

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Pada kajian pustaka ini, penulis mengemukakan teori-teori yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan akan dijadikan landasan teoritis dalam melaksanakan penelitian. Dimulai dari pengertian secara umum sampai pada pengertian yang fokus mengenai Sumber Daya Manusia, Kreativitas, Inovasi, dan kinerja usaha. Sebelum menjelaskan ketiga peran tersebut, akan terlebih dahulu dijelaskan secara singkat mengenai definisi Manajemen dan Manajemen Sumber Daya Manusia.

2.1.1 Pengertian Manajemen

Manajemen adalah *skill* atau kemampuan dalam mempengaruhi orang lain agar mau melakukan sesuatu untuk kita. Manajemen memiliki kaitan yang sangat erat dengan leader atau pemimpin. Sebab pemimpin yang sebenarnya adalah seseorang yang mempunyai kemampuan untuk menjadikan orang lain lebih dihargai, sehingga orang lain akan melakukan segala keinginan sang leader. Berikut beberapa pengertian manajemen menurut para ahli :

Malayu S.P. Hasibuan (2014:2), Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai satu tujuan.

T. Hani Handoko (2014:10), Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan, menginterpretasikan, dan mencapai tujuan-tujuan

organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan personalia, pengarahan, kepemimpinan dan pengawasan.

Dikutip oleh Silalahi dari James A.F. Stoner (2014;136), mengemukakan bahwa Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa menurut penulis manajemen merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian suatu organisasi atau individu tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan secara efisien dan efektif.

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Manusia selalu berperan aktif dan dominan dalam setiap kegiatan organisasi karena manusia menjadi perencana, pelaku, terwujudnya tujuan organisasi perlu pengelolaan manusia yang disebut manajemen sumber daya manusia. Agar pengertian manajemen sumber daya manusia lebih jelas, penulis akan menjelaskan beberapa definisi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) menurut para ahli:

Henry Simamora (2014:3) mengemukakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia (human resources management) adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja.

T. Hani Handoko (2014:4) bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai titik tujuan-tujuan individu maupun organisasi.

Bohlarander dan Snell (2014:4) menyatakan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia adalah Ilmu yang mempelajari bagaimana memberdayakan karyawan dalam perusahaan, membuat pekerjaan, kelompok kerja, mengembangkan para karyawan yang mempunyai kemampuan, mengidentifikasi suatu pendekatan untuk dapat mengembangkan kinerja pegawai dan memberikan imbalan kepada mereka atas usahanya dan bekerja.

Hasibuan (2014:10) Manajemen sumber daya manusia yakni ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Dari definisi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan bagian dari manajemen keorganisasian yang menekankan pada unsur SDM dan sudah menjadi tugas manajemen sumber daya manusia untuk mengelola unsur manusia secara baik agar diperoleh tenaga kerja yang tepat sesuai pekerjaannya, sehingga mampu bekerja optimal demi tercapainya tujuan perusahaan atau organisasi.

2.1.1.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Ada beberapa fungsi dari manajemen sumber daya manusia yang bisa kita cermati Menurut Hasibuan (2014:21) diantaranya adalah:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan SDM (*human resources planing*) adalah perencanaan tenaga kerja secara efektif serta efisien agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tujuan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian. Program kepegawaian meliputi pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, pengadaan, pengembangan,

kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan, kedisiplinan dan pemberhentian pegawai. Program kepegawaian yang baik akan membantu tercapainya tujuan perusahaan, pegawai dan masyarakat.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasi semua pegawai dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi dan koordinasi dalam bagan organisasi (*organization chart*). Organisasi hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dengan organisasi yang baik akan membantu terwujudnya tujuan secara efektif.

3. Pengarahan (*directing*)

Pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua pegawai, agar mau bekerja sama dan bekerja efektif dan efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, pegawai dan masyarakat. Pengarahan dilakukan pimpinan dengan menugaskan bawahan agar mengerjakan semua tugasnya dengan baik.

4. Pengendalian (*controlling*)

Pengendalian adalah kegiatan pengendalian semua pegawai agar mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana. Apabila terdapat penyimpangan atau kesalahan, diadakan tindakan perbaikan dan penyempurnaan rencana. Pengendalian pegawai meliputi kehadiran, kedisiplinan, perilaku, kerja sama, pelaksanaan pekerjaan dan menjaga situasi lingkungan pekerjaan.

5. Pengadaan (*Procurement*)

Pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan pegawai yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.

6. Pengembangan (*Development*)

Pengembangan adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual dan moral pegawai melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pekerjaan masa kini maupun masa depan.

7. Kompensasi (*Compensation*)

Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung (*direct*) dan tidak langsung (*indirect*), uang atau barang kepada pegawai sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan. Prinsip kompensasi adalah adil dan layak. Adil diartikan sesuai dengan prestasi kerjanya, layak diartikan dapat memenuhi kebutuhan primernya serta berpedoman pada batas upah minimum pemerintah dan berdasarkan internal dan eksternal konsistensi.

8. Pengintegrasian (*Integration*)

Pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan pegawai, agar tercipta kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan. Perusahaan memperoleh laba, pegawai dapat memenuhi kebutuhan dari hasil pekerjaannya. Pengintegrasian merupakan hal yang penting dan sulit dalam Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), karena mempersatukan dua kepentingan yang bertolak belakang.

9. Pemeliharaan (*Maintenance*)

Pemeliharaan adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas pegawai, agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan kebutuhan sebagian besar pegawai serta berpedoman kepada internal dan eksternal konsistensi.

10. Kedisiplinan (*Discipline*)

Kedisiplinan merupakan fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit terwujud tujuan yang maksimal. Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma sosial.

11. Pemberhentian (*Separation*)

Pemberhentian adalah putusnya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan. Pemberhentian ini disebabkan oleh keinginan pegawai, keinginan perusahaan, kontrak kerja berakhir, pensiun, dan sebab-sebab lainnya.

2.1.1.3. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Tujuan manajemen sumber daya manusia adalah memperbaiki kontribusi produktif orang-orang atau tenaga kerja terhadap organisasi atau perusahaan dengan cara yang bertanggungjawab secara strategis, etis dan sosial. Para manajer dan departemen sumber daya manusia mencapai maksud mereka dengan memenuhi tujuannya.

Tujuan manajemen sumber daya manusia tidak hanya mencerminkan kehendak manajemen senior, tetapi juga harus menyeimbangkan tantangan organisasi, fungsi sumber daya manusia dan orang-orang terpengaruh. Kegagalan melakukan tugas itu dapat merusak kinerja, produktifitas, laba, bahkan kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan. Adapun tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia sebagai berikut :

1. Tujuan Sosial

Tujuan sosial manajemen sumber daya manusia adalah agar organisasi atau perusahaan bertanggungjawab secara sosial dan etis terhadap keutuhan dan tantangan masyarakat dengan meminimalkan dampak negatifnya.

2. Tujuan Organisasional

Tujuan organisasional adalah sasaran formal yang dibuat untuk membantu organisasi mencapai tujuannya.

3. Tujuan Fungsional

Tujuan fungsional adalah tujuan untuk mempertahankan kontribusi departemen sumber daya manusia pada tingkat yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

4. Tujuan Individual

Tujuan individual adalah tujuan pribadi dari tiap anggota organisasi atau perusahaan yang hendak mencapai melalui aktivitasnya dalam organisasi.

2.1.2 Pengertian Kinerja

Kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode (Mulyadi, 2015 dalam Widia & Agus, 2018. Menurut (Mulyadi, 2015:328 dalam Nugrahayu dan Retnani, 2015), kinerja perusahaan sebagai keberhasilan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan. Kinerja perusahaan diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meraih tujuannya melalui pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif dan menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan mencapai hasilnya setelah dibandingkan dengan kinerja terdahulu

previous performance dan kinerja organisasi lain *benchmarking*, serta sampai seberapa jauh meraih tujuan dan target yang telah ditetapkan (Moeheriono 2014) Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategic planning*) suatu organisasi (Moeheriono, 2014).

Dari berbagai definisi kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan *performance* atau penampilan atau hasil kerja seseorang maupun organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan serta dapat diukur dengan standar yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

2.1.2.1 Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja merupakan pendekatan sistematis dan terintegrasi untuk memperbaiki kinerja organisasi dalam rangka mencapai tujuan strategi organisasi dan mewujudkan visi dan misinya (Moeheriono 2014). Pengukuran kinerja adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena merupakan usaha memetakan strategi ke dalam tindakan pencapaian target tertentu (Giri, 1998). Sistem pengukuran kinerja dapat dijadikan sebagai alat pengendalian organisasi, karena pengukuran kinerja diperkuat dengan menetapkan *reward* dan *punishment system* (Ulum, 2009).

Menurut (Moeheriono, 2014), pada dasarnya ukuran kinerja yang baik mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. Berhubungan dengan tujuan perusahaan

2. Mempunyai perhatian yang seimbang antara jangka pendek dan jangka panjang
3. Menggambarkan aktivitas kunci manajemen
4. Dipengaruhi oleh tindakan karyawan
5. Siap dipahami oleh karyawan
6. Digunakan dalam evaluasi dan bermanfaat bagi karyawan
7. Bertujuan logis dan merupakan pengukuran yang mudah
8. Digunakan konsisten dan teratur

Pengukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui tinggi rendahnya kinerja seseorang atau organisasi. Pengukuran kinerja ini merupakan hal yang penting untuk dilakukan karena hasil pengukuran suatu kinerja berpengaruh pada pengambilan keputusan dan kebijakan manajemen terkait dengan pencapaian visi dan misi organisasi atau perusahaan. Hasil pengukuran kinerja juga memberikan informasi atas pencapaian atau prestasi perusahaan dalam menjalankan strategi perusahaan. Apabila dari hasil pengukuran kinerja tersebut perusahaan mengalami kendala dalam menjalankan strategi yang ditetapkan perusahaan sebelumnya, perusahaan dapat memperbaiki berbagai sisi dari kinerja perusahaan yang diukur.

2.1.2.2 Tujuan Pengukuran Kinerja Usaha

Tujuan pengukuran kinerja perusahaan menurut Moehariono (2014) adalah sebagai berikut:

- a. Untuk memastikan pemahaman para pelaksana dan ukuran yang digunakan untuk pencapaian prestasi
- b. Memastikan tercapainya skema prestasi yang disepakati

- c. Untuk memonitor dan mengevaluasi kinerja dengan perbandingan antara skema kerja dan pelaksanaannya
- d. Untuk memberikan penghargaan maupun hukuman yang obyektif atas prestasi pelaksanaan yang telah diukur, sesuai dengan metode pengukuran yang telah disepakati
- e. Menjadikannya sebagai alat komunikasi antara bawahan dan pimpinan dalam upaya memperbaiki kinerja perusahaan
- f. Mengidentifikasi apakah kepuasan pelanggan sudah terpenuhi
- g. Membantu proses kegiatan perusahaan
- h. Untuk memastikan bahwa pengambilan keputusan telah dilakukan secara obyektif
- i. Menunjukkan peningkatan yang perlu dilakukan
- j. Mengungkapkan permasalahan yang terjadi

Manfaat pengukuran kinerja bagi suatu kinerja usaha bermanfaat seperti yang akan di kemukakan adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan valid tentang perilaku dan kinerja anggota organisasi (Mulyadi, 2015:227)

Manfaat pengukuran kinerja menurut (Mulyadi, 2015) adalah sebagai berikut:

- a. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara maksimum.
- b. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan seperti promosi, pemberhentian dan mutasi.
- c. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan dan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan.

- d. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka.
- e. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan.

Dalam pengukuran kinerja, diperlukan alat ukur yang tepat untuk mengukur kinerja. Sistem pengukuran kinerja yang efektif adalah sistem pengukuran yang dapat memudahkan manajemen untuk melaksanakan proses pengendalian dan memotivasi manajemen untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Usaha

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha menurut Rucky Ahmad (2014) diantaranya yaitu:

1. Teknologi yang meliputi peralatan kerja dan metode kerja yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi. Semakin berkualitas teknologi yang digunakan, maka akan semakin tinggi tingkat kinerja organisasi tersebut.
2. Kualitas input atau material yang digunakan oleh organisasi
3. Kualitas lingkungan fisik yang meliputi keselamatan kerja, penataan ruangan dan kebersihan
4. Budaya organisasi sebagai pola tingkah laku dan pola kerja yang ada dalam organisasi yang bersangkutan.
5. Kepemimpinan sebagai upaya untuk mengendalikan anggota organisasi agar bekerja sesuai dengan standar dan tujuan organisasi.
6. Pengelolaan sumber daya manusia yang meliputi aspek kompensasi imbalan, promosi dan lainnya.

2.1.2.4 Dimensi Kinerja Usaha

Pada hakikatnya, indikator merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menjelaskan dan memahami mengenai hasil suatu aktivitas kegiatan penentuan Indikator Kinerja Utama (IKU) merupakan bagian yang sangat penting dalam merancang system pengukuran kinerja pada IKU disajikan serangkaian ukuran yang lebih fokus pada aspek-aspek kinerja organisasi serta lebih mementingkan tentang keberhasilan organisasi pada saat ini dan waktu yang akan datang, pada organisasi yang beorientasi pada *Profit* (organisasi bisnis) dan *non profit* (nirlaba/organisasi sosial), Moeheriono (2014:41-42).

Pengukuran kinerja dengan mempertimbangkan empat aspek atau perspektif, yaitu perspektif keuangan, konsumen, proses bisnis internal, dan proses belajar dan berkembang menurut Moeheriono (2014 41- 42) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Persepektif Keuangan, pengukuran kinerja keuangan mengarah kepada perbaikan, perencanaan, implementasi, dan pelaksanaan strategis. Menurut Moeheriono (2014:41-42), sasaran keuangan berbeda pada tiap tahap dari siklus kehidupan bisnis. Tahapan tersebut terdiri dari tahap pertumbuhan, tahap bertahan, dan tahap panenb.
- b. Perspektif Pelanggan, untuk memuaskan pelanggan, perusahaan perlu menciptakan dan menyajikan suatu produk dan jasa yang bernilai lebih bagi konsumen. Untuk mengukur perspektif konsumen/pelanggan digunakan dua cara:
 1. kelompok pengukuran inti yakni mengukur tingkat kepuasan, loyalitas, keterikatan, akuisisi konsumen dari pasar yang ditargetkan dan

profitabilitas pelanggan atau tingkat keuntungan yang diperoleh dari target pasar yang dilayani.

2. Preposisi nilai pelanggan merupakan kinerja pemicu yang menyangkut apa yang harus disajikan perusahaan untuk mencapai tingkat kepuasan, loyalitas, retensi, dan akuisisi konsumen tinggi.
- c. Perspektif Proses Bisnis Internal Proses ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu inovasi, operasi, dan layanan purnajual.
1. Inovasi, merupakan tahap penelitian dan pengembangan produk. Inovasi diukur berdasarkan kriteria sebagai berikut:
 - a. Banyaknya produk-produk baru yang dihasilkan
 - b. Besarnya penjualan produk-produk baru
 - c. Lamanya waktu pengembangan dan menjual produk-produk baru jika dibandingkan dengan pesaing
 - d. Besarnya biaya produk-produk baru.
 - e. Frekuensi selama proses pengembangan produk-produk baru
 2. Operasi, merupakan tahapan untuk memenuhi keinginan pelanggan dan transaksi jual beli dengan pelanggan. Diukur dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Tingkat kerusakan produk prapenjualan
 - b. Banyaknya bahan baku yang terbuang sia-sia
 - c. Adanya pengerjaan ulang produk karena kerusakan
 - d. Banyaknya permintaan pelanggan tidak terpenuhi
 - e. Penyimpangan biaya produksi dari anggaran yang sebenarnya.

3. Layanan Purnajual, merupakan layanan transaksi jual beli produk/jasa seperti layanan pemeliharaan produk, penggantian suku cadang, perbaikan kerusakan, dan sebagainya. Layanan purnajual dapat diukur dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jangka waktu untuk memenuhi permintaan pemeliharaan produk
 - b. Perbaikan kerusakan atau penggantian suku cadang pelanggan
 - c. kecepatan pelayanan dan banyaknya pelanggan yang dilayani
 - d. Jangka waktu perolehan pembayaran bagi pelanggan yang mencicil
 - e. Kadar limbah berbau/beracun.
- d. Perspektif Proses belajar dan Berkembang. Kinerja ini bertujuan mendorong pembelajaran dan pertumbuhan organisasi, yang dapat diukur melalui kriteria sebagai berikut:
 1. kemampuan pegawai mencakup tingkat kepuasan pegawai, tingkat perputaran pegawai, besarnya pendapatan perusahaan per pegawai, nilai tambah pegawai, dan tingkat pengembalian balas jasa.
 2. kemampuan sistem informasi meliputi, ketersediaan informasi yang dibutuhkan, tingkat ketepatan informasi yang tersedia, dan jangka waktu perolehan informasi.
 3. Motivasi, pemberdayaan dan keserasian individu perusahaan. Tolok ukurnya, jumlah saran pegawai, jumlah saran yang direalisasikan, jumlah saran yang berhasil guna, dan jumlah pegawai yang tahu visi, misi, dan tujuan perusahaan.

2.1.3 Pengertian Inovasi

Menurut KBBI, inovasi adalah penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya (gagasan, metode, atau alat) (<http://kbbi.web.id/>).

Inovasi memerlukan pencarian kesempatan baru, Wiratmo (2014 : 36). Hal ini berarti perbaikan barang dan jasa yang ada atau menciptakan barang dan jasa yang baru. Inovasi juga merupakan kemampuan mengkombinasikan unsur-unsur produksi yang ada dengan cara baru dan lebih baik.

Kata inovasi menunjukkan “proses” dan “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan. Suatu inovasi dapat bersifat baru bagi individu atau perusahaan, baru bagi pasar, bagi negara atau daerah dan bagi dunia, Farisi (2014:39).

Menurut Suryana (2014:54), inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi merupakan timbulnya sesuatu hal yang baru, misalnya berupa sebuah ide baru, sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi dan usaha.

Soleh (2014:74) mengklasifikasikan inovasi menjadi beberapa tipe, antara lain : *administrative innovation, technical innovation, product innovation, process innovation, market innovation, incremental innovation*. Berdasarkan beberapa teori inovasi di atas, secara singkat inovasi adalah kemampuan

menerapkan ide-ide baru (ide kreatif) terhadap peluang yang ada untuk memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki.

Inovasi juga merupakan salah satu karakteristik yang harus dimiliki oleh setiap entrepreneur atau wirausaha. Wirausaha yang inovatif adalah wirausaha yang mampu menunjukkan ia mampu menciptakan hal-hal baru untuk terus berkembang. Seorang wirausaha yang inovatif, dapat terlihat dari kemampuan yang dimiliki untuk mengimplementasikan setiap ide-ide kreatif yang ia pikirkan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa pengimplementasian ide-ide kreatif untuk menciptakan peluang disebut inovasi.

2.1.3.1 Dimensi dan Indikator Inovasi

Dalam penelitian ini, dimensi inovasi yang akan digunakan adalah *product innovation* (inovasi produk), *process innovation* (inovasi proses), *market innovation* (inovasi pasar), Soleh (2014:74). Setiap dimensi inovasi yang digunakan terdapat beberapa indikator yang akan memperjelas dimensi tersebut. Berdasarkan penelitian ini indikator yang akan digunakan untuk dimensi-dimensi inovasi adalah sebagai berikut:

1. Inovasi produk
 - a. variasi jenis produk
 - b. variasi bentuk produk
 - c. variasi ukuran/berat/kemasan produk
 - d. variasi harga produk
2. Inovasi proses

- a. perbaikan alat produksi yang telah ada
 - b. pemanfaatan alat atau teknologi baru
3. Inovasi pasar
- a. penambahan toko baru
 - b. perluasan segmen pasar

2.1.4 Pengertian Kreativitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta (daya cipta) (<http://kbbi.web.id>). Manusia memiliki daya pikir untuk menghasilkan gagasan atau ide yang tidak terbatas ragam dan jumlahnya. Daya cipta atau kreativitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan baru atau hubungan baru antara gagasan yang sudah ada. Dari sudut pandang keilmuan, hasil dari pemikiran berdayacipta (*creative thinking*) biasanya dianggap memiliki keaslian dan kepantasan. Sebagai alternatif, konsepsi sehari-hari dari daya cipta adalah tindakan membuat sesuatu yang baru (<http://id.wikipedia.org>).

Setiap orang dapat menciptakan ide, namun tidak semuanya dapat meneruskan dalam perencanaan yang baik hingga terwujud menjadi sebuah karya yang nyata. Mereka yang berhasil mewujudkan ide-ide tersebut hanyalah yang memiliki sikap kreatif. Seseorang dikatakan kreatif jika dia mampu membuktikan dirinya sebagai orang yang memang banyak menghasilkan karya yang relatif baru.

Hadiyati (2014:33) menyatakan bahwa atribut orang kreatif adalah memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dalam masalah, orisinal dan suka berimajinasi.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2015:36) kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang.

Adapun menurut Baldacchino dalam Hadiyati (2014:95) kemampuan kreatif seorang wirausaha yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Berdasarkan beberapa teori kreativitas di atas, secara singkat kreativitas adalah kemampuan berpikir yang dimiliki oleh setiap orang untuk menemukan hal-hal yang baru.

2.1.4.1 Dimensi dan Indikator Kreativitas

Dalam penelitian ini dimensi kreativitas berdasarkan yang digunakan oleh Hadiyati (2014:33) yaitu memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dalam masalah, orisinal dan suka berimajinasi. Setiap dimensi kreativitas yang digunakan terdapat beberapa indikator yang akan memperjelas dimensi tersebut. Berdasarkan penelitian Hadiyati (2014), indikator yang digunakan untuk dimensi-dimensi kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Ingin Tahu
 - a. Keingintahuan mencoba produk baru
 - b. Keinginan mencari informasi yang bermanfaat
2. Optimis
 - a. Rasa optimis terhadap produk yang ditawarkan
 - b. Rasa optimis terhadap kemampuan
3. Fleksibel
 - a. Tingkat adaptasi terhadap perubahan

- b. Menerima terhadap masukan dari luar
- 4. Mencari Solusi
 - a. Mencari solusi dalam memecahkan masalah
 - b. Solusi terbaik yang diterapkan
- 5. Berimajinasi
 - a. Tingkat imajinasi untuk memajukan usaha
 - b. Sering menggunakan imajinasi
- 6. Berani Beresiko
 - a. Senang terhadap tantangan
 - b. Menerima kemungkinan terjadi kegagalan

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Rogers Mwesigwa. 2014. <i>Job Resources, Employees' Creativity And Firm Performance Of Commercial Banks In Uganda</i> . International Journal of Economics, Commerce and Management United Kingdom Vol. II, Issue 9, Sep 2014 Licensed under Creative Commons Page 1.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 29% dari variable kinerja bank komersial dipengaruhi oleh sumber daya pekerjaan dan kreativitas karyawan	Sumber Daya Manusia, Kreativitas Karyawan, dan Kinerja Perusahaan	Penelitian ini berfokus pada sumber daya manusia dan kreativitas karyawan, konsep yang kurang dikenal dengan baik dan hanya dipahami sebagai aspek kemanusiaan dan tidak dipandang sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja bank komersial di Uganda.	Penelitian ini menggunakan variable kreatifitas dan variabel SDM

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
	http://ijecm.co.uk / ISSN 2348 0386				
2	Ghodratollah, Mahdi, Ahmad and Reza. 2013. <i>Analysis The Effect Of Individual Creativity On The Employees Engagement At Work (Case Study: Agriculture Organization Of QOM)</i> . International Journal of Accounting Research Vol. 1, No.2, 2013	Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa setiap komponen kreativitas karyawan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keterlibatan karyawan di tempat kerja dan efek dari masing-masing komponen berbeda.	SDM, toleransi intuisi pola pikir pencarian dan pengembangan ide evaluasi ide perbandingan ide trend kedepan	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh komponen kreativitas pada Keterlibatan karyawan di tempat kerja di Kantor pusat Balai Pertanian wilayah Qom.	Dengan menggunakan metode korelasi, regresi berganda, uji Pearson, dan Tes Freidman hasil penujian hipotesis menunjukkan pada tingkat kepercayaan 95% semua variable bebas memperngaruhi variable terikat sesuai dengan hipotesis
3	M. Mohd Rosli and Syamsuriana Sidek. 2013. <i>The Impact Of Innovation On The Performance Of Small And Medium Manufacturing Enterprises: Evidence From Malaysia</i> . IBIMA Publishing Journal of Innovation anagement in Small & Medium Enterprise. http://www.ibimublishing.com/	Hasil penelitian menunjukan hipotesis inovasi produk inovasi dan inovasi proses mempengaruhi kinerja perusahaan secara signifikan, diterima	Pendidikan pengusaha, Pengalaman pengusaha, Umur perusahaan, Jumlah SDM, Inovasi produk, Inovasi proses, Inovasi pasar, Kinerja usaha	Selain menghubungkan dengan teori yang ada mengenai pentingnya inovasi dalam mempengaruhi kinerja perusahaan, penelitian ini juga menunjukan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan	Studi lebih lanjut harus melihat bagaimana pelaku UKM dapat menghitung marginal biaya dan menginal revenue dari inovasi dan pengusaha UKM dapat menentukan jenis inoasi yang sesuai dengan usaha mereka

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
	journals/JIMSM E/jimsme.html Vol. 2013 (2013), Article ID 885666, 16 pages. DOI: 10.5171/2013.88 5666				
4	Arif Syaifudin. 2017. <i>The Impact of Creativity and Innovation on Increasing Micro Enterprise Income PKL Gading Fajar Sidoarjo.</i> International Journal of Entrepreneurship and Business Development Volume 1 Number 1 2017 ISSN : 2597- 4785 (ONLINE) ISSN : 2597- 4750 (PRINTED)	Hasilnya adalah sebagai berikut: pertama, variabel memengaruhi kreativitas dan inovasi secara bersamaan terhadap kewirausahaan. Kedua, variabel kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap kewirausahaan. Ketiga, variabel inovasi secara parsial berpengaruh terhadap kewirausahaan. Keempat, variabel inovasi memiliki dampak paling besar terhadap kewirausahaan.	Kreatifitas, Inovasi Kewirausaha an dan UKM	Tujuan penelitian ini pertama-tama untuk mengidentifik asi dan menganalisis variabel yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi secara simultan terhadap kewirausahaan . Kedua, untuk mengidentifik asi dan menganalisis variabel yang mempengaruhi kreativitas secara parsial terhadap kewirausahaan . Ketiga, untuk mengidentifik asi dan menganalisis pengaruh parsial variabel inovasi terhadap kewirausahaan . Keempat, mengidentifik asi dan menganalisis pengaruh dominan antara kreativitas dan inovasi kewirausahaan	Inti dari kewirausaha an adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif untuk menciptakan peluang.

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
5	Widiya dan Agus. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam <i>Malang Creative Fusion</i>). JIBEKA Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia ISSN 2620-875X (Online) ISSN 0126-1258 (Print) http://jurnal.stie.asia.ac.id 30 JIBEKA Hal. 30-47	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. 2. Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk. 3. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. 4. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. 5. Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. 6. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri kreatif	1. Orientasi Pasar 2. Inovasi Produk 3. Kreativitas Produk 4. Keunggulan Bersaing Kinerja Industri	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan kreativitas produk terhadap inovasi produk, pengaruh orientasi pasar, inovasi dan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing, dan pengaruh kreativitas produk terhadap kinerja industri. Penelitian ini merupakan field research pada para pelaku industri kreatif di kota Malang, khususnya yang tergabung dalam <i>Malang Creative Fusion (MCF)</i> .	orientasi pasar, inovasi dan kreativitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selain itu, keunggulan bersaing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri. Implikasi manajerial hasil penelitian ini adalah bahwa untuk mencapai kinerja industri yang tinggi, seharusnya industri kreatif meningkatkan orientasi pasar, inovasi dan kreativitas produk. Apaun cara meningkatkan orientasi pasar, inovasi dan kreativitas produk, industri kreatif seharusnya berorientasi pada apa yang diinginkan

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
					pelanggan
6	Elwisam, Rahayu Lestari. 2019. Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.4, No.2, Juni 2019: 277 - 286 P-ISSN 2527-7502 E-ISSN 2581-2165	Orientasi pasar memiliki peran yang negatif terhadap pengembangan usaha, sementara strategi pemasaran, inovasi produk kreatif, dan pengembangan usaha memiliki peran positif terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat dibuat adalah sebagai berikut : (1) menyatakan inovasi produk kreatif yang dilakukan para UMKM berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha. (2) menyatakan orientasi pasar yang dilakukan para UMKM tidak berpengaruh terhadap pengembangan usaha. (3) Menyatakan strategi pemasaran yang dilakukan para UMKM berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha. (4) Menyatakan pengembangan	Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif Orientasi Pasar Kinerja Pemasaran	Penelitian ini membahas masalah yang berkaitan dengan kinerja pemasaran pengusaha mikro dan kecil di Tangerang Selatan - Banten. Data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk kreatif, orientasi pasar, dan strategi pemasaran memiliki efek positif pada kinerja pemasaran. Selain itu, pengembangan bisnis juga terbukti berpengaruh pada kinerja pemasaran.

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
		usaha yang dilakukan para UMKM berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.			
7	Windi Astuti Dan Murwatingsih . 2016. Pengaruh Kemampuan Manajemen Dan Karakteristik Usaha Terhadap Kinerja Usaha UKM Olahan Produk Salak Di Kabupaten Banjarnegara. Management Analysis Journal 5 (2) (2016)	Faktor-faktor yang dapat menunjang kinerja usaha UKM olahan produk salak di Kabupaten Banjarnegara.	kemampuan manajemen dan karakteristik usaha	Menggunakan penelitian kuantitatif Membahas pengaruh kemampuan manajemen dan karakteristik usaha terhadap kinerja usaha	Penelitian terdahulu hanya membahas pengaruh variable inovasi terhadap kinerja usaha
8	Titik Inayati. 2018. Strategi Manajemen SDM, Orientasi Pasar, Dan Kinerja UKM. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Volume 14, Nomor 2, September 2018, 120-131	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut pada UKM sepatu kulit di Mojokerto: (1) strategic human resource management memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi, (2) orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan inovasi, (3) inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja	orientasi pasar, Kinerja usaha inovasi	Penelitian menggunakan data primer dan sekunder dengan metode kuantitatif deskriptif. Analisis menggunakan uji Anova. Populasi penelitian seluruh UKM sepatu kulit di Mojokerto dengan ukuran sampel 34 UKM produk sepatu di Mojokerto, Provinsi Jawa Timur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa SHRM dan orientasi pasar memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja usaha dengan inovasi sebagai variabel intervening. Variabel intervening inovasi bukan satu-satunya pemediasi hubungan SHRM dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha,

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
		<p>usaha, (4) strategic human resource management memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha, (5) orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, dan (6) strategic human resource management dan orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan inovasi sebagai variabel intervening. Variabel intervening inovasi berbentuk partial mediation atau bukan satu-satunya pemediasi hubungan strategic human resource management dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha namun terdapat faktor pemediasi lain.</p>			<p>terdapat faktor variabel pemediasi lainnya.</p>
9	<p>Louis dan Jerrey. 2017. Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Dengan</p>	<p>Penelitian ini membahas mengenai variabel orientasi kewirausahaan yang digunakan</p>	<p>kreativitas, kinerja usaha dan orientasi kewirausahaan</p>	<p>Menggunakan penelitian kuantitatif Membahas pengaruh kreatifitas</p>	<p>Variabel orientasi kewirausahaan tidak dapat dijadikan variabel</p>

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
	<p>Orientasi Kewirausahaan Sebagai Mediasi Pada Wirausaha Di ITC Cempaka Mas. Conference on Management and Behavioral Studie. Universitas Tarumanagara. Jakarta, 12Oktober 2017. ISSN NO: 2541-3406. e-ISSN NO: 2541-285X</p>	<p>sebagai variabel mediasi untuk memberikan pengaruh lebih baik terhadap kinerja usaha.</p>		<p>terhadap kinerja usaha dengan Orientasi Kewirausahaan sebagai variable mediasi</p>	<p>mediasi dan juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa selama ini masih banyak wirausahawan yang berpendapat bahwa cukup dengan membuat kreativitas dapat meningkatkan kinerja usaha. Kreativitas tersebut dapat berupa ide, inovasi design baru dalam memanfaatkan peluang bisnis untuk meningkatkan kinerja usaha.</p>
10	<p>Jihanti Dama, Imelda. 2018. Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado. Jurnal EMBA Vol.6 No.1 Januari 2018,</p>	<p>1. Inovasi dan Kreatifitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado 2. Inovasi secara</p>	<p>Inovasi Kreatifitas Kinerja Karyawan</p>	<p>Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Kreatifitas secara</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Karyawan Bank Mandiri</p>

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
	Hal.41-50	parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado. 3. Kreatifitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan PT Bank Mandiri Kanwil Manado.		simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado	
11	Ane Kurniawati.2018. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Keuangan. Jurnal Ekonomi Manajemen. Volume 4 Nomor 1 (Mei 2018) 38-46. http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem ISSN 2477-2275 (Print)	Jiwa Kewirausahaan Pada Perusahaan Manufaktur Menengah Kota Tasikmalaya atas termasuk kategori baik. Hubungan jiwa kewirausahaan dengan kreativitas pada Perusahaan Manufaktur Menengah Kota Tasikmalaya yaitu sangat kuat	Jiwa Kewirausahaan, Kreativitas dan Kinerja Keuangan	Alat analisis yang digunakan adalah uji <i>path analysis</i> . Hasil penelitian ini menunjukkan (1) Jiwa Kewirausahaan, Kreativitas dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Menengah Kota Tasikmalaya kriteria baik, (2) Jiwa Kewirausahaan berpengaruh signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Menengah Kota Tasikmalaya, (3) Kreativitas berpengaruh signifikan	

No	Penulis, Judul dan Nama Jurnal	Hasil	Variabel	Persamaan	Perbedaan
				Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Menengah Kota Tasikmalaya, (4) Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas berpengaruh signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Menengah Kota Tasikmalaya	
12	Adijati Utaminingsih. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN. Vol. 31 No. 2 Juli 2016	variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kinerja pemasaran pada Industri Kecil Menengah Kerajinan Rotan Desa Teluk Wetan Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara adalah orientasi pasar, sedangkan variabel yang berpengaruh paling kecil adalah kreativitas strategi pemasaran	kinerja pemasaran, variabel orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran.	Temuan penelitian mengungkapkan bahwa orientasi pasar, inovatif dan kreativitas pemasaran strategis berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kecil menengah <i>rattan handycraft</i> di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara	

Berdasarkan Tabel 2.1 posisi penelitian terdahulu, dapat dilihat bahwa telah banyak penelitian yang dilakukan untuk meneliti tentang kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja usaha dan selain itu terdapat beberapa variable

lain seperti variable tenaga kerja, orientasi pasar, jiwa kewirausahaan, kepemimpinan dan lain sebagainya.

Perbedaannya pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan variable yang digunakan variabel kreativitas dan inovasi sebagai variabel bebas dan kinerja usaha sebagai variabel terikat dimana penulis melakukan penelitian terhadap pengrajin sepatu kulit di Sukaregang Kabupaten Garut.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran yang disintesis dengan obserasi dan telaah pustakaan. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan dari beberapa konsep tersebut. Berdasarkan tabel penelitian terdahulu diatas, dapat dilihat bahwa telah banyak peneliti yang dilakukan untuk meneliti tentang Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha. Sesuai dengan yang telah dikemukakan sebelumnya dari penelitian terdahulu, maka pembahasan selanjutnya adalah tentang keterkaitan antar variabel.

2.3.1 Pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta daya cipta. Manusia memiliki daya piker untuk menghasilkan gagasan atau ide yang tidak terbatas ragam dan jumlahnya. Daya cipta atau kreativitas adalah proses mental yang melibatkan pemunculan gagasan baru atau hubungan baru antara gagasan yang sudah ada. Dari sudut pandang keilmuan, hasil dari pemikiran berdayacipta (*creative thinking*) biasanya dianggap memiliki keaslian dan kepantasan. Sebagai alternatif, konsepsi sehari-hari dari daya cipta adalah tindakan membuat sesuatu

yang baru . Setiap orang dapat menciptakan ide, namun tidak semuanya dapat meneruskan dalam perencanaan yang baik hingga terwujud menjadi sebuah karya yang nyata. Mereka yang berhasil mewujudkan ide-ide tersebut hanyalah yang memiliki sikap kreatif. Seseorang dikatakan kreatif jika dia mampu membuktikan dirinya sebagai orang yang memang banyak menghasilkan karya yang relatif baru.

Seorang Ahli Hadiyati (2014:33) menyatakan bahwa atribut orang kreatif adalah memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dalam masalah, orisinil dan suka berimajinasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lis dan Jery pada tahun (2017) terdapat pengaruh yang signifikan kreativitas terhadap kinerja usaha. Kemudian Ane Kurniawati Pada tahun (2018) Bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

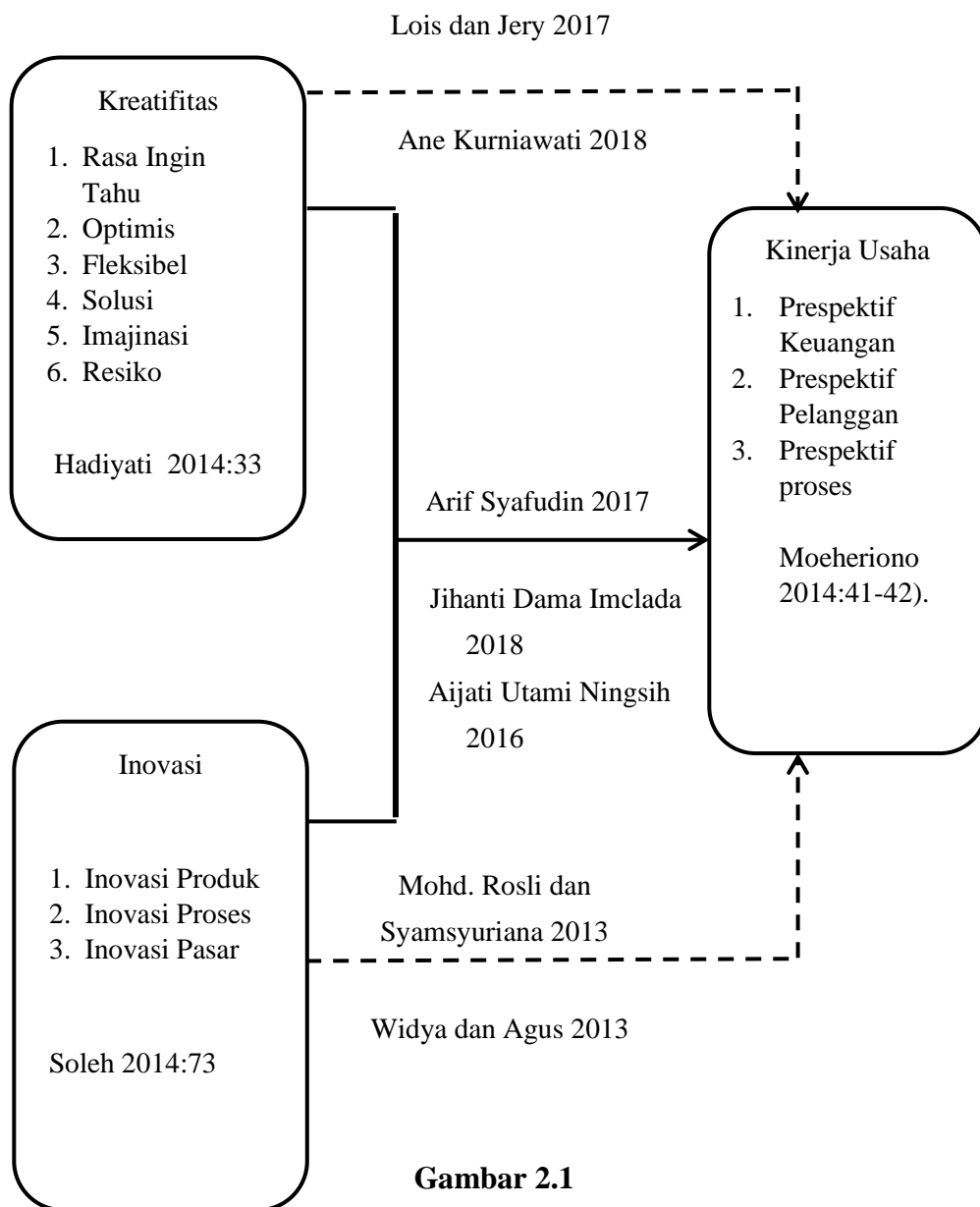
2.3.2 Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha

Inovasi juga merupakan salah satu karakteristik yang harus dimiliki oleh setiap entrepreneur atau wirausaha. Wirausaha yang inovatif adalah wirausaha yang mampu menunjukkan ia mampu menciptakan hal-hal baru untuk terus berkembang. Seorang wirausaha yang inovatif, dapat terlihat dari kemampuan yang dimiliki untuk mengimplementasikan setiap ide-ide kreatif yang ia pikirkan. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa pengimplementasian ide-ide kreatif untuk menciptakan peluang disebut inovasi.

Soleh (2014:74) mengklasifikasikan inovasi menjadi beberapa tipe, antara lain : *administrative innovation, technical innovation, product innovation, process innovation, market innovation, incremental innovation*. Berdasarkan beberapa teori inovasi di atas, secara singkat inovasi adalah kemampuan menerapkan ide-ide baru (ide kreatif) terhadap peluang yang ada untuk memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohd. Rosli dan Syamsuriana pada tahun (2013) terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap kinerja usaha. Kemudian Widya dan Agus pada tahun (2013) bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usah.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan juga landasan penelitian dari penelitian terdahulu diatas dapat digambarkan sebuah paradigma penelitian seperti pada gambar 2.1.



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis

Bertitik tolak dari kerangka pemikiran diatas dan didukung oleh teori-teori maka dapat dirumuskan suatu hipotesis sebagai suatu kesimpulan sementara yaitu:

1. Hipotesis penelitian secara simultan

Kreativitas dan inovasi kerja berpengaruh terhadap kinerja usaha.

2. Hipotesis penelitian parsial

- a. Kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha.

- b. Inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha