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.2	.6	-	.5	.0	.3	1	.5	.3	.8	.2	.1	.3	.3	.5	.2	.4	.0	.6
	Correla tion	17	14	.0	11	88	88		99	31	11	22	76	76	37	20	24	25	00	08
Q 8	Sig. (2- tailed)	.2	.0	.8	.0	.6	.0		.0	.0	.0	.2	.3	.0	.0	.0	.2	.0	1.	.0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.0	.2	.2	.2	.0	.6	.5	1	.3	.4	.2	.0	.2	.0	.3	.3	.1	-	.4
Q 9	Correla tion	71	47	55	17	15	27	99		76	41	44	68	65	24	88	15	35	.0	66
	Sig. (2- tailed)	.7	.1	.1	.2	.9	.0	.0		.0	.0	.1	.7	.1	.9	.0	.0	.4	.6	.0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q 10	Pearson	.0	.4	.2	.5	.6	.5	.3	.3	1	.3	.5	.5	.5	.3	.1	.4	.4	.4	.7
	Correla tion	60	09	17	93	07	35	31	76		76	84	35	09	25	50	37	99	37	35
	Sig. (2- tailed)	.7	.0	.2	.0	.0	.0	.0	.0		.0	.0	.0	.0	.0	.4	.0	.0	.0	.0
Q 11	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.3	.4	.2	.6	.0	.4	.8	.4	.3	1	.3	.4	.2	.2	.3	.3	.4	.3	.6
	Correla tion	98	79	55	94	15	41	11	41	76		91	41	65	02	88	15	35	15	97
Q 12	Sig. (2- tailed)	.0	.0	.1	.0	.9	.0	.0	.0	.0		.0	.0	.1	.2	.0	.0	.0	.0	.0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.1	.1	.5	.5	.3	.5	.2	.2	.5	.3	1	.6	.2	.1	.3	.3	.5	.6	.7
Q 11	Correla tion	72	22	38	84	04	38	22	44	84	91		84	61	87	88	10	90	20	26
	Sig. (2- tailed)	.3	.5	.0	.0	.1	.0	.2	.1	.0	.0		.0	.1	.3	.0	.0	.0	.0	.0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q 12	Pearson	.2	.0	.4	.5	.2	.4	.1	.0	.5	.4	.6	1	.0	.2	.1	.3	.5	.7	.6
	Correla tion	34	15	41	35	47	41	76	68	35	41	84		99	02	76	15	84	09	47
	Sig. (2- tailed)	.2	.9	.0	.2	.9		.0	.0	.0	.0	.0		.6	.9	.0	.0	.1	.0	.0

Q13	Sig. (2-tailed)	.212	.935	.015	.088	.115	.052	.320	.702	.015	.000		.602	.284	.352	.090	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q14	Pearson	.161	.630	.030	.540	.400	.330	.250	.250	.200	.200	.000	1.001	.530	.130	.130	.200	.130	.500
	Correlation	.1659	.9909	.5399	.7676	.6565	.0965	.6199						.3838	.8888	.4040	.9393	.4040	.4747
Q15	Sig. (2-tailed)	.541	.000	.602	.004	.012	.024	.141	.057	.104	.157	.640	.020	.002	.320	.461	.116	.461	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q16	Pearson	.323	.630	.230	.440	.400	.330	.250	.300	.320	.130	.230	.530	1.030	.330	.030	.330	.230	.530
	Correlation	.2350	.0277	.2929	.2437	.2424	.2525	.0287	.0202	.8702	.0202	.3838			.3737	.7575	.7373	.6464	.3939
Q17	Sig. (2-tailed)	.081	.000	.840	.088	.180	.016	.901	.080	.840	.220	.840	.020		.690	.920	.430	.590	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q18	Pearson	.404	.330	.330	.300	.500	.530	.310	.330	.330	.130	.330	.130	.330	1.030	.240	.440	.230	.530
	Correlation	.0251	.8888	.3188	.8899	.2088	.8850	.8888	.8888	.7676	.8888	.3737	.8888	.3737		.2424	.2525	.2424	.8989
Q19	Sig. (2-tailed)	.028	.570	.340	.740	.450	.003	.340	.280	.340	.340	.520	.200	.690		.350	.190	.350	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q20	Pearson	.311	.049	.315	.437	.294	.315	.2415	.3715	.3715	.1015	.1515	.4040	.7575	.2424		.9090	.7575	.1212
	Correlation	.1149	.1537	.1594	.1515	.1524	.1515	.1537	.1515	.1015	.1515	.4040	.7575	.2424		.9090	.7575	.1212	
Q21	Sig. (2-tailed)	.094	.797	.090	.160	.150	.290	.035	.900	.160	.900	.950	.900	.610	.920	.350		.140	.410
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q22	Pearson	.330	.330	.230	.630	.320	.430	.140	.430	.430	.530	.530	.230	.330	.430	.130	.130	.630	.730
	Correlation	.5536	.8585	.2736	.8585	.2525	.3535	.9935	.3590	.8484	.9393	.7373	.2525	.9090		.6565	.3030		
Q23	Sig. (2-tailed)	.054	.070	.270	.007	.027	.190	.770	.050	.160	.010	.010	.160	.430	.190	.140		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q24	Pearson	.404	.050	.560	.230	.300	.000	.000	.370	.150	.200	.090	.400	.640	.240	.750	.650		.510
	Correlation	.8449	.1205	.9415	.0000	.7900	.1537	.9900	.1520	.0909	.4040	.6424	.7575	.6565		.5151			
Q25	Sig. (2-tailed)	.007	.970	.040	.000	.115	.090	.000	.790	.160	.900	.000	.610	.590	.350	.410	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Pearson	.4	.5	.5	.8	.4	.5	.6	.4	.7	.6	.7	.6	.5	.5	.5	.5	.7	.6	1
Correlation	90	45	49	34	43	98	08	66	35	97	26	47	47	39	89	12	30	51	
	**	**	**	**	*	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
Sig. (2-tailed)	.06	.02	.02	.00	.14	.00	.00	.09	.00	.00	.00	.00	.02	.02	.01	.04	.00	.00	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	18

Uji Validitas dan Reabilita (X₂)

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	TOTAL
Q1	Pearson Correlation	1	.650**	.351	.676**	.351	.439*	.787**
	Sig. (2-tailed)		.000	.057	.000	.057	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.650**	1	.135	.581**	.135	.749**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.477	.001	.477	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.351	.135	1	.159	.280	.067	.371*
	Sig. (2-tailed)	.057	.477		.402	.134	.726	.044
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.676**	.581**	.159	1	.295	.642**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.402		.114	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.351	.135	.280	.295	1	.333	.490**
	Sig. (2-tailed)	.057	.477	.134	.114		.072	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30

Q6	Pearson Correlation	.439*	.749**	.067	.642**	.333	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.726	.000	.072		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.787**	.831**	.371*	.832**	.490**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.044	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	6

Uji Validitas dan Reabilitas (Y)

Correlations

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	TOTAL	
Q1	Pearson Correlation	1	.313	.516*	.618*	.516*	.581*	.336	.518*	.584*	.397*	.790*
	Sig. (2-tailed)		.092	.004	.000	.004	.001	.070	.003	.001	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.313	1	.285	.727*	.285	.239	.096	.429*	.062	.212	.556*
	Sig. (2-tailed)	.092		.127	.000	.127	.202	.615	.018	.743	.261	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.516*	.285	1	.381*	.489*	.395*	.207	.229	.737*	.524*	.689*
	Sig. (2-tailed)	.004	.127		.038	.006	.031	.272	.223	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.618*	.727*	.381*	1	.381*	.276	.425*	.732*	.171	.335	.748*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.038		.038	.140	.019	.000	.367	.070	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Pearson	.516*	.285	.489*	.381*	1	.395*	.207	.373*	.558*	.524*	.689*
	Correlation	*		*					*	*	*	*
Q5	Sig. (2-tailed)	.004	.127	.006	.038		.031	.272	.043	.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.581*	.239	.395*	.276	.395*	1	.096	.373*	.490*	.607*	.691*
	Correlation	*		*					*	*	*	*
Q6	Sig. (2-tailed)	.001	.202	.031	.140	.031		.613	.042	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.336	.096	.207	.425*	.207	.096	1	.522*	.247	.136	.434*
	Correlation				*				*			*
Q7	Sig. (2-tailed)	.070	.615	.272	.019	.272	.613		.003	.188	.472	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.518*	.429*	.229	.732*	.373*	.373*	.522*	1	.285	.397*	.717*
	Correlation	*	*		*	*	*	*			*	*
Q8	Sig. (2-tailed)	.003	.018	.223	.000	.043	.042	.003		.127	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.584*	.062	.737*	.171	.558*	.490*	.247	.285	1	.603*	.684*
	Correlation	*		*		*	*				*	*
Q9	Sig. (2-tailed)	.001	.743	.000	.367	.001	.006	.188	.127		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.397*	.212	.524*	.335	.524*	.607*	.136	.397*	.603*	1	.734*
	Correlation	*		*		*	*		*	*		*
Q10	Sig. (2-tailed)	.030	.261	.003	.070	.003	.000	.472	.030	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	.790*	.556*	.689*	.748*	.689*	.691*	.434*	.717*	.684*	.734*	1
TO	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
TA	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.016	.000	.000	.000	
L												
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.864	10
------	----

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	INOVASI_PRODUK, KREATIVITAS ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN_USAHA

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.388	.343	2,993

a. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, KREATIVITAS

b. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,472	2	76,736	8,565	.001 ^b
	Residual	241,895	27	8,959		
	Total	395,367	29			

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

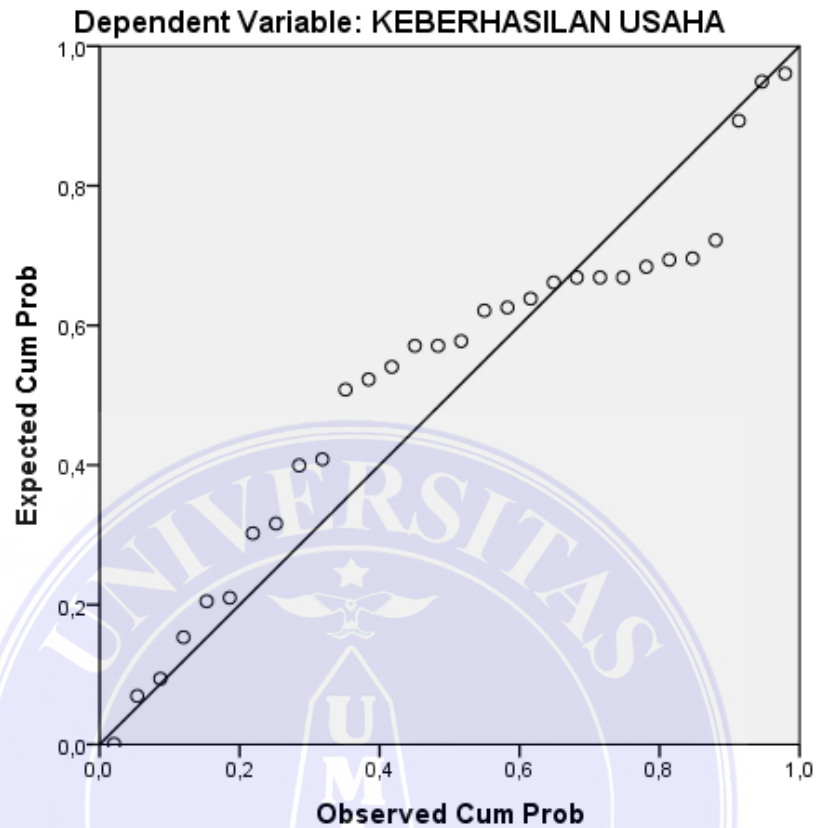
b. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, KREATIVITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,335	8,305		1,485	,149
KREATIVITAS	,229	,092	,402	2,489	,019
INOVASI PRODUK	,525	,240	,353	2,190	,037

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

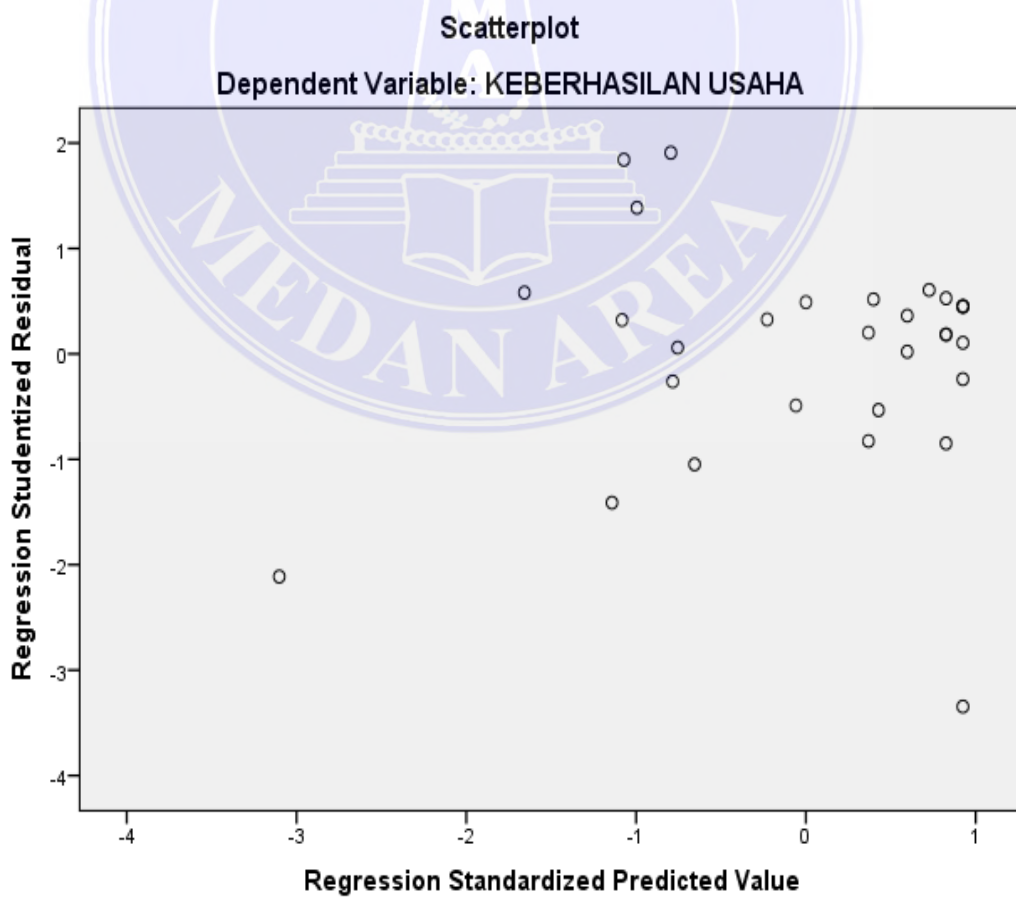
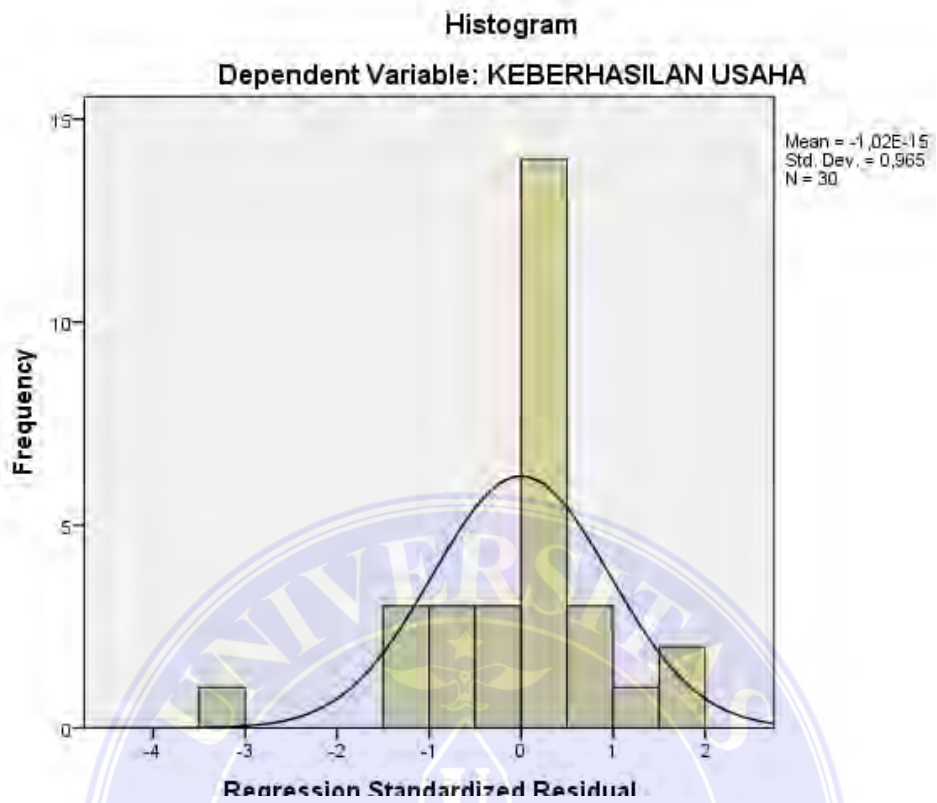
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.88811196
Most Extreme Differences	Absolute	.175
	Positive	.171
	Negative	-.175
Test Statistic		.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.020 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.283
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.335	8.305		1.485	.149		
1 KREATIVITAS	.229	.092	.402	2.489	.019	.871	1.149
INOVASI PRODUK	.525	.240	.353	2.190	.037	.871	1.149

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	KREATIVITAS	INOVASI PRODUK
1	1	2.993	1.000	.00	.00	.00
1	2	.004	26.027	.08	.29	.96
1	3	.003	32.988	.92	.71	.04

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	39.43	48.69	46.57	2.300	30
Std. Predicted Value	-3.102	.925	.000	1.000	30
Standard Error of Predicted Value	.576	2.136	.865	.391	30
Adjusted Predicted Value	41.57	49.34	46.61	2.163	30
Residual	-9.694	5.264	.000	2.888	30
Std. Residual	-3.239	1.759	.000	.965	30
Stud. Residual	-3.346	1.908	-.005	1.056	30
Deleted Residual	-10.345	6.200	-.045	3.543	30
Stud. Deleted Residual	-4.291	2.013	-.037	1.189	30
Mahal. Distance	.108	13.801	1.933	3.370	30
Cook's Distance	.000	1.544	.092	.286	30

Centered Leverage Value	.004	.476	.067	.116	30
-------------------------	------	------	------	------	----

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA



Lampiran 4 : Surat Riset Universitas



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366078, 7360160, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331
Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas.ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1708/FEB.1/01.1/II/2021

08 Februari 2021

Lamp. :
Perihal : **Izin Research / Survey**

Kepada, Yth Pimpinan
Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok
Kabupaten Langkat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan,
mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : ELISA FITRI
N P M : 178320240
Program Studi : MANAJEMEN
Judul : Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pegrajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat

Untuk diberi izin Research / Survey di Instansi yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah suatu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research / Survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bid. Akademik



Teddi Pribadi, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs

Lampiran 5: Surat Selesai Riset



PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT KECAMATAN BAHOROK DESA PERK. BUKIT LAWANG

Alamat Kantor : Bukit Lawang Desa Perk. Bukit Lawang Kec. Bahorok Kab. Langkat Kp. 20774

Bukit Lawang , 08 April 2021

Nomor : 145- 53 / BL/IV/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Surat Selesai Research

Kepada Yth,
Sdr. ELISA FITRI
di -
Tempat.

Sehubungan dengan Surat Universitas Medan Area Medan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Nomor : 1708/FEB.1/01.1/II/2021 Tanggal 08 Februari 2021 Perihal Permohonan Izin Research yang akan dilaksanakan oleh Saudara :

Nama : **ELISA FITRI**
NPM : 178320240
Program Studi : Manajemen
Daerah Penelitian : Desa Perk. Bukit Lawang
Lama Penelitian : 1 (Satu) Bulan
Peserta : Sendiri
Judul : **Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pegrajin Limbah Tempurung Kelapa Di Desa Perkebunan Bukit Lawang Kecamatan Baharok, Kabupaten Langkat.**

Maka dengan ini kami Pemerintahan Desa Perk. Bukit Lawang memberi surat selesai Research dengan Surat Permohonan tersebut.

Demikian Surat Selesai Research ini diperbuat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

