

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA
FLORIST DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG**

SKRIPSI

OLEH:

DIAN UTARI
188320101



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/6/23

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

Access From (repository.uma.ac.id)14/6/23

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA
FLORIST DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area**



OLEH :

DIAN UTARI

NPM. 188.320.101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

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 14/6/23

Access From (repository.uma.ac.id)14/6/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang

Nama : **DIAN UTARI**

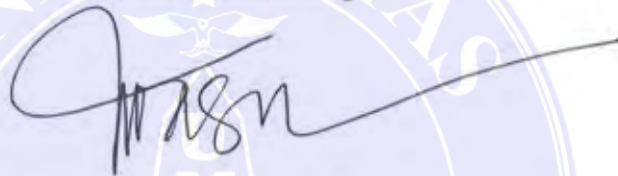
NPM : 18.832.0101

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



(Dr. Hj. Nur Aisyah Nasution, SE, MM)

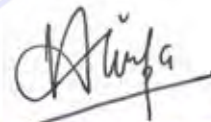
Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiq, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan



(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 13/Desember/2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/6/23

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

Access From (repository.uma.ac.id)14/6/23

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya susun dengan judul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Florist Di Kecamatan Medan Selayang”. Adalah benar hasil karya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Adapun sumber-sumber data dan informasi yang saya kutip telah dituliskan sumbernya dengan jelas dengan norma, kaidah dan benar apa adanya.



Medan, 13 Desember 2022



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

Sebagai Civitas Akademik Universitas Medan Area, Saya yang Bertanda Tangan
dibawah ini :

Nama : Dian Utari
NPM : 188.320.101
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-
Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi
Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Florist Di Kecamatan Medan
Selayang" Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas
Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan,
mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database),
mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 13 Desember 2022
Yang Menyatakan


Dian Utari
188.320.101

RIWAYAT HIDUP

Peneliti Bernama Dian Utari dilahirkan di Tanjung Sari, Medan. Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 9 Oktober 1999 dari Ayah Syahrul dan Ibu Rubiani. Peneliti merupakan putri kandung dari 3 bersaudara. Peneliti bersekolah di SD Taman Siswa TJ. Sari, SMP Namira Islamic School Medan, SMK Negeri 10 Medan. Dan pada tahun 2018 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

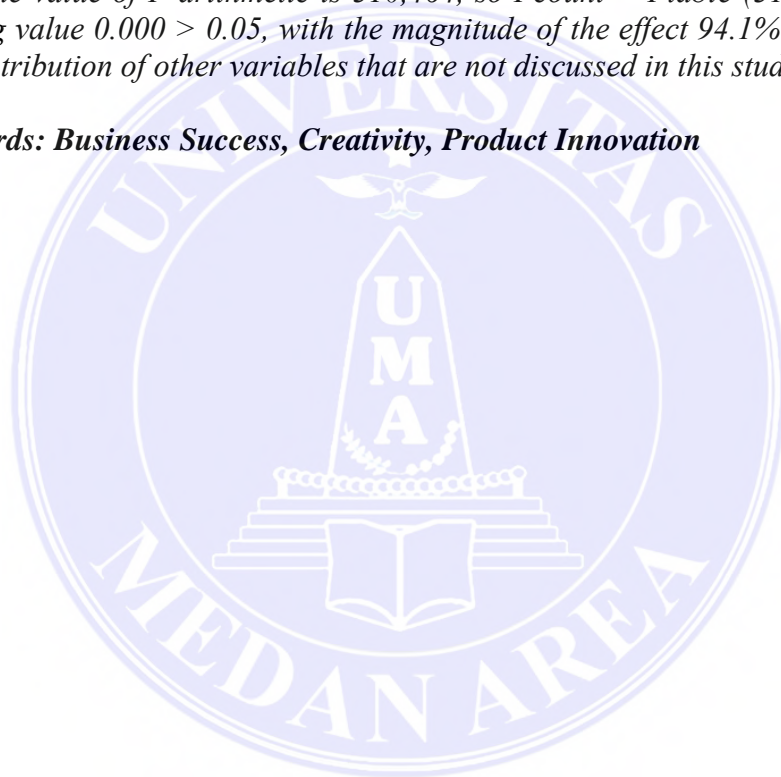


ABSTRACT

This study aims to determine "The Influence of Creativity and Product Innovation on Business Success in a Florist Business in Medan Selayang District". This type of research is associative. The population in this study was the florist entrepreneur in Medan Selayang sub-district as many as 40 people using a saturated sample, so the number of samples in this study was 40 respondents.

The results of this study were seen from the creativity variable showing the acquisition value of $t_{count} > t_{table}$ of $8.432 > 1.687$ and the product innovation variable showing the acquisition value of $t_{count} > t_{table}$ of $6.722 > 1.687$ with a significance of < 0.05 on the business success variable. Creativity and product innovation have a significant and significant effect on the success of the business in the Florist Business in Medan Selayang District, because the results of the study show the value of F arithmetic is 310,464, so $F_{count} > F_{table}$ ($310,464 > 3,25$) and Sig value $0.000 > 0.05$, with the magnitude of the effect 94.1% while 5.9% is the contribution of other variables that are not discussed in this study.

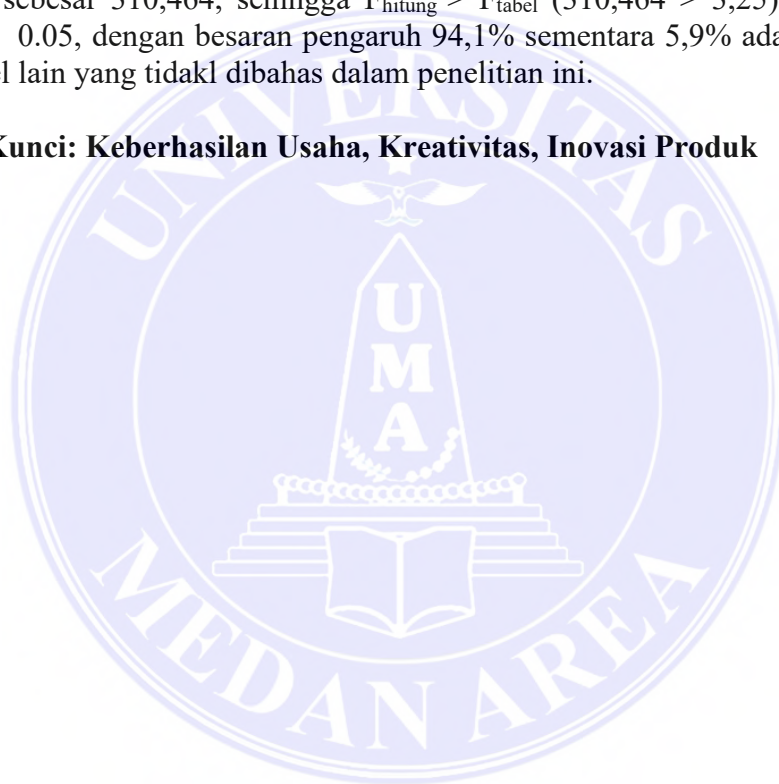
Keywords: Business Success, Creativity, Product Innovation



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang”. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha Florist Kecamatan Medan Selayang sebanyak 40 orang dengan menggunakan sampel jenuh, maka jumlah sampel penelitian ini sebanyak 40 responden. Hasil penelitian ini dilihat dari variable kreativitas menunjukkan nilai perolehan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,432 > 1,687$ dan variabel inovasi produk menunjukkan nilai perolehan $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,722 > 1,687$ dengan signifikansi $< 0,05$ terhadap variabel keberhasilan usaha. Kreativitas dan inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang, karena hasil penelitian menunjukkan nilai perolehan F_{hitung} sebesar 310,464, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($310,464 > 3,25$) dan nilai Sig $0.000 > 0.05$, dengan besaran pengaruh 94,1% sementara 5,9% adalah kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Keberhasilan Usaha, Kreativitas, Inovasi Produk



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang”**. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna melengkapi tugas-tugas serta memenuhi syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Selain itu, terima kasih juga penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang berperan sangat penting dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih ayah sudah mengambil tanggung jawaban besar akan penulis, terima kasih ibu berkat keberkahan doa mu di setiap langkah penulis. Berkat bantuan dan dorongan ayah dan ibu berikan, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara lancer dan optimal.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak, maka akan sulit bagi penulis untuk dapat menyusun skripsi ini. Sehubungan dengan hal itu, maka dalam kesempatan istimewa ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam mendukung kelancaran penulisan skripsi baik berupa dukungan, doa maupun bimbingan yang telah diberikan. Secara khusus penulis dengan rasa hormat yang mendalam mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Daden Ramdan, M.Eng. M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Sari Nuzullina R, SE, AK, M.Acc, selaku Wakil Dekan I di Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Riza Amelia, SE. M.Si, selaku Wakil Dekan II di Bidang Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si, selaku Wakil Dekan III di Bidang Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
6. Ibu Rana Fathinah, SE, M.Si, selaku Wakil Dekan IV di Bidang Kerjasama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
8. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
9. Ibu Dr. Hj. Nur Aisyah Nst, SE, MM selaku Dosen Pembimbing, yang telah banyak memberikan arahan serta meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan masukan yang berharga dalam menyelesaikan Skripsi ini.
10. Bapak Haryaji Catur Putera Hasman, S.E., M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan saran dan masukan yang berharga kepada saya.
11. Bapak H. Syahriandi, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan yang berharga kepada saya.
12. Kepada pengusaha Florist Kecamatan Medan Selayang yang telah mengizinkan saya untuk meneliti di usahanya.

13. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
14. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
15. Kepada teman-teman jurusan manajemen stambuk 2018 terkhususnya grup manajemen C1 yang telah menjadi teman dalam berdiskusi dan memotivasi saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
16. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materi kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Medan, 13 Desember 2022

Peneliti

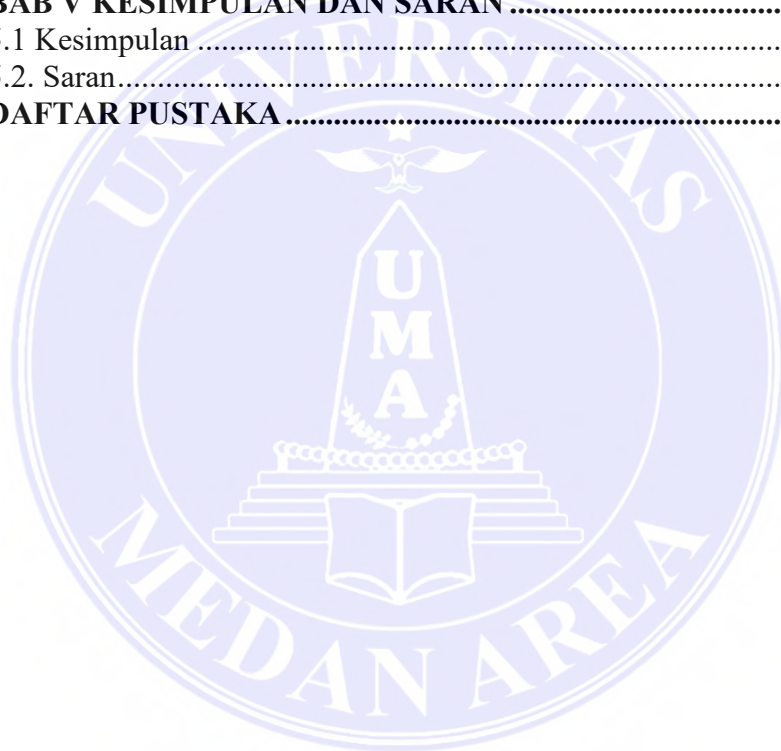


(DIAN UTARI)
188.320.101

DAFTAR ISI

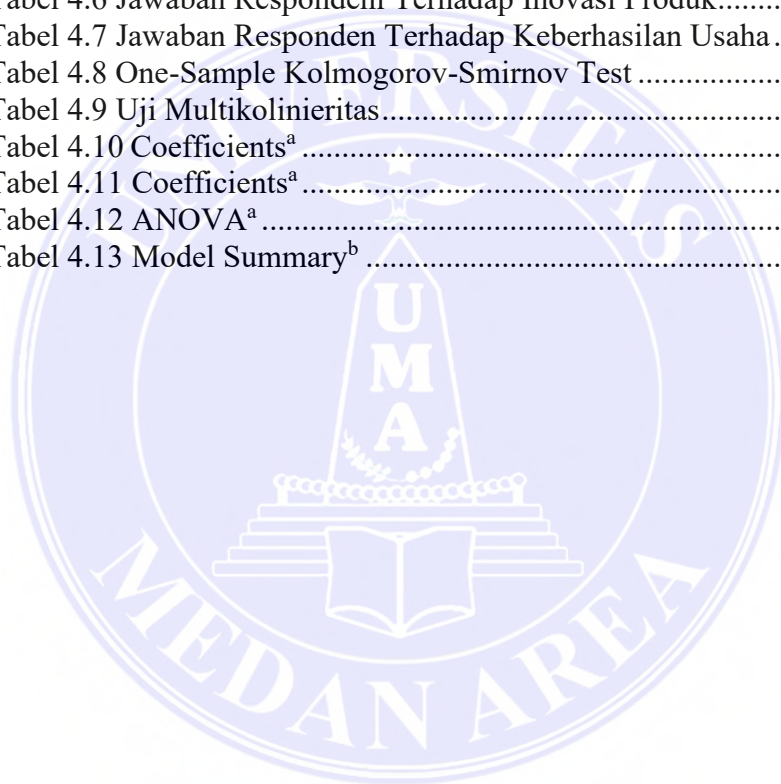
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	x
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Keberhasilan Usaha.....	10
2.1.2. Kreativitas	17
2.1.3. Inovasi Produk	24
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Kerangka Konseptual	31
Kreativitas (X1).....	31
Inovasi Produk (X2).....	31
2.4. Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.1.1. Jenis Penelitian.....	33
3.1.2. Lokasi Penelitian.....	33
3.1.3. Waktu Penelitian	33
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1. Populasi.....	34
3.2.2. Sampel.....	34
3.3. Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1. Jenis Data	34
3.3.2. Sumber Data.....	35
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.5. Definisi Operasional Variabel	37
3.6. Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian	38
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.6.4. Uji Hipotesis	44

3.6.5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	46
BAB I HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1. Gambaran Umum UMKM Kota Medan	48
4.1.2. Deskripsi Responen.....	49
4.1.3. Karakteristik Responen.....	49
4.1.4. Deskripsi Data Responen	51
4.1.5. Uji Statistik	56
4.2. Pembahasan.....	62
4.2.1. Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha	62
4.2.2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha	64
4.2.3. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan	
Usaha	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1.	Data UMKM Florist di Kecamatan Medan Selayang.....	3
Tabel 1.2.	Penghasilan Bersih Pertahun Florist Kecamatan Medan	4
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 3.2	Defisini Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.3	Skala Likert	39
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.1	Deskripsi Kuesioner	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk.....	52
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap Keberhasilan Usaha	54
Tabel 4.8	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	56
Tabel 4.9	Uji Multikolinieritas.....	57
Tabel 4.10	Coefficients ^a	59
Tabel 4.11	Coefficients ^a	60
Tabel 4.12	ANOVA ^a	61
Tabel 4.13	Model Summary ^b	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1	Uji Heteroskedastisitas	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran I	Kuesioner Penelitian	72
Lampiran II	Data Penelitian	77
Lampiran III	Output Hasil Uji Statistika.....	81
Lampiran IV	Surat Izin Penelitian	86
Lampiran V	Surat Balasan Izin Penelitian	87



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Dari sini dapat melihat aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu melihat bagaimana suatu perekonomian berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekanannya pada perubahan atau perkembangan itu sendiri.

Pertumbuhan ekonomi daerah yang diukur menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan suatu proses kerja sama antara pemerintah daerah dengan masyarakat dalam mengolah potensi sumber daya alam yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan dengan sektor swasta dalam menciptakan lapangan kerja baru serta untuk merangsang pertumbuhan ekonomi di dalam wilayah tersebut.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting, karena sebagian besar penduduk di Indonesia berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil. Dan keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) harus tetap dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam kehidupan ekonomi masyarakat, keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) ditengah-tengah kehidupan masyarakat telah mendapat posisi yang baik, banyak menyerap tenaga kerja, mampu berdampingan dengan industri besar dan mampu membantu perekonomian negara. Sehingga kebijakan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia sering dianggap secara tidak langsung sebagai penciptaan kesempatan kerja, atau kebijakan anti-kemiskinan, atau kebijakan redistribusi pendapatan (Susanto, 2020).

Adapun fenomena yang terjadi dalam penelitian ini adalah laju pertumbuhan ekonomi di Sumatera Utara yang diukur dengan menggunakan data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sepanjang lima tahun terakhir yang mengalami fluktuatif. Berdasarkan data statistik dari Badan Pusat Statistik Kota Medan, diperoleh laju pertumbuhan PDRB kota Medan yang mengalami fluktuatif, yang artinya bahwa laju pertumbuhan PDRB mengalami kondisi naik turun pada setiap tahunnya. Laju pertumbuhan PDRB kota Medan dapat dikatakan mengalami pertumbuhan yang melambat dari tahun 2015 hingga tahun 2019. Pada tahun 2015 PDRB kota Medan mencapai 5,74% dan mengalami peningkatan sebesar 0,54% pada tahun 2016 menjadi 6,27%. Namun mengalami penurunan sebesar 0,46% pada tahun 2017 menjadi 5,81%. Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 0,11% menjadi 5,92% dan pada tahun 2019 PDRB kota Medan mengalami peningkatan sebesar 0,01% menjadi 5,93% (Nursidi dan Wulandari, 2021).

Ketidakstabilan yang terjadi terhadap pertumbuhan ekonomi di kota Medan membuat pemerintah sebagai penyangga proses perbaikan kehidupan masyarakat dalam sebuah pemerintahan harus dapat meningkatkan lagi pertumbuhan ekonomi di kota Medan dengan mencari tahu faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di kabupaten/kota yang dapat membangun kota Medan, dan salah satu bentuk pembangunan di Kota Medan tersebut, yaitu melalui pembangunan sektor ekonomi dengan menggalakkan program kewirausahaan. Itu sebabnya, pengembangan UMKM perlu dioptimalkan karena keberadaan UMKM memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi negara Indonesia.

Tabel 1.1.
Data UMKM Florist di Kecamatan Medan Selayang

No.	Florist	No.	Florist
1.	Anyflowers Buket Bunga Medan	21.	Mitha Florist
2.	Masa Baru Florist	22.	Ria Florist
3.	Aiyuku Florist	23.	Alvaro Florist
4.	Istana Florist	24.	Falqi Florist
5.	WQ@ Florist	25.	Bintang Florist
6.	Rosy Florist	26.	Isona Florist
7.	Reza Florist	27.	Cici Florist
8.	Anhaki Florist	28.	Ginsu Florist
9.	Dear Florist	29.	Maya Florist
10.	Raskita Florist	30.	Florist Kita
11.	Calissa Florist	31.	Deo Florist
12.	Debora Florist	32.	Tessa Florist
13.	Sam Florist 848	33.	Laxmi Florist Medan
14.	Kirana Florist	34.	Ridho Florist
15.	Crepe Bouquet Medan	35.	Laura Florist
16.	Masterbunga.com	36.	Best Florist
17.	Keisha Florist	37.	Momo Florist
18.	Jeffry Florist	38.	Ricie Florist
19.	Yora Florist	39.	Glady's Florist
20.	Tiara Florist	40.	Andre Florist

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan (2022)

Berdasarkan perkembangan florist yang ada di kawasan Medan Selayang memberikan indikasi bahwa kinerja pemasaran UMKM di kota Medan masih belum maksimal, hal tersebut dikarenakan peningkatan unit UMKM pada tiap tahunnya belum mampu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di kota Medan.

Agar perusahaan mampu bersaing dalam dunia usaha dan ingin usahanya tersebut berjalan dengan lancar maka seorang wirausaha tersebut harus mempunyai kreativitas yang tinggi juga karna sangat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha yang akan dijalankan. Pada saat menjalankan usaha pengusaha harus memiliki ide-ide baru dan memiliki kreativitas, dengan memiliki kreativitas pengusaha mampu mengubah ide-ide yang sudah ada menjadi baru, mengeluarkan yang baru yang belum dimiliki oleh pesaing sehingga para pelanggan merasa puas. Berikut ini hasil

wawancara awal pada salah satu usaha florist di daerah Medan Selayang terkait keberhasilan usaha berdasarkan penghasilan bersih selama tiga tahun terakhir:

Tabel 1.2.
Penghasilan Bersih Pertahun Florist Kecamatan Medan Selayang 2019-2021

No.	Nama Florist	Tahun	Target Penjualan	Penjualan
1.	Anyflowers Buket Bunga Medan	2019	Rp. 40.000.000	Rp. 35.000.000
		2020	Rp. 35.000.000	Rp. 32.770.000
		2021	Rp. 37.000.000	Rp. 29.890.000
2.	Masa Baru Florist	2019	Rp. 25.000.000	Rp. 23.750.000
		2020	Rp. 26.000.000	Rp. 22.100.000
		2021	Rp. 24.000.000	Rp. 20.700.000
3.	Aiyuku Florist	2019	Rp. 56.000.000	Rp. 54.650.000
		2020	Rp. 54.000.000	Rp. 53.000.000
		2021	Rp. 53.500.000	Rp. 52.300.000

Berdasarkan Tabel 1.2, penjualan yang ada pada beberapa florist yang ada di Kecamatan Medan Selayang tidak memenuhi target yang diinginkan. Demikian pula penghasilan bersih florist di daerah Medan Selayang mengalami penurunan terus menerus. Pada tahun 2020 mengalami penurunan drastis hal tersebut dikarenakan efek pandemi Covid 19 yang sedang di alami dunia. Hal itu menyebabkan permintaan akan florist mengalami penurunan. Akan tetapi pada tahun 2021 kembali mengalami penurunan kembali dikarenakan keadaan pandemi yang belum kunjung usai, hal tersebut menyebabkan seluruh aktivitas masyarakat belum Kembali normal dengan demikian permintaan akan florist belum sesuai target. Suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan (Suarmawan, 2015).

Kreativitas dalam usaha sangat penting tidak hanya pemilik usaha yang memiliki kreativitas tetapi karyawan juga harus memiliki kreatif dalam mengerjakan atau menjalankan usaha dan tercapainya tujuan usaha adalah keinginan setiap kewirausahaan. Ide-ide kreatif yang kemudian diproses melalui beberapa tahapan

sehingga menghasilkan produk atau jasa atau model bisnis disebut inovasi. Tanpa kreativitas perusahaan akan kesulitan dalam mengembangkan usaha atau bisnis kreatif yang sedang dijalankan. Kreativitas bukan turunan atau bakat murni seseorang, kreativitas ini berkembang karena sebuah kebiasaan yang terus menerus karena itu kembangkanlah kreativitas dengan cara selalu berpikir dengan cara yang berbeda, banyak belajar dengan cara membaca banyak buku dan terus menambah pengetahuan dan asah kreativitas setiap hari secara rutin dan tanpa henti. Kreativitas yang tanpa batas ini adalah modal utama dalam menjalankan bisnis kreatif. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah, 2013) dalam penelitiannya yang menunjukkan bahwa kreativitas mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha.

Selain Kreativitas juga ada inovasi yang sangat penting dalam kesuksesan berwirausaha, Menurut pendapatnya (Farisi, 2013) yang mengatakan bahwa Inovasi Berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan usaha ini terbukti dengan pendapatnya (Dewi, 2017), yang menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya.

Kreativitas dan inovasi sangat penting, karena dalam berwirausaha Kreativitas dan Inovasi merupakan suatu kemampuan yang sangat penting dalam

mengembangkan usahanya ke tingkat yang lebih tinggi lagi. Seorang wirausahawan itu juga harus selalu berfikir cara untuk menciptakan sesuatu yang baru dan membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain serta mencari peluang agar produk yang dihasilkannya tersebut dapat diterima di pasar. Namun yang paling penting adalah rasa ingin maju, serta berani berbeda dengan orang lain, karena dengan imajinasi yang tinggi maka akan menghasilkan orisinalitas yang berbeda dengan yang lain.

Faktor-faktor keberhasilan usaha tersebut tidak hanya terdapat pada dua variabel tersebut tetapi banyak faktor-faktor penyebab keberhasilan usaha. Akan tetapi peneliti mengambil kesimpulan yang menjadi acuan peneliti ada dua variabel tersebut yang ingin diteliti oleh peneliti, antara lain: kreativitas dan inovasi pengusaha terhadap keberhasilan usaha, yang menjadi alasan peneliti ingin meneliti kedua variabel tersebut di karenakan ada peneliti yang mengatakan bahwa variabel kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan masalah diatas peneliti akan melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas tersebut maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha florist kurang kreatif, dimana pengusaha tidak memberikan ide kreatif yang segar setiap saatnya. Pemilik usaha juga kurang memiliki wawasan yang luas untuk mengembangkan produk baru.
2. Pemilik usaha kurang dapat berinovasi ditandai dengan tidak tersedianya sumber pasokan untuk ketersediaan stok bunga dan proses pembuatannya yang masih manual sehingga sulit untuk membuat inovasi produk.
3. Keberhasilan usaha menunjukkan kenaikan omset penjualan yang signifikan, sehingga menyulitkan untuk memprediksi volume penjualan di kemudian hari.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas:

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang?
3. Apakah kreativitas dan inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang secara simultan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah atas penelitian diatas memiliki beberapa tujuan atas penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang.
2. Untuk mengetahui apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang.
3. Untuk mengetahui apakah kreativitas dan inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang secara simultan.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi UMKM

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan andil dan manfaat bagi pemilik usaha. Dengan melihat peluang dalam menentukan kreativitas dan inovasi produk untuk meningkatkan keberhasilan usaha.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang peningkatan keberhasilan usaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Menjadi bahan kajian dan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengembangkan penelitian tentang peningkatan keberhasilan usaha.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Keberhasilan Usaha

2.1.1.1. Pengertian Keberhasilan Usaha

Banyak konsep yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen modern tentang cara meraih keberhasilan usaha kecil dalam mempertahankan eksistensinya secara dinamis.

Menurut Suryana (2014) Perusahaan akan mencapai keberhasilan usaha secara berkesinambungan dengan menerapkan strategi generik, yaitu strategi yang menekankan keunggulan biaya rendah, diferensiasi dan fokus.

Keberhasilan perusahaan untuk menjaga usianya ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan atau keberhasilan. Keberhasilan wirausahawan ditentukan oleh perilaku kewirausahaan. Faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan itu sendiri adalah faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal meliputi, hak kepemilikan (*property right*), kemampuan/kompetensi (*competency/ability*), dan Insentif (*incentive*), sedangkan faktor eksternal meliputi, Lingkungan (*envPironment*).

Secara spesifik, ahli lain di antaranya Suryana (2014) perusahaan kecil yang berhasil *take off* mempunyai usaha-usaha khusus yang diarahkan untuk kelangsungan hidup, konsolidasi, pengendalian, perencanaan dan harapan. Dalam tahapan ini diperlukan penguasaan manajemen, yaitu dengan mengubah pemilik sebagai pengusaha yang merekrut tenaga yang diberi wewenang secara jelas. Beberapa penguasaan manajemen meliputi hal-hal berikut:

1. Dalam bidang pemasaran, harus mengubah dari mendapatkan konsumen menjadi situasi peningkatan persaingan.
2. Dalam bidang keuangan, dari tahap *cash flow* berubah menjadi tahap memperketat pengendalian keuangan, meningkatkan laba, dan mengendalikan biaya.
3. Dalam bidang pendanaan, dalam tahap *take off*, usaha kecil harus sudah menerapkan sistem ventura bersama.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas yang mengemukakan tentang keberhasilan usaha, penulis telah sampai pada pemahaman bahwa keberhasilan usaha merupakan pencapaian dari sebuah perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian, sebuah organisasi harus melakukan usaha-usaha dengan memiliki kompetensi khusus, kemampuan internal, kompetensi inti, kreativitas dan keinovasian, fokus strategi dan menganut teori dinamis.

2.1.1.2 Faktor Keberhasilan Usaha

Untuk menjaga usia perusahaan hidup lebih lama dan mencapai sebuah keberhasilan dalam mengelola sebuah usaha tentunya harus ada strategi yang digunakan terutama dalam menghadapi persaingan yang ada. Setiap wirausaha tentunya menginginkan harapan usia perusahaannya yang panjang, pencapaian keberhasilan dan kelancaran dalam mengelola usaha sehingga orientasi pada hasil bisa tercapai dengan maksimal.

Adapun faktor pendorong keberhasilan usaha dalam menunjang usia perusahaan yang dikemukakan Suryana (2014), keberhasilan usaha ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak mempunyai kemampuan, keduanya tidak akan bisa menjadi wirausaha yang sukses. Sebaliknya orang yang memiliki kemauan dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses dan dapat mengembangkan usahanya dengan berdampak pada usia perusahaannya.
2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.
3. Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

Menurut Suryana (2014) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha dalam mempertahankan usia perusahaan tentunya harus berorientasi pada pengembangan ide dan menciptakannya menjadi sebuah peluang, adapun proses dalam mengembangkan ide dalam mencapai keberhasilan usaha, sebagai berikut:

1. Mengenal suatu kebutuhan pasar, sangat penting bagi perusahaan dalam mengembangkan produk dan jasa atau perlu tambahan kegunaan produk dan jasa tersebut.
2. Memperbaiki produk yang sudah ada, sangat diperlukan dengan mengidentifikasi produk-produk mana yang tidak mengalami perubahan, serta mengembangkan perubahan yang diperlukan.

3. Kombinasikan industri-industri, yaitu dengan mengombinasikan beberapa industri yang saling mendukung.
4. Memahami kecenderungan yang akan dihadapi, dengan berubahnya lingkungan demografi seperti usia dan pola-pola kehidupannya, maka harus disesuaikan dengan perubahan tersebut.
5. Peduli terhadap segala sesuatu, selalu responsif dengan segala aktivitas yang ada disekitar kita.
6. Mempertanyakan asumsi-asumsi, menganalisa hal-hal yang mungkin akan terjadi pada konsumen dengan mencari tahu keinginan apa saja yang mereka inginkan.
7. Pemberian nama pada produk dan mengembangkannya, hasil akhir dari pengembangan ide adalah terciptanya sebuah produk yang siap untuk dipasarkan serta dengan pengembangan yang terus berjalan guna menciptakan keberhasilan usaha.

Agar ide-ide potensial menjadi peluang bisnis yang nyata, maka harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus. Proses penjaringan ide atau disebut screening merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi produk dan jasa yang nyata. Adapun langkah dalam penjaringan ide dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Menciptakan produk baru dan berbeda

Setelah terciptanya sebuah ide maka harus dituangkan kedalam bentuk nyata yaitu sebuah produk, produk tersebut harus mempunyai keorisinilan dan berbeda dengan prosuk yang sudah ada serta mempunyai nilai bagi konsumennya.

2. Mengamati pintu peluang

Wirausahawan harus mengamati potensi-potensi yang dimiliki pesaing, misalnya kemungkinan pesaing mengembangkan produk baru, pengalaman keberhasilan dalam mengembangkan produk baru, dukungan keuangan, dan keunggulan-keunggulan yang dimiliki pesaing di pasar.

3. Analisis produk dan proses produksi secara mendalam

Analisis ini sangat penting untuk menjamin apakah jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan memadai atau tidak, berapa biaya untuk membuat produk tersebut dan apakah biaya yang dikeluarkan tersebut lebih efisien daripada biaya yang dikeluarkan oleh pesaing.

4. Menaksir biaya awal

Menyangkut biaya awal yang diperlukan oleh usaha baru, dari mana sumber dan untuk apa digunakannya, berapa yang diperlukan untuk operasi, perluasan dan biaya lainnya.

5. Memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi

Risiko yang mungkin terjadi diantaranya adalah risiko teknik yang berhubungan dengan proses pengembangan produk, risiko finansial yang timbul karena ketidakcukupan finansial dan risiko pesaing adalah kemampuan dan kesediaan pesaing mempertahankan posisinya di pasar.

Berdasarkan faktor keberhasilan usaha yang menunjang dalam menjaga usia perusahaan, bahwa untuk menciptakan usia perusahaan yang berjangka waktu lama dibutuhkan strategi untuk menunjang pencapaian hal tersebut, diantaranya adalah pengembangan ide dan menerapkannya sebagai peluang. Ide dapat menjadi peluang

apabila wirausahawan bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang-peluang secara terus-menerus melalui proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda.

2.1.1.3 Proses Tercapainya Keberhasilan Usaha

Keinginan mencapai sebuah tujuan yang telah direncanakan merupakan sebuah hal wajar bagi pelaku bisnis bahkan dapat dikatakan sebuah kewajiban bagi siapa saja yang bergelut dalam dunia usaha. Hal tersebut tentunya tidak secara langsung dapat tercapai, ada beberapa langkah yang harus dilaksanakan oleh para pelaku bisnis.

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Suryana (2014) yang menjelaskan proses tercapainya sebuah keberhasilan usaha, adalah sebagai berikut:

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi yang terkuat di pasar.
2. Tujuan dan kebijaksanaan tersebut ditumbuhkan berdasarkan pada kekuatan perusahaan serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.
3. Memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan reputasi merek dan biaya produksi yang rendah.

Berdasarkan proses tercapainya keberhasilan usaha menurut para ahli di atas, bahwa suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila dapat melalui tiga proses. Pertama, tujuan perusahaan dan kebijaksanaan fungsi-fungsi manajemen seperti produksi dan pemasaran harus memiliki posisi yang kuat di pasar. Kedua, tujuan dan kebijaksanaan tersebut ditumbuhkan berdasarkan pada kekuatan

perusahaan serta diperbarui secara dinamis. Ketiga, perusahaan harus memiliki dan mengeksploitasi kompetisi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan.

2.1.1.4 Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha

Dimensi dan indikator merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, dimana komponen-komponen untuk mengukur perusahaan yang telah mencapai keberhasilan dalam berwirausaha.

Berikut adalah dimensi-dimensi dari keberhasilan usaha menurut Suryana (2014). Dimensi dan indikator dalam mengukur keberhasilan usaha dapat diukur melalui:

1. Modal, indikatornya:
 - a. Aset
 - b. Modal produksi
2. *Output* produksi, indikatornya:
 - a. Target produksi
 - b. Jumlah produksi
3. Volume penjualan, indikatornya:
 - a. Target penjualan
 - b. Jumlah produk yang terjual
4. Pendapatan, indikatornya:
 - a. Target omset
 - b. Pencapaian omset

Berdasarkan dimensi dan indikator di atas, bahwa untuk mencapai suatu keberhasilan dalam melakukan kegiatan usaha dapat melihat dari beberapa

indikator diantaranya modal, *output* produksi, volume penjualan dan pendapatan yang disesuaikan dan diselaraskan dengan kemampuan perusahaan untuk mengolahnya, supaya mempunyai dampak positif terhadap usaha yang sedang dijalankan dimana keberhasilan usaha akan terealisasi.

2.1.2. Kreativitas

2.1.2.1. Pengertian Kreativitas

Pengertian kreativitas sudah banyak dikemukakan oleh para ahli berdasarkan pandangan yang berbeda-beda, seperti yang dikemukakan oleh Utami Munandar (2016) menjelaskan pengertian kreativitas dengan mengemukakan beberapa perumusan yang merupakan kesimpulan para ahli mengenai kreativitas yaitu kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang ada. Kedua, kreativitas (berpikir kreatif atau berpikir divergen) adalah kemampuan berdasarkan data atau informasi yang tersedia, menemukan banyak kemungkinan jawaban terhadap suatu masalah, dimana penekanannya adalah pada kuantitas, ketepatangunaan, dan keragaman jawaban. Ketiga, secara operasional kreativitas dapat dirumuskan sebagai kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas), dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengolaborasi (mengembangkan, memperkaya, merinci) suatu gagasan.

Menurut Slameto (2015) menjelaskan bahwa pengertian kreativitas berhubungan dengan penemuan sesuatu, mengenai hal yang menghasilkan sesuatu yang baru dengan menggunakan sesuatu yang telah ada. Sesuatu yang baru itu mungkin berupa perbuatan atau tingkah laku, bangunan dan lain-lain.

Sedangkan Menurut Moreno (Slameto, 2015) yang penting dalam kreativitas itu bukanlah penemuan sesuatu yang belum pernah diketahui orang sebelumnya, melainkan bahwa produk kreativitas merupakan sesuatu yang baru bagi orang lain atau dunia pada umumnya, misalnya seorang guru menciptakan metode mengajardengan diskusi yang belum pernah ia pakai.

Menurut Munandar (2016) Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi atau unsur-unsur yang ada. Hasil yang diciptakan tidak selalu hal-hal yang baru, tetapi juga dapat berupa gabungan (kombinasi) dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.

Menurut Rachmawati (2015) kreativitas adalah suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif yang bersifat imajinatif, estetis, fleksibel, integrasi, suksesi, diskontinuitas, dan diferensiasi yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah.

Berdasarkan dari beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan inisiatif terhadap suatu proses atau ide yang bermanfaat, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang sesuai dengan pedoman atau petunjuk yang tidak lengkap sehingga menuntun kita untuk mengerti atau menemukan sesuatu yang baru.

2.1.2.2. Prinsip Dasar Kreativitas

Setiap orang bisa mengembangkan kegiatan belajarnya sesuai dengan kreativitas yang dimilikinya. Tetapi, adapun pengembangannya, pembelajaran kreatif memiliki prinsip dasar yang menjadi fondasinya.

Menurut Mulyono (2016) mengemukakan prinsip dasar yang dibangun dalam pembelajaran kreatif yaitu:

1. Implikasi yang menyenangkan

Dalam pembelajaran yang kreatif, adapun model dan cara pembelajaran yang dilakukan harus membawa implikasi moral yang menyenangkan. Menyenangkan dalam pelajaran kreatif ini terkait dengan belajar tanpa beban, penuh keceriaan, disukai seluruh siswa, tidak takut, banyak bertanya dan sebagainya. Implikasi moral menyenangkan ini merupakan fondasi suasana yang dibangun.

2. Efektivitas Hasil dan Motivasi Setelah suasana komunikasi dalam pembelajaran kreatif moral menyenangkan, maka untuk membedakan antara kegiatan bermain dan belajar, pembelajaran kreatif berdasarkan fondasinya pada efektivitas hasil dan motivasi.

2.1.2.3. Ciri-Ciri Kreativitas

Untuk disebut sebagai seorang yang kreatif, maka perlu diketahui tentang ciri-ciri atau karakteristik orang kreatif. Berikut ini dikemukakan beberapa pendapat orang ahli tentang ciri-ciri orang yang kreatif.

Menurut Utami Munandar (2016) ciri-ciri kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Kelancaran
2. Fleksibilitas
3. Orisinalitas
4. Elaborasi atau perincian.

Sedangkan menurut Mulyono (2016) menyatakan ciri-ciri orang kreatif ialah cerdas, gigih, cakap, dinamis, mandiri, percaya diri, penuh daya cipta dan bersemangat dalam mengajar”.

Menurut Slameto (2015) menyatakan bahwa individu dengan potensi kreatif dapat dikenal melalui pengamatan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Hasrat keingintahuan yang cukup besar.
2. Bersikap terbuka terhadap pengalaman baru
3. Panjang akal
4. Keinginan untuk menemukan dan meneliti
5. Cenderung lebih menyukai tugas yang berat dan sulit
6. Cenderung mencari jawaban yang luas dan memuaskan
7. Memiliki dedikasi bergairah serta aktif dalam melaksanakan tugas
8. Berpikir fleksibel
9. Menanggapi pertanyaan yang diajukan serta cenderung
10. Memberi jawaban lebih banyak
11. Kemampuan membuat analisis dan sintesis
12. Memiliki semangat bertanya serta meneliti
13. Memiliki daya abstraksi yang cukup baik
14. Memiliki latar belakang membaca yang cukup luas

Banyak hal yang harus dilakukan dalam mengembangkan kreativitas menurut Slameto (2016) menyatakan bahwa tiga paktor yang perlu diperhatikan didalam pembangunan kreativitas, yaitu:

1. Kemampuan dasar yang diperlukan: Mencakup berbagai kemampuan berpikir konvergen dan divergen yang diperhatikan.

2. Sikap Individu: Mencakup tujuan untuk menemukan gagasan-gagasan serta produk-produk dan pemecahan baru.
3. Teknik teknik Yang Digunakan: Teknik- teknik yang digunakan dalam mengembangkan kreativitas.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki kreatifitas tinggi maka akan selalu berusaha melakukan hal-hal yang positif dan mau bekerja keras serta berfikir secara rasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

2.1.2.4. Tahap-tahap Kreativitas

Menurut Munandar (2012), secara umum tahapan kreativitas dapat dibagi dalam 4 tahap, yaitu :

1. *Exploring*

Pada tahap ini pekerja atau businessman mengidentifikasi hal-hal apa saja yang ingin dilakukan dalam kondisi yang da saat ini. Sekali mereka mendapatkan jawaban dari pertanyaan tersebut maka proses kreativitas sudah dimulai. Hal penting yang harus di perhatikan pada saat ini adalah mrenciptakan iklim yang menunjang proses berfikir kreatif.

2. *Inventing*

Pada tahap ini, sangat penting bagi organisasi untuk melihat atau mereview berbagai alat, teknik dan metode yang telah dimiliki yang mungkin dapat membantu dalam menghilangkan cara berpikir yang tradisional.

3. *Choosing*

Pada tahap ini instansi mengidentifikasi dan memilih ide-ide yang paling mungkin di laksanakan.

4. *Implementing*

Tahap akhir untuk dapat disebut kreatif adalah bagaimana membuat suatu ide dapat diimplementasikan. Seseorang bisa saja memiliki ide cemerlang, tetapi jika ide tersebut tidak dapat diimplementasikan.

Tahap-tahap kreativitas menurut Suryana (2016) diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Persiapan

Tahap persiapan menyangkut kesiapan untuk berfikir kreatif, dilakukan dalam bentuk pendidikan formal, pengalaman, magang, dan pengalaman belajar.

2. Penyelidikan

Tahap penyelidikan dibutuhkan individu yang dapat mengembangkan pemahaman mendalam tentang masalah atau keputusan.

3. Transformasi

Tahap transformasi menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan diantara informasi yang terkumpul.

4. Penetasan

Tahap penetasan merupakan penyiapan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang terkumpul.

5. Penerangan

Tahap penerangan akan muncul pada tahap penetasan yaitu ketika terdapat pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang.

6. Pengujian

Tahap pengujian menyangkut validasi keakuratan yang muncul yang dapat dilakukan pada masa percobaan, proses simulasi, tes pemasaran, dan aktivitas lain yang dirancang untuk membuktikan ide-ide baru.

7. Implementasi

Tahap implementasi adalah tahap dimana transformasi ide ke dalam praktek bisnis.

2.1.2.5 Dimensi dan Indikator Kreativitas

Menurut Munandar (2016) mengemukakan ciri-ciri dari kreativitas yang dijadikan dimensi dan indikator dalam penelitian ini dapat diuraikan berikut ini:

1. Kelancaran berpikir (*fluency of thinking*)

Kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. Dalam kelancaran berpikir, yang ditekankan adalah kuantitas, dan bukan kualitas.

2. Keluwesan berpikir (*flexibility*)

Kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide, jawaban-jawaban atau pertanyaan-pertanyaan yang bervariasi, dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda, mencari alternatif atau arah yang berbeda-beda, serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. Orang yang kreatif adalah orang yang luwes dalam berpikir. Mereka dengan mudah dapat meninggalkan cara berpikir lama dan menggantikannya dengan cara berpikir yang baru.

3. Elaborasi (*elaboration*)

Kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan menambahkan atau memperinci detail-detail dari suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.

4. Originalitas (*originality*)

Merupakan kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli.

2.1.3. Inovasi Produk

2.1.3.1. Pengertian Inovasi Produk

Inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan konsumen. Berkaitan dengan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah gambaran dari berbagai proses mulai dari konsep suatu ide baru, penemuan baru dan suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Inovasi memiliki arti bahwa produk merupakan sebuah hal yang belum pernah dirasakan oleh konsumen sebelumnya, baik merupakan penemuan baru atau modifikasi dari produk sebelumnya yang telah.

Menurut Kotler (2014) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukanlah 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-proses tersebut.

Menurut Charles, et al. (2012) menyatakan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan membeli konsumen. Dari pemikiran di atas dengan adanya inovasi produk yang dilakukan perusahaan, diharapkan dapat meningkatkan keputusan membeli.

Hal tersebut juga didukung oleh Tamamudin (2012) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan melalui peningkatan keputusan membeli. Dalam persaingan global, perusahaan harus dapat memodifikasi produknya untuk menambah nilai dari produk yang dihasilkannya dan harus dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen. Nilai tambah dari produk yang dihasilkan dapat berupa desain/model dari produk yang dihasilkan dan pelayanan dari produk yang dijual.

Dapat disimpulkan bahwa sistem inovasi tergantung pada sejumlah variabel selain kreativitas, seperti otonomi, informasi yang tersedia, sistem imbalan, pendidikan atau pelatihan, sistem *authority*, partisipasi dalam pengambilan keputusan, atau kekompakan tim.

2.1.3.2 Karakteristik Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016) karakter inovatif produk itu sendiri akan menentukan kecepatan difusi yang didukung oleh lima faktor, yaitu *relativ advantage* (keuntungan relatif), *compatibility* (kesesuaian), *complexity* (kesulitan), *divisibility* (percobaan) dan *communicability* (ketampakan).

Adapun penjelasan dari kelima karakteristik tersebut dijelaskan sebagai berikut yaitu :

1. *Relative Advantage*

Keuntungan relatif adalah sejauh mana inovasi dianggap lebih baik daripada mengganti produk. Hal ini tidak mengacu pada tujuan untuk mendapatkan keuntungan pada produk baru tetapi dengan persepsi subyektif adopter terhadap keuntungan. Sebuah inovasi yang menawarkan keuntungan yang lebih besar diyakini memiliki penerimaan yang lebih besar, kecepatan difusi yang lebih tinggi.

2. *Compatibility*

Kompatibilitas adalah sejauh mana inovasi dianggap kompatibel dengan sistem nilai konsumen yang ada, pengalaman, dan kebutuhan. Konsumen lebih cenderung untuk mengadopsi produk baru awal jika produk tersebut lebih kompetibel dengan nilai-nilai dan kebutuhan yang ada, dan mereka tidak perlu mengubah apapun untuk menggunakan produk. Untuk adopsi potensial, kompatibilitas produk yang lebih tinggi juga berarti ketidakpastian kurang dan kesenjangan yang lebih kecil antara atribut produk dan kebutuhan konsumen. Sebuah inovasi kompatibilitas secara positif dengan penerimaan tersebut.

3. *Complexity*

Kompleksitas adalah tingkat dimana suatu inovasi tampak sulit untuk dimengerti dan digunakan serta merupakan persepsi subyektif. Beberapa produk baru akan lebih mudah dipahami bagi kebanyakan orang di masyarakat, tetapi yang lainnya tampak sangat kompleks dan membutuhkan waktu lebih lama untuk dipahami. Sebuah inovasi yang kurang kompleks dapat menyebar lebih cepat. Sebuah inovasi membutuhkan proses adopsi untuk belajar keterampilan baru atau meningkatkan pemahaman mereka karena tidak mungkin diterima dengan cepat. Sehingga, adopsi inovasi mungkin tertunda.

4. *Divisibility*

Divisibilitas adalah tingkat inovasi dapat dicoba sedikit demi sedikit.

5. *Communicability*

Komunikabilitas adalah tingkat kemampuan hasil penggunaan inovasi dapat diobservasikan atau dijelaskan kepada orang lain.

2.1.3.3 Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2014), terdapat enam indikator inovasi produk yaitu diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Produk baru bagi dunia

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

2. Lini produk baru

Lini produk baru merupakan produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang telah mapan untuk pertama kalinya memasuki pasar yang sudah ada, dengan lini produk baru dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihan produk.

3. Tambahan pada lini produk yang telah ada

Tambahan pada lini produk yang telah ada merupakan produk-produk baru yang melengkapi atau menambah suatu lini produk perusahaan yang telah mantap sehingga produk menjadi lebih beragam sehingga memunculkan banyak pilihan.

4. Perbaiki dan revisi produk yang telah ada

Merupakan salah satu cara untuk selalu memperbaharui produk yang sudah ada dipasar. Produk yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang dianggap lebih hebat dan menggantikan produk yang telah ada, dimana dihasilkan produk baru dengan daya kerja dan kegunaan yang disempurnakan.

5. Penentuan kembali

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

6. Pengurangan biaya

Pengurangan biaya merupakan produk baru yang menyediakan produk yang daya kerja/kegunaanya serupa dengan harga yang lebih murah atau rendah, hal ini dimaksudkan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dan hal ini berdampak pada meningkatnya volume penjualan suatu produk.

Adanya kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing merupakan faktor pendorong terjadinya inovasi produk, umumnya produk pesaing itu muncul tanpa mengalami perubahan yang berarti bahkan cenderung statis. Keadaan seperti ini dapat menjadi hal yang menguntungkan, karena persaingan yang timbul dengan munculnya produk pesaing dapat diatasi dengan melakukan inovasi produk.

Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan

produk baru memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya risiko dan biaya kegagalan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

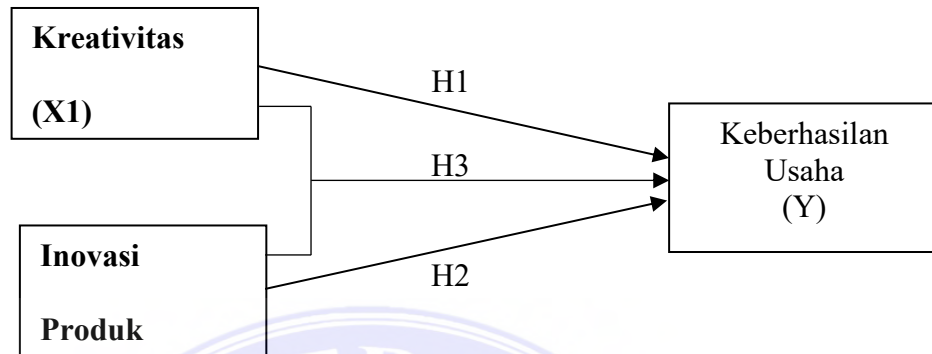
No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Anskaria S. Gohae (2021)	Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi)	Secara keseluruhan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2.	Novita Ekasari dan Nurhasanah (2018)	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Hasil penelitian menunjukkan Secara Simultan Lokasi dan Kreativitas merupakan satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Gentala Arasy Kota Jambi.
3.	Akhmad Nasir (2017)	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan	Hasil analisis mendapatkan bahwa inovasi produk terhadap kinerja pemasaran Industri Mebel Di Kabupaten Pasuruan
4.	Winda Ayu Lestari, dkk (2020)	Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya)	Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya dengan nilai koefisien determinasi sebesar 18,49% dan sisanya 81,51% dipengaruhi oleh faktor lain.
5.	Kadek Agus Suarmawan (2015)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha yakni, komitmen sebesar 73,522%, pengalaman sebesar 14,998%, keuangan sebesar 7,857%

Lanjutan Tabel 2.1

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
6.	Fauzan Anggi Prasaty, dkk (2017)	Faktor Keberhasilan Usaha UMKM Jajanan Asing Kaki Lima di Kota Serang	Hasil penelitian ini menunjukkan karakteristik pengusaha jajanan asing kaki lima yang berhasil di Kota Serang adalah wanita, karena memiliki sikap kehati-hatian yang sangat tinggi, cenderung menghindari resiko dan lebih teliti dibandingkan pria.
7.	Dwi Gemina dan Ajeng Widia Pitaloka (2020)	Keberhasilan Usaha Berbasis Sikap Kewirausahaan dan Pengetahuan Kewirausahaan Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap kewirausahaan serta pengetahuan kewirausahaan secara simultan maupun secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Makanan Minuman Kecamatan Ciawi Kabupaten Bogor.
8.	Venti Juliana, dkk (2018)	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Keberhasilan Usaha Penjualan Buah-Buahan di Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang mempengaruhi keberhasilan usaha yaitu lama usaha dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 dan koefisien sebesar 0,532 dan tingkat pendidikan dengan tingkat signifikansi 0,039 dan koefisien 0,372.
9.	Lies Indriyatni (2013)	Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kecil Di Semarang Barat)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dana kerja, keterampilan, dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian usaha mikro dan kecil untuk mendapatkan beberapa keuntungan.
10.	Dyah Ayu Ardiyanti dan Zulkarnen Mora (2019)	Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa	Hasil dari penelitian diperoleh dengan menggunakan SPSS versi 16 dan hasilnya menunjukkan bahwa kepentingan bisnis sebagian mempengaruhi keberhasilan bisnis.

2.3. Kerangka Konseptual

Adapun kerangka konseptual penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Menurut Wardani (2020) Hipotesis adalah suatu asumsi atau anggapan atau dugaan teoritis yang dapat ditolak atau tak ditolak secara empiris.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang.
- H2 : Inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang.
- H3 : Kreativitas dan inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang secara simultan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2017) diartikan sebagai penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang.

3.1.3. Waktu Penelitian

Adapun jadwal bagi penulis melakukan penelitian ini dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Proses Penelitian	Tahun 2022							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Des
1.	Pengajuan Judul								
2.	Kunjungan Perusahaan								
3.	Pembuatan Proposal								
4.	Seminar Proposal								
5.	Pengumpulan Data								
6.	Penyusunan Skripsi								
7.	Analisa Data								
8.	Bimbingan Skripsi								
9.	Seminar Hasil								
10.	Sidang Meja Hijau								

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Menurut Morissan (2014) Populasi merupakan suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha florist di Kecamatan Medan Selayang sebanyak 40 pengusaha.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Morissan (2014) Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat representatif.

Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode sampel jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiono, 2017)

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menetapkan sampel sebanyak 40 orang pengusaha florist dengan taraf kesalahan 5%.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian yang diperoleh menggunakan angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif umumnya untuk menguji hipotesis atau mendukung hipotesis. Penelitian kuantitatif digunakan ketika peneliti ingin mengetahui apa saja hal yang mempengaruhi terjadinya suatu fenomena dengan kata lain peneliti ingin mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih yang menjadi objek penelitian. Sedangkan Menurut Arikunto (2013) yang mengemukakan Penelitian kuantitatif

adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

3.3.2. Sumber Data

Menurut Sujarweni (2019) Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti misalnya menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan, baik tertulis maupun lisan. Sumber data yang digunakan adalah data primer.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, menurut Sugiyono (2017) disebutkan bahwa:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini responden (orang) secara individual atau kelompok, dan observasi. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu metode kuesioner, wawancara, dokumentasi dan observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip yaitu sejarah perusahaan dan struktur organisasi.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa

mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan.

1. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, dan responden.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dua orang, pewawancara sebagai yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban.

4. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang peneliti lakukan adalah kuesioner.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dapat didasarkan pada satu atau lebih referensi yang disertai dengan alasan penggunaan definisi tersebut.

Menurut Sujarweni (2019) Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis.

Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala ukuran yang lazim digunakan. Oleh karena itu, untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Defisini Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1.	Kreativitas (X ₁)	Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang untuk memikirkan sesuatu yang baru serta berbeda dan bisa bersumber dari konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelancaran berpikir 2. Keluwesan berpikir 3. Elaborasi 4. Originalitas (Munandar, 2016)	Skala Likert
2.	Inovasi Produk (X ₂)	Inovasi produk merupakan perbaikan produk-produk yang sudah ada menjadi lebih baik dengan pemikiran yang berbeda dari yang lain. Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk baru bagi dunia 2. Lini produk baru 3. Tambahan pada lini produk yang telah ada 4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada 5. Penentuan Kembali 	Skala Likert

Lanjutan Tabel 3.2

No.	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
		baru atau pengembangan produk baik perubahan desain, komponen dan arsitektur produk itu sendiri.	6. Pengurangan biaya (Kotler dan Keller, 2014)	
3.	Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha mengemukakan bahwa untuk menjadi wirausaha atau jadi pengusaha yang sukses pertama-tama harus memiliki ide atau visi bisnis (business vision) kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang.	1. Modal 2. Pendapatan 3. Volume penjualan 4. Tenaga kerja (Suryana , 2014)	Skala Likert

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan SPSS dimana pertanyaan variabel dikatakan valid apabila nilai signifikansi yaitu $\alpha < 0,05$.. Adapun rumus dari uji validitas yaitu:

$$r = \frac{n\sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

n = banyaknya pasangan pengamatan

x = skor-skor item instrument variabel-variabel bebas

y = skor-skor item instrument variabel-variabel terikat

Skala likert merupakan alat pengukur sikap dan pendapat seseorang atau sekelompok yang berhubungan tentang suatu fenomena sosial. Jenis instrument yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket dan kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	N = Netral	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Untuk menguji apakah angket yang digunakan memenuhi syarat validitas, pada dasarnya di gunakan koefisien korelasi. Koefisien korelasi yang diperoleh masih harus di uji signifikansinya bisa menggunakan uji t atau membandingkan dengan r tabel dengan asumsi :

- a. Bila t hitung $>$ dari tabel atau r hitung $>$ dari r tabel, maka nomor pertanyaan tersebut valid atau jika koefisien korelasi $r > 0,05$ maka instrument di anggap valid.
- b. Bila t hitung $<$ dari t tabel atau t hitung $<$ dari r tabel, maka nomer pertanyaan tersebut tidak valid atau jika $r < 0,05$ maka instrument yang digunakan tidak valid.

Hasil validitas masing-masing pernyataan korealasi antara item dengan skor item digunakan utnutk menguji validitas instrument, untuk mengetahui butir validitas butir pernyataan harus membandingkan $r_{\text{tabel}} \alpha = 0,05$ (5%) dengan df

(*degree of freedom*) = 40, maka $r_{\text{tabel}} = 0,3120$. Adapun hasil uji validitas variabel penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r_{xy}	r_{tabel}	Ket
1.	Kreativitas (X1)	934	0,3120	Valid
2.		388	0,3120	Valid
3.		934	0,3120	Valid
4.		706	0,3120	Valid
5.		658	0,3120	Valid
6.		458	0,3120	Valid
7.	Inovasi Produk (X2)	781	0,3120	Valid
8.		934	0,3120	Valid
9.		575	0,3120	Valid
10.		644	0,3120	Valid
11.		458	0,3120	Valid
12.		781	0,3120	Valid
13.	Keberhasilan Usaha (Y)	706	0,3120	Valid
14.		658	0,3120	Valid
15.		458	0,3120	Valid
16.		781	0,3120	Valid
17.		934	0,3120	Valid
18.		781	0,3120	Valid

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan *output* pada Tabel 3.4, menunjukkan semua nilai variabel adalah valid karena hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hal ini berarti semua pertanyaan yang disebarkan kepada responden dapat dipercaya validitasnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS 25. Jika suatu kuesioner memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* $> 0,6$, dengan rumus Alpha sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah variasi soal

$\sum \sigma_t^2$ = Variabel total

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dikatakan tabel kuesioner yang diuji tersebut reliabel.

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tabel kuesioner yang diuji tersebut tidak reliabel.

Untuk uji reliabilitas digunakan bantuan *software* SPSS, hasil reliabilitas dapat dilihat pada tabel *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabel	Keterangan
Pembiayaan	0,955	0,60	Reliabel
Pelatihan Usaha	0,964	0,60	Reliabel
Pemberdayaan Nasabah	0,894	0,60	Reliabel

Sumber : Data Diolah (2022)

Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dengan *Cronbach's Alpha* sebagaimana terlihat pada Tabel 3.5, menunjukkan bahwa nilai Alpha lebih besar dari 0,6. Oleh karena itu dapat ditentukan bahwa semua instrumen penelitian ini adalah reliabel.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Alat analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Sebelum dilakukan regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

1. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji ini bertujuan apakah model regresi, variabel bebas atau variabel terikat kedudukannya kedua-duanya mempunyai distirbusi normal atau tidak. Rumus uji normalitas dengan Chi-Square, yaitu :

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dimana :

X^2 = Nilai X^2

O_i = Nilai observasi

E_i = Nilai expected / harapan

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

Kriteria :

- a. Jika nilai X^2 hitung < nilai X^2 tabel, maka H_0 diterima ; H_a ditolak
- b. Jika nilai X^2 hitung > nilai X^2 tabel, maka H_0 ditolak ; H_a diterima

2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variable Y, jika X_1 dan X_2 berkolinearitas, berarti

kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi.

Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance value* $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas berarti penyebaran titik dan populasi pada bidang regresi tidak konstan gejala ini ditimbulkan dari perubahan-perubahan situasi yang tidak tergambar dalam model regresi. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sehingga diidentifikasi tidak terdapat *heteroskedastisitas*.

Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keberhasilan Usaha

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

X₁ = Kreativitas

X₂ = Inovasi Produk

e = Error (tingkat kesalahan 5%)

3.6.4. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji signifikansi parsial atau sering disebut uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi (Sig.) t yang dibandingkan dengan batas signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 5% atau 0,05 dan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel.

Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05 dan nilai t-hitung \geq tabel maka secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05 dan nilai t-hitung \leq t-tabel maka secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Menurut menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = distribusi t

r = koefisien korelasi parsial

r² = koefisien determinasi

n = jumlah data

a. Bentuk pengujian:

H₀: b₁, b₂, b₃ = 0, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H₀: b₁, b₂, b₃ ≠ 0, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

b. Kriteria pengambilan keputusan kedua :

H₀ diterima jika: t_{hitung} < t_{tabel}, pada α = 5%, df = n - k

H₀ ditolak jika: t_{hitung} > t_{tabel}

2. Uji F (Simultan)

Uji signifikansi simultan atau sering kali disebut uji F bertujuan untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi (Sig.)

Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05 dan F-hitung ≥ F-tabel maka secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel 38 bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05 dan F-hitung ≤

F-tabel maka secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk pengujiannya dilihat dari nilai Struktur modal (p value) yang terdapat pada tabel Anova nilai F dari output program aplikasi SPSS, di mana jika p value < 0,05 maka secara simultan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama pada tingkat signifikan 5%, dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/K}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Dimana :

- R² = koefisien determinasi
- k = jumlah variabel independen
- n = jumlah anggota data

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan degree freedom = k (n - k - 1) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. H₀ ditolak dan H₁ diterima jika F_{hitung} > F_{tabel} atau nilai sig < α
- b. H₀ diterima dan H₁ ditolak jika F_{hitung} > F_{tabel} atau nilai sig > α

3.6.5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 < R² < 1. Apabila nilai koefisien determinasi (R²) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya.

Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, penelitian ini berpatokan pada nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi yang sudah disesuaikan karena apabila memakai nilai R Square akan menimbulkan suatu bias yang dapat meningkatkan R^2 jika ada penambahan variabel independen. Berbeda dengan R Square, nilai Adjusted R Square tidak akan menimbulkan bias karena nilai R Square dapat naik atau turun apabila sebuah variabel independen ditambahkan dalam model. Dengan rumus sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

- R^2 = Koefisien determinasi
 r^2 = Nilai Korelasi Berganda
100% = Presentase Kontribusi

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang. Sesuai dengan uraian-uraian diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang, karena hasil penelitian menunjukkan nilai perolehan t_{hitung} sebesar 8,432, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,432 > 1,687$ dan nilai Sig $0.000 > 0.05$, artinya bahwa apabila kreativitas bertambah maka akan mempengaruhi keberhasilan usaha sehingga menambah produktivitas usaha.
2. Inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang, karena hasil penelitian menunjukkan nilai perolehan t_{hitung} sebesar 6,722, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,722 > 1,687$ dan nilai Sig $0.000 > 0.05$ artinya bahwa apabila inovasi produk bertambah maka akan mempengaruhi keberhasilan usaha sehingga menambah penjualan produk.
3. Kreativitas dan inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist di Kecamatan Medan Selayang, karena hasil penelitian menunjukkan nilai perolehan F_{hitung} sebesar 310,464, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($310,464 > 3,25$) dan nilai Sig $0.000 > 0.05$, dengan besaran pengaruh 94,1% sementara 5,9% adalah kontribusi variabel lain yang tidak

dibahas dalam penelitian ini, artinya bahwa apabila kreativitas dan inovasi produk bertambah maka akan mempengaruhi keberhasilan produk sehingga target penjualan tercapai serta pengusaha florist akan mendapatkan menambah pendapatan usaha.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan diatas, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan bahwa pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkaitan ataupun yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang yaitu sebagai berikut :

1. Melalui hasil penelitian dapat dilihat bahwa kreativitas diperlukan dalam proses keberhasilan usaha. Diharapkan para pengusaha florist Kecamatan Medan Selayang dapat menciptakan kreasi baru yang dipadukan dengan berbagai produk yang dijual karena florist masih kurang kreatif dalam memberikan ide segar untuk produknya. Selain itu para pedagang juga dapat mengasah kreativitasnya dengan mengikuti seminar kreativitas UMKM maupun dengan melihat video tutorial dari media sosial.
2. Para pengusaha florist Kecamatan Medan Selayang diharapkan untuk terus menambah berbagai inovasi kepada produk jualannya yang dapat menambah tingkat keinginan konsumen untuk membeli dan memilih produknya untuk dibeli, mengantisipasi penyediaan sumber pasokan bunga agar pedangan dapat menemukan ide baru mengenai ragam produk yang dijualnya. Dan juga rutin mengikuti pameran atau bazaar yang dapat menambah keterampilan berwirausaha para pedagang.

3. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas untuk mengukur keberhasilan usaha, sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperhatikan variabel tersebut dengan mengembangkan indikator yang lebih tepat atau menambahkan variabel lainnya seperti motivasi, pengaruh lingkungan, peluang usaha dan variabel lainnya yang lebih relevan yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha florist Kecamatan Medan Selayang



DAFTAR PUSTAKA

- Alkachvi, Muhamad Desky dan Handayani, Trustorini, 2019, *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)*. Jurnal Unikom.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Charles, Lagat., Chepkwony Joel., Kotut Cheruiyot Samwel. 2012. *Market Orientation and Firm Performance in The Manufacturing Sector in Kenya. European Journal of Business and Management*. 4 (10), pp: 20-27.
- Gohae, Anskaria S., 2021, *Pengaruh Pengetahuan Berwirausaha dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi)*, Vol. 5, No.1.
- Hari Susanto, 2020, *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kalimantan Tengah, Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 5, No.2.
- Irawati, Anugrahini dan Nurfadilah, Nabila. 2021. *Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Pengrajin Galeri Belva Batik Tulis Madura*. Jurnal Eco-Entrepreneurship, Vol 7 No 1 Juni 2021.
- Kadek Agus Suarmawan. 2015. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan)*. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE), Volume: 5, Nomor: 1.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Prenhalindo. Jakarta.
- Morissan M, 2014, *Metode Penelitian Survei. Cet-2*. Jakarta : Kencana.
- Mulyono. 2016. *Strategi Pembelajaran Menuju Efektivitas Pembelajaran di Abad Global*. Malang : UIN-Maliki Press.
- Munandar, Utami. 2016. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Munandar., 2012., *Kreatifitas dan Keberbakatan Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Indonesia. Jakarta.

- Rahmawati, Selly. 2015. *Pengaruh Metode Konvensional, Group Investigation dan Problem Solving, Jenis Kelamin terhadap Kemampuan Berpikir Kritis pada mahasiswa PGSD UPY*. Jurnal Elementary School, Vol2, No.2.
- Slameto. 2015. *Belajar dan Faktor-faktor yang Memengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Manajemen*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: STARTUP.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Edisi IV*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syafe'I, Darman dan Jalaludin, 2021, *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah Pada Penjahit Pakaian Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Oku*, Vol, 2, No. 2.
- Tamamudin, 2012, *Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Membeli dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina)*. Jurnal Penelitian Vol. 9, No. 2, November 2012. Hal. 283-300.
- Wardani, Dian Kusuma, 2020, *Pengujian Hipotesis (Deskriptif, Komparatif dan Asosiatif)*, Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Wiranawata, Hilmi. 2019. *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Unpal, Vol. 7, No. 4.

Lampiran I Kuesioner Penelitian

Hal: Permohonan Kesediaan Menjadi responden

Kepada

Yth. Bapak/Ibu Responden

di

Tempat

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, saat ini saya sedang melaksanakan proses penyelesaian studi dengan penulisan skripsi yang disertai dengan penelitian ilmiah. Dengan demikian, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk ikut terlibat dalam pengisian kuesioner yang telah tersedia.

Kuesioner yang tersedia berupa beberapa pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang.

Bapak/Ibu dimohon untuk mengisi semua pernyataan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian akan menjaga kerahasiaan jawaban yang telah Bapak/Ibu berikan. Peneliti tidak akan melampirkan nama Bapak/Ibu karena identitas yang terlampir hanya digunakan peneliti sebagai kelengkapan informasi dalam penelitian ini saja.

Demikian permohonan saya. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Medan, 10 Mei 2022

Peneliti,

Dian Utari

Petunjuk Pengisian:

- 1. Pilihlah salah satu dengan menggunakan tanda silang (X) yang sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu saat ini.**
- 2. Isilah titik-titik di bawah ini sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu saat ini.**

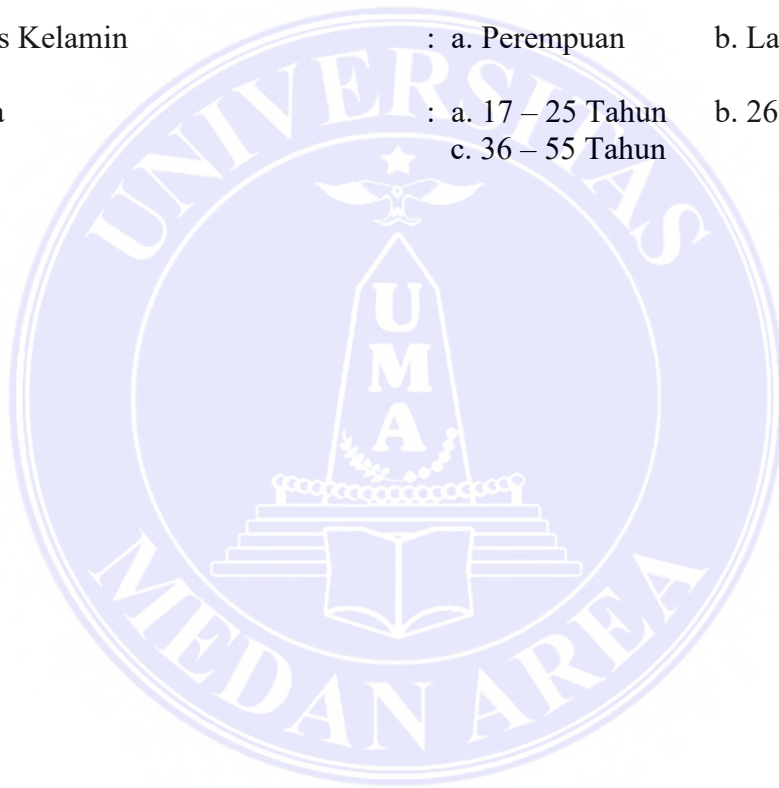
Nama :

Usia :

Pendidikan Terakhir : a. SMA/Sederajat b. Sarjana

Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-Laki

Usia : a. 17 – 25 Tahun b. 26 – 35 Tahun
c. 36 – 55 Tahun



PERSEPSI PENGUSAHA FLORIST DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG TENTANG KREATIVITAS

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi Anda tentang kreativitas. Kami mohon untuk memilih salah satu pilihan yang paling menggambarkan tentang kondisi Anda dengan cara memberikan tanda centang (✓).

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	ST S	TS	KS	S	SS
1	Apabila saya mendapatkan dukungan saya bisa mengembangkan usaha saya dengan ide-ide yang kreatif					
2	Saya mampu mengembangkan ide-ide baru dalam usaha saya					
3	Ada cara-cara baru yang saya terapkan pada usaha saya yang dapat dibuktikan dengan saya mengeluarkan model baru dalam produk saya setidaknya satu kali dalam waktu satu tahun					
4	Saya memiliki keinginan belajar yang kuat untuk dapat lebih berhasil					
5	Saya adalah orang yang berimajinasi tinggi yang mampu menghasilkan model baru dalam produksi saya					
6	Jika terjadi resiko dalam usaha saya, saya mampu mengelola resiko tersebut					

PERSEPSI PENGUSAHA FLORIST DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG TENTANG INOVASI PRODUK

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi Anda tentang inovasi produk. Kami mohon untuk memilih salah satu pilihan yang paling menggambarkan tentang kondisi Anda dengan cara memberikan tanda centang (✓).

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Produk Saya memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk lain sejenis yang pernah ada					
2	Produk saya mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk lain sehingga dapat dikenali dengan mudah					
3	Inovasi produk yang saya lakukan dapat diterima dengan baik oleh konsumen					
4	Saya selalu memproduksi barang sesuai dengan kebutuhan konsumen setiap waktu					
5	Inovasi yang saya terapkan pada produk tidak merubah dasar metode produksi tetapi hanya melakukan pengembangan pada aspek tertentu					
6	Persepsi konsumen terhadap barang hasil produksi saya baik sehingga tidak ada keluhan dari konsumen					

PERSEPSI PENGUSAHA FLORIST DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG TENTANG KEBERHASILAN USAHA

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan persepsi Anda tentang keberhasilan usaha. Kami mohon untuk memilih salah satu pilihan yang paling menggambarkan tentang kondisi Anda dengan cara memberikan tanda centang (✓).

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	ST S	TS	KS	S	SS
1	Volume penjualan saya mengalami peningkatan dari waktu lalu setidaknya dari bulan lalu					
2	Hasil produksi saya mengalami peningkatan terbukti dengan bertambahnya jumlah produksi saya dari waktu lalu setidaknya dari bulan lalu					
3	Laba usaha saya bertambah dari waktu ke waktu seiring dengan peningkatan produksi sehingga mampu menjamin mata pencaharian saya					
4	Jika usaha saya lancar maka perputaran modal usaha saya cepat					
5	Adanya peningkatan jumlah barang yang terjual dalam 1 tahun terakhir					
6	Adanya peningkatan laba / keuntungan dalam 1 tahun terakhir					

Lampiran II Data Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88240086
Most Extreme Differences	Absolute	.174
	Positive	.084
	Negative	-.174
Test Statistic		.174
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

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

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.
```

Regression Variables Entered/Removed^a

Model	Variables		Method
	Entered	Removed	
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	.971 ^a	.944	.941	.90594

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kreativitas

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509.608	2	254.804	310.464	.000 ^b
	Residual	30.367	37	.821		
	Total	539.975	39			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kreativitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.641	.781		-2.101	.043
	Kreativitas	.625	.074	.567	8.432	.000
	Inovasi Produk	.436	.065	.452	6.722	.000

Collinearity Diagnostics^a

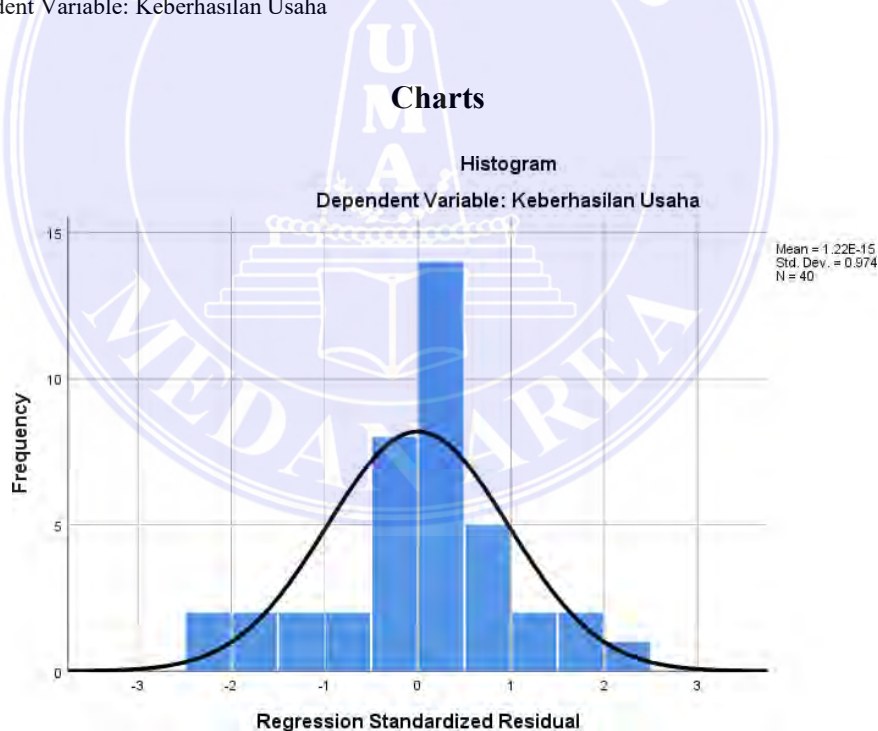
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kreativitas	Inovasi Produk
1	1	2.969	1.000	.00	.00	.00
	2	.024	11.138	.92	.04	.16
	3	.007	20.673	.08	.96	.84

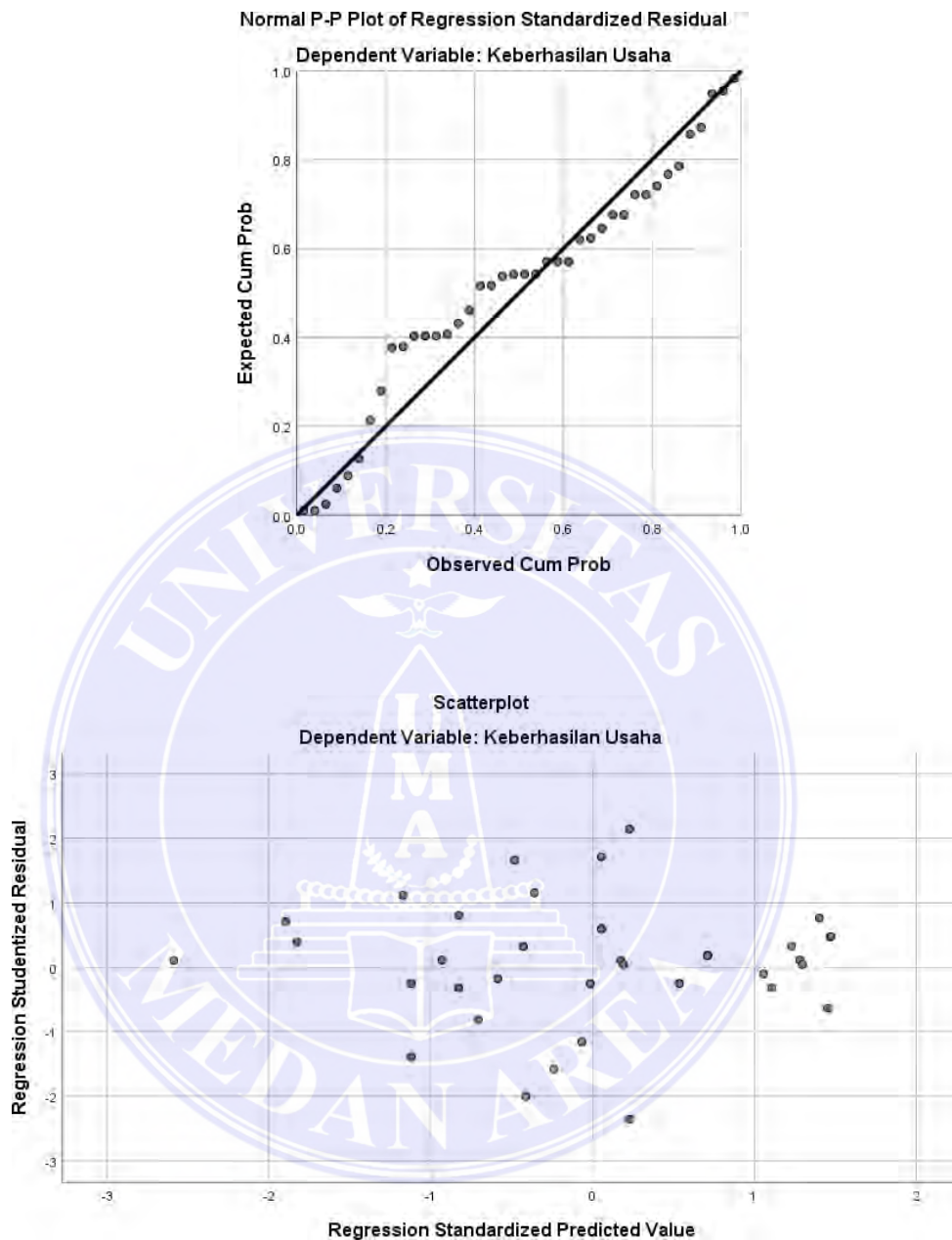
a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.9140	22.5879	17.2750	3.61481	40
Std. Predicted Value	-2.590	1.470	.000	1.000	40
Standard Error of Predicted Value	.144	.405	.238	.072	40
Adjusted Predicted Value	7.8925	22.6261	17.2691	3.62367	40
Residual	-2.09418	1.90582	.00000	.88240	40
Std. Residual	-2.312	2.104	.000	.974	40
Stud. Residual	-2.354	2.142	.003	.996	40
Deleted Residual	-2.17081	1.97556	.00594	.92303	40
Stud. Deleted Residual	-2.518	2.257	-.004	1.033	40
Mahal. Distance	.015	6.823	1.950	1.813	40
Cook's Distance	.000	.068	.015	.020	40
Centered Leverage Value	.000	.175	.050	.046	40

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha





Lampiran III Output Hasil Uji Statistika

Responden	Kreativitas (X1)						Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	
1	3	4	3	3	3	3	19
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	3	19
4	3	4	3	3	3	2	18
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	3	23
7	3	3	3	3	3	4	19
8	3	3	3	3	3	2	17
9	3	4	3	3	3	3	19
10	4	3	4	4	3	4	22
11	2	4	2	2	3	2	15
12	1	2	1	1	1	3	9
13	2	3	2	2	2	2	13
14	2	3	2	2	2	3	14
15	3	3	3	3	3	3	18
16	2	3	2	2	2	4	15
17	3	3	3	3	3	2	17
18	2	4	2	2	2	2	14
19	1	4	1	1	3	2	12
20	3	4	3	2	3	3	18
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	4	3	3	3	3	19
23	3	4	3	4	3	2	19
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	4	4	2	4	3	21
26	3	3	3	3	3	4	19
27	3	3	3	4	3	2	18
28	3	4	3	3	3	3	19
29	4	3	4	4	3	4	22
30	2	4	2	4	3	2	17
31	4	3	4	4	3	4	22
32	4	4	4	4	3	3	22
33	3	2	3	2	1	4	15
34	3	3	3	3	2	2	16
35	3	3	3	2	2	3	16
36	4	3	4	3	3	4	21
37	2	3	2	2	2	2	13
38	1	3	1	2	3	3	13
39	2	4	2	3	2	2	15
40	2	4	2	4	3	3	18

Responden	Inovasi Produk (X2)						Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	
1	4	3	4	4	3	4	22
2	3	3	3	3	3	3	18
3	2	3	4	4	3	2	18
4	4	3	2	3	2	4	18
5	3	4	3	4	4	3	21
6	4	4	4	3	3	4	22
7	2	3	3	2	4	2	16
8	2	3	4	4	2	2	17
9	4	3	4	4	3	4	22
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	2	3	2	2	3	15
12	1	1	2	1	3	1	9
13	3	2	3	4	2	3	17
14	2	2	3	2	3	2	14
15	3	3	3	4	3	3	19
16	2	2	3	2	4	2	15
17	3	3	3	2	2	3	16
18	2	2	2	4	2	2	14
19	2	1	3	1	2	2	11
20	4	3	4	4	3	4	22
21	3	3	3	3	3	3	18
22	2	3	4	4	3	2	18
23	4	3	2	3	2	4	18
24	3	4	3	4	4	3	21
25	4	4	4	3	3	4	22
26	2	3	3	2	4	2	16
27	2	3	4	4	2	2	17
28	4	3	4	4	3	4	22
29	4	4	4	4	4	4	24
30	3	2	3	2	2	3	15
31	3	4	3	4	4	3	21
32	4	4	4	3	3	4	22
33	2	3	3	2	4	2	16
34	2	3	4	4	2	2	17
35	4	3	4	4	3	4	22
36	4	4	4	4	4	4	24
37	3	2	3	2	2	3	15
38	1	1	2	1	3	1	9
39	3	2	3	4	2	3	17
40	2	2	3	2	3	2	14

Responden	Keberhasilan Usaha (Y)						Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	
1	3	3	3	4	3	4	20
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	2	3	2	16
4	3	3	2	4	3	4	19
5	4	4	4	3	4	3	22
6	4	4	3	4	4	4	23
7	3	3	4	2	3	2	17
8	3	3	2	2	3	2	15
9	3	3	3	4	3	4	20
10	4	3	4	4	4	4	23
11	2	3	2	3	2	3	15
12	1	1	3	1	1	1	8
13	2	2	2	3	2	3	14
14	2	2	3	2	2	2	13
15	3	3	3	3	3	3	18
16	2	2	4	2	2	2	14
17	3	3	2	3	3	3	17
18	2	2	2	2	2	2	12
19	1	3	2	2	1	2	11
20	2	3	3	4	3	4	19
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	2	3	2	16
23	4	3	2	4	3	4	20
24	4	4	4	3	4	3	22
25	2	4	3	4	4	4	21
26	3	3	4	2	3	2	17
27	4	3	2	2	3	2	16
28	3	3	3	4	3	4	20
29	4	3	4	4	4	4	23
30	4	3	2	3	2	3	17
31	4	3	4	3	4	3	21
32	4	3	3	4	4	4	22
33	2	1	4	2	3	2	14
34	3	2	2	2	3	2	14
35	2	2	3	4	3	4	18
36	3	3	4	4	4	4	22
37	2	2	2	3	2	3	14
38	2	3	3	1	1	1	11
39	3	2	2	3	2	3	15
40	4	3	3	2	2	2	16

Lampiran IV Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kualanaram No. 1 Medan, Sumatera Utara (061) 7366278, 7366284, 7366288, 7366780, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Seraya No. 704/91, Setia Badi No. 798 Medan, Telp. (061) 8225662, 8221994, Fax. (061) 8226231
Email : info@medanarea.ac.id web@medanarea.ac.id dekan@medanarea.ac.id

Nomor : 1640/FEB/01.1/IV/2022 20 April 2022
Lamp :
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Usaha Florist Di Kecamatan Medan Selayang

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

Nama : DIAN UTARI
N P M : 188320101
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Florist Di Kecamatan Medan Selayang**

Untuk diberi izin Research / Survey 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 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 Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni



Dr. Wansuryani, SE, M.Si

Tembusan :

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

Lampiran V Surat Balasan Izin Penelitian



ANYFLOWERS_BUKETBUNGAMEDAN
 Jl. Setia Budi Tj. Sari Pasar I Gg. Kelinci NO.5 Medan
 Telpon : 0821 8912 5196 e-mail : anyflowersbuketbungamedan@gmail.com

Medan, 17 Juni 2022

H a l : Selesai Melakukan Pengumpulan Data (Riset)

Kepada: Yth. Dekan Fakultas dan Bisnis Universitas Medan Area

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama	: Sri Amirah
Jabatan	: Pemilik Usaha (Owner)

Menindak lanjuti surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area No : 1640/FEB/01.1/IV/22 Tanggal 20 April 2022 Perihal Permohonan Melakukan Riset/Penelitian Tugas Akhir, guna memenuhi maksud surat tersebut dapat kami beritahukan bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan dan sekaligus mengijinkan Mahasiswi yang tersebut dibawah ini :

Nama	: Dian Utari
N P M	: 188320101
Program Studi	: Manajemen
Pendidikan	: Sarjana (S1)

Untuk melaksanakan pengumpulan data (Riset) pada usaha Florist Anyflowers_buketbungamedan yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi dengan judul **"PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA USAHA FLORIST DI KECAMATAN MEDAN SELAYANG"** dan telah selesai melaksanakan pengumpulan data (Riset)

Demikian surat ini diperbuat untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 17 Juni 2022
 Hormat kami



Buket Bunga Medan
 Sri Amirah @anyflower_buketbungamedan 0821 8912 5196