

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap pengusaha, namun demikian keberhasilan ini tidak dapat digeneralisir untuk semua orang, karena keberhasilan akan dipersepsikan atau dimaknai berbeda pada tiap individu. Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Menurut Trustorini Handayani (2013:40) Keberhasilan usaha adalah sebagian suatu prestasi yang berhasil diraih oleh suatu pengusaha dari satu periode ke periode lainnya. Keberhasilan usaha dapat kita capai ketika pengusaha dapat melihat peluang kemudian peluang menjadi sebuah ide ditambah dengan adanya keberanian dari pengusaha untuk melakukan perubahan dan menanggung resiko yang akan terjadi maupun yang pernah terjadi. Menurut Mucthar dan Ramadini (2011:200) Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik dari pada keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian Farisi (2013:27), Keberhasilan Usaha adalah “tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala kreativitas didalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan.” Keberhasilan usaha dapat diukur dengan kemampuan pendapatan laba, produktivitas dan efisiensi, daya saing, keberhasilan usaha dan etika usaha dan melihat kinerja keuangan atau finansial. Aspek finansial dapat mengindikasikan bahwa sebuah usaha dikatakan sukses atau gagal berdasarkan keberhasilan atas pencapaian keuntungan yang tinggi.

Menurut Zulkifli (2009:33) faktor-faktor yang menyebabkan keberhasilan usaha diantara lainnya percaya selalu berorientasi pada hasil, ide kreativitas, dan berorientasi pada masa depan. Keberhasilan atau kegagalan wirausaha dipengaruhi oleh sifat dan kepribadiannya Noor (2013:401). Salah satu faktor yang mendorong keberhasilan usaha adalah faktor pengetahuan kewirausahaan

yaitu kemampuan untuk mengenali atau menciptakan peluang untuk sesuatu yang perlu diketahui mengenai kewirausahaan yang diperoleh dari sumber-sumber informasi. Seseorang pengusaha harus memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam dunia usaha karena sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Menurut Corol Noore dalam Suryana (2014:101) keberhasilan usaha diawali dari inovasi dan kreativitas hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, seperti aspek pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan, dan lingkungan. Berdasarkan dari pengertian dari penelitian terdahulu, maka dapat dikatakan bahwa kreativitas merupakan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi kerja pada suatu kegiatan usaha untuk mencapai keberhasilan usaha dan tujuan lainnya dari sebuah kegiatan usaha atau bisnis.

Pengaruh Kemampuan Usaha terhadap keberhasilan usaha Menurut Mitchelmore & Rowley, (2010) faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan seseorang dalam melakukan usaha, yaitu faktor kemauan dan kemampuan, kerja keras dan tekad yang kuat, serta adanya kesempatan dan peluang. Jika ada kemauan tapi tidak diikuti kemampuan dan pengetahuan, maka akan sulit untuk menjadi seseorang wirausaha yang sukses.

Tabel 1. 1 Usaha Jahit Pakaian dari Tahun 2017-2021 (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan)

NO	Nama Usaha	Tahun Berdiri	Omset
1.	Steady Taylor	2018	65.000
2.	Fashion Online	2018	2.000
3.	SPS Collection	2018	12.000
4.	Penjahit Maoli	2019	12.000
5.	Linda Jahit	2019	30.000
6.	Penjahit Hendra	2010	12.000
7.	Penjahit Risma	2019	9.000

8.	Eti Gorden	2019	15.000
9.	Penjahit Dwi	2018	12.000
10.	Penjahit Susy	2018	3.000
11.	Esmoi Craft	2018	24.000
12.	Happy Fashion	2019	67.200
13.	Butik Disya Handycraft Decoupage	2018	6.000
14.	Ulos Tenun Batik Batak (ULTEBA)	2018	108.000
15.	Nonny Tailor	2019	48.000
16.	Sabina Handmade	2018	24.000
17.	Arrin Kitchet	2018	1.800
18.	Mutia Modisthe	2019	6.000
19.	Nurjannah Collection	2020	36.000
20.	Toko Iyus	2018	120.000
21.	Jessica Taylor	2019	13.200
22.	Fredy Taylor	2018	12.000
23.	F2f Modisthe	2018	60.000
24.	Penjahit Wina	2019	48.000
25.	Rumah Jahit Puan	2018	36.000
26.	Ria Family's Taylor	2018	24.000
27.	Penjahit Sarinah	2019	24.000
28.	Penjahit Naudya	2018	12.000

29.	Pondok Kreasi Menjahit	2018	12.000
30.	Penjahit Vina	2019	12.000
31.	Zijjah Bordir & Jahit	2018	7.000
32.	Menjahit	2018	12.000
33.	Jyotie Modiste	2018	15.000
34.	Penjahit Ramidah	2018	90.000
35.	Rumah Mode Mb. Tati	2017	15.000
36.	Loichan's Handmade	2019	24.000
37.	Anisya Tailor	2020	90.000
38.	Penjahit Sinta	2020	18.000
39.	Penjahit Rudi	2018	30.000
40.	Fathya Busana	2018	12.000
41.	Penjahit Juli	2018	24.000
42.	Penjahit Saripin	2018	30.000
43.	Penjahit Sri	2018	24.000
44.	Penjahit Erwin	2018	9.000
45.	Penjahit Syaharah	2028	24.000
46.	Basmar.id	2021	36.000.000
47.	Penjahit Anita	2021	12.000.000

Sumber: Binaan Dinas Koperasi UKM Kota Medan (2021)

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa untuk usaha jahit pakaian yang dimana usaha tersebut menunjukkan bahwa Omzet atau penghasilan yang diperoleh maksimal sebesar Rp. 36.000.000. pada tahun 2021 dan Omzet penghasilan terendah yang diperoleh ada pada tahun

2018 Rp. 1.800. untuk itu informasi tersebut menjelaskan bahwa usaha jahit pakaian memiliki perkembangan spesifik atau perkembangan yang sedikit terhadap usaha dan juga berdampak pada perekonomian di Indonesia.

Usaha jahit pakaian merupakan salah satu usaha yang sudah sejak lama ada dan berkembang di Kota Medan yang merupakan salah satu bisnis menjahit pakaian yang saat ini digemari dikalangan masyarakat, karena pada umumnya orang lebih menyukai untuk menjahit pakaiannya agar dapat sesuai dengan keinginannya. Kebanyakan pengusaha yang mendirikan usaha jahitnya dengan modal sendiri. Namun untuk mengembangkan usahanya, mereka mengelola kembali sisa bahan atau kain dari hasil pesanan jahit agar dapat dipasarkan untuk menambah pendapatan. Namun dalam pelaksanaannya tidak semua produksi yang dipasarkan langsung habis terjual karena selera konsumen berbeda-beda, produksi pakaian baru akan menjadi persediaan bagi pengusaha jahit sehingga akan berdampak pada pendapatan. Usaha menjahit adalah usaha untuk mengubah tekstil menjadi pakaian jadi yang bisa digunakan konsumen. Persiapan yang diperlukan adalah kemampuan memahami keinginan konsumen untuk membuat pakaian yang sesuai selernya selain itu juga kekreatifan penjahit sangat dibutuhkan untuk kepuasan konsumen dan pengembangan usaha. Persaingan usaha di dunia jahit busana ini, menuntut pemilik usaha untuk menampilkan kualitas dan disain terbaik dalam setiap produknya. Dapat menjaga kualitas, pelaku usaha jahit perlu memanfaatkan media promosi untuk mengenalkan usahanya ke pasar, (Siti Fitriati, dkk, 2019). Adapun permasalahan yang masih dihadapi oleh usaha penjahit pakaian di Kota Medan ini yaitu pelanggan masih terbatas. Agar tidak kalah saing dengan penjahit lainnya, penjahit pun dituntut untuk selalu menciptakan kreatifitas baru dan paham terhadap model pakaian yang sedang trend dalam menjahit pakaian yang dapat selalu diminati masyarakat (Muhsin, 2019) kemudian memperluas pelanggan dengan membuat media promosi berupa papan nama, buku profil usaha, dan video profil menggunakan media sosial seperti internet.

Di masa ini, usaha-usaha kecil yang ada di Indonesia harus diperhatikan oleh pemerintah atau pun pihak-pihak yang bertanggung jawab untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Indonesia, telah banyak program-program perkembangan dan fasilitas-fasilitas yang diberikan pemerintah dalam mendukung perkembangan usaha di Indonesia, Kewirausahaan juga memiliki peran penting untuk menjadikan masyarakat menjadi mandiri dan kreatif, Andri (2018).

Diperoleh informasi dari data Dinas Koperasi UKM Kota Medan (2021), jumlah keseluruhan usaha di Kota Medan per juni 2021 berjumlah 1.612 unit usaha dengan UKM Mikro sebanyak 1.487 unit usaha, UKM Kecil 114 unit usaha dan UKM Menengah 11 unit usaha. Di peroleh dari data tersebut bahwa jumlah usaha jahit pakaian di Kota Medan yang terdata dari tahun 2017-2021 terdapat 47 jumlah usaha jahit pakaian. Dalam hal ini setiap pemilik usaha jahit pakaian haruslah mampu menciptakan strategi usaha yang berbeda dibanding usaha pesaing, yang berdampak terhadap kelangsungan dari suatu usaha tersebut. Fitriati (2019) dalam penelitiannya mengatakan usaha jahit pakaian adalah usaha untuk mengubah tekstil menjadi pakaian jadi yang bisa digunakan konsumen. Persiapan yang diperlukan adalah kemampuan memahami keinginan konsumen untuk membuat pakaian yang sesuai selera selain itu juga kekreatifan penjahit. Hal ini menjadikan topik seputar jahit pakaian Kota Medan menjadi hal yang menarik untuk diteliti.

Tabel 1. 2 Jumlah Jahit Pakaian dari Tahun 2017-2021 (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan)

NO	Tahun	Jumlah Jahit Pakaian
1.	2017	1
2.	2018	28
3.	2019	12
4.	2020	3
5.	2021	3
	Total	47

Sumber: Data Dinas Koperasi UKM Kota Medan (2021)

Dari tabel 1.2 terlihat bahwa jumlah usaha jahit pakaian tahun 2018 terjadinya peningkatan pada jumlah pelaku usaha jahit pakaian. Namun ditahun 2019 dan 2020 terjadi penurunan jumlah pelaku usaha jahit pakaian yang terdaftar di Dinas Koperasi UKM Kota Medan. Berkurangnya masyarakat menjahit pakaian telah membuat penurunan produktivitas para pengusaha yang berpengaruh terhadap perekonomian. Adapun permasalahan yang masih dihadapi oleh usaha jahit pakaian pada Binaa Dinas Koperasi UKM Kota Medan yaitu modal

usaha berupa peralatan seperti mesin jahit, mesin pelubang kancing dan peralatan jahit lainnya yang belum lengkap, dan juga perlengkapan jahit yang sulit di dapatkan.

Supriadi (2017) mengemukakan bahwa Kreativitas yaitu kecakapan individu untuk menciptakan penemuan baru yang dapat berbentuk ide maupun ciptaan nyata yang terbaru tidak mirip dengan yang banyak beredar pada umum. Jika ingin menjadi seseorang wirausahawan yang sukses kita harus memiliki kreativitas dan keberanian untuk mengambil resiko serta tidak bergantung dengan orang lain dan memiliki rasa optimis akan keberhasilan ide-ide yang kita ciptakan. Sedangkan menurut Garjito (2011:7-8), kreativitas didefinisikan seseorang wirausaha yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan memecahkan masalah yang dihindari muncul saat mengejar visinya tersebut. Dari segi Kreativitas pengusaha penjahit pakaian hanya sebagian yang mengembangkan kreativitas dalam menciptakan ide-ide baru yang belum ada sebelumnya. Menurut Alma (2009:69) Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru atau unsur, data variabel yang sudah ada. Dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu produk baru dan berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Kreativitas yang diperlukan seseorang usaha jahit untuk selalu menciptakan kreatifitas baru dan paham terhadap model pakaian yang sedang trend dalam jahit pakain yang dapat selalu diminati masyarakat.

Faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam pencapaian keberhasilan usaha adalah kemampuan atau skill dari pemilik atau pengelola usaha yang bersangkutan. Wibowo (2012), menyatakan bahwa kemampuan adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Kemampuan usaha yang baik akan mendorong keberhasilan, karena para pelaku usaha sudah memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mampu menciptakan hal baru. Kemampuan yang dimiliki para pelaku usaha juga akan berpengaruh bagi para karyawan dalam melakukan pekerjaan untuk menyesuaikan tugas yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha dalam upaya pencapaian tujuan. Kemampuan usaha yang diteliti ialah Pengetahuan, Sikap, dan Keterampilan pada usaha jahit pakaian agar pengusaha akan menjadi seseorang yang bertanggung jawab penuh atas kelancaran dalam menjalankan bisnis usahanya.

Dari latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti variabel Kreativitas dan Kemampuan usaha sebagai pengaruh guna untuk mencapai Keberhasilan usaha dan memilih Dinas Koperasi UKM Kota Medan sebagai tempat penelitian. Dengan alasan tersebut, maka penulis melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kreativitas dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Jahit Pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang Terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan)**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah yang ingin dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan)?
2. Apakah Kemampuan usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan)?
3. Apakah Kreativitas dan Kemampuan usaha berpengaruh terhadap Keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).
3. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di peroleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan teoritis dan menambah wawasan mengenai kewirausahaan.
2. Bagi pelaku usaha, sebagai masukan kepada seluruh pelaku usaha jahit pakaian dan sebagai pendukung agar dapat berkembang dimasa yang akan datang.
3. Bagi Universitas, sebagai tambahan literatur kepustakaan yang dapat digunakan dan di dokumentasikan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai referesi yang dapat dijadikan bahan pembanding bagi penelitian lain yang melakukan penelitian berkaitan dengan pengaruh Kreativitas dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha.

BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Kreativitas

Menurut Hadiyanti (2014:33) menyatakan bahwa atribut orang kreatif adalah memiliki rasa ingin tahu, optimis, fleksibel, mencari solusi dan suka berimajenasi. Menurut Baldacchino dalam hadiyanti (2014:95) kemampuan kreatif seorang wirausaha yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda bisa berasal dari konsumen Suryana (2008) dan Trustorini Handayani (2015). Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menyampaikan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan, maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Campbell (2012:11) menyatakan kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya, baru, inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh, mengejutkan dan berguna. Orang kreatif selalu bekerja dengan sistematis dengan mengemukakan data dan informasi yang relevan.

Berdasarkan pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan produk, dan gagasan apa saja yang pada dasarnya baru, dan sebelumnya tidak dikenal pembuatannya. kreativitas merupakan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, yang berbeda dengan pandangan orang lain, memiliki bakat tidak takut gagal serta berani mengambil resiko yang akan dihadapi.

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas

Kreativitas dapat terwujud membutuhkan adanya dorongan dari diri individu (motivasi intrinsik) dan dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik) Bagas Irwan (2011).

a. Motivasi Untuk Kreativitas

Pada setiap orang ada kecenderungan atau dorongan untuk mewujudkan potensinya. Membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya

sepenuhnya. Motivasi intrinsik ini yang hendaknya dibangun dalam diri individu sejak awal. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkenalkan individu dengan kegiatan-kegiatan kreatifitas, dengan tujuan untuk memunculkan rasa ingin tahu, dan untuk melakukan hal-hal baru.

b. Kondisi Eksternal yang mendorong perilaku kreativitas

Kondisi eksternal (dari lingkungan) konstruktif ikut mendorong munculnya kreativitas. Kreativitas memang tidak dapat dipaksakan, tetapi harus dimungkinkan untuk tumbuh. Individu memerlukan kondisi yang memungkinkan individu tersebut mengembangkan sendiri potensinya. Maka penting mengupayakan lingkungan (kondisi eksternal) yang dapat menjalin dorongan dalam diri individu untuk mengembangkan kreativitasnya. Menurut pengalaman Rogers dalam psikotripsi, penciptaan keamanan dan kebebasan psikologis memungkinkan timbulnya kreativitas yang konstruktif.

2..1.3 Indikator Kreativitas

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

1. Ingin tahu

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

2. Optimis

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

3. Flexibel

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

4. Mencari Solusi

Dari masalah mencari jalan keluar menyelesaikan masalah.

5. Suka Berimajenasi

Daya pikir untuk membayangkan (di agan-agan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dan sebagai berikut) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

6. Berani Beresiko

Senang terhadap tantangan, dan menerima kemungkinan terjadi kegagalan.

2.2 Kemampuan Usaha

2.2.1 Pengertian Kemampuan Usaha

Kemampuan usaha adalah kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan produktivitas, dalam artian sejauh mana suatu perusahaan dapat mencapai hasil maksimal tergantung pada kemampuan yang dimiliki Henny Welse (2018). Menurut Chamdan Purnama (2010:401) kemampuan usaha itu dapat pada dasarnya merupakan hasil proses belajar, yang meliputi aspek-aspek *knowledge* (pengetahuan), *attitude* (sikap), dan *skill* (keterampilan). Menurut Yun Xiong dan Tai-He Lin (2018) "*Business ability is the key skill and invisible knowledge possessed by entrepreneurs, and it is an intellectual capital contained in the human body.*" Kemampuan usaha adalah keterampilan kunci dan pengetahuan tak kasat mata yang dimiliki pengusaha, dan itu adalah modal intelektual yang terkandung dalam tubuh manusia. Menurut Elys Sastika Tambunan (2020:3) Kemampuan usaha adalah keterampilan yang dimiliki oleh seseorang wirausaha dalam memulai usaha, mengelola usaha dan mengembangkan usaha dengan karakteristik dengan karakteristik berani mengambil resiko, inisiatif atau kreatif, berorientasi pada masa depan dan bertanggung jawab.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan usaha adalah sejauh mana usaha dapat mencapai hasil yang maksimal yang pada dasarnya merupakan hasil dari proses belajar, yang meliputi aspek-aspek *knowledge* (pengetahuan), *attitude* (sikap), *skill* (keterampilan).

2.2.2 Faktor-faktor Kemampuan Usaha

Menurut Robbins (2013:52) menyatakan bahwa kemampuan terdiri dari dua faktor yaitu:

1. Kemampuan Intelektual

Kemampuan Intelektual adalah kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas mental berpikir, menalar dan memecahkan masalah.

2. Kemampuan Fisik

Kemampuan fisik adalah kemampuan tugas-tugas yang menuntut stamina, keterampilan, kekuatan. Dan karakteristik serupa.

2.2.3 Indikator Kemampuan Usaha

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Chamdan Purnama (2010:401) Indikator kemampuan usaha yaitu:

1. Pengetahuan (*knowledge*)

Pengetahuan adalah pemahaman tentang sebuah subjek yang diperoleh melalui pengalaman atau melalui pembelajaran dan studi atau informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat dibenak seseorang.

2. Sikap (*attitude*)

Sikap menggambarkan pengalaman seseorang yang mendukung maupun tidak mendukung, yang mengandung evaluasi kognitif, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak terhadap sesuatu benda atau gagasan.

3. Keterampilan (*skill*)

Skill adalah kemampuan untuk menggunakan akal, pikiran dan ide dalam mengerjakan, mengubah ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut.

2.3 Keberhasilan Usaha

2.3.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha biasanya dilihat dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya. Dyah Ayu Ardiyanti (2019:4) keberhasilan usaha dapat diartikan suatu kegiatan dengan mengarahkan tenaga dan pikiran agar terjadi perubahan yang lebih baik atau bertambah maju, baik dari segi kualitatif maupun kuantitatif sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Menurut

Wibowo (2011:97), Keberhasilan usaha pada hakikatnya keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuan.

Menurut Noor (2007) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam menajpai tujuan. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau pengusaha yang segala aktivitas di dalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Suatu perusahaan atau pengusaha dikatakan berhasil apabila mendapat keuntungan atau laba. Walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan sebuah usaha atau bisnis, keuntungan atau laba menjadi faktor yang penting karena laba merupakan tujuan dari orang yang memulai usaha. Atau suatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik dari sebelumnya. Keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa seseorang berhasil mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah.

2.3.2 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2008:67) keberhasilan seseorang wirausaha oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

1. Kemampuan dan kemauan.

Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras.

Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tetapi mau bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

3. Mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan.

2.3.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2007), Indikator keberhasilan usaha terdiri dari:

1. Kemampuan mendapat laba (profitability).

Kemampuan seseorang untuk memperoleh laba dari suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang dengan penjualan barang maupun jasa. Karena tujuan dari bisnis adalah untuk mendapatkan laba.

2. Produktivitas dan Efisiensi.

Laba suatu usaha didapat dari selisih antara pendapatan dengan biaya. Laba akan maksimum apabila pendapatan dimaksimalkan, sementara biaya diminimumkan. Biaya yang dikeluarkan oleh seseorang untuk memproduksi barang dan jasa yang menjadi usahanya, tergantung dari tingkat efisiensi produksi yang di hasilkan.

3. Daya Saing.

Di setiap pasar pasti ada pesaing yang melakukan usaha yang sama dan melayani konsumen yang sama pula. Oleh karena itu suatu bisnis dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing, atau paling tidak masih bisa bertahan dalam usahanya.

4. Keberhasilan Usaha dan Etika Usaha

Kejayaan atau keunggulan maupun daya saing yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dapat bergeser atau digeser oleh perusahaan lain. Suatu perusahaan, untuk dapat mempertahankan daya saingnya, maka kata kuncinya adalah bagaimana merebut hati konsumen. Sehingga konsumen cenderung memilih produk perusahaan tersebut.

5. Terbangunnya Citra Baik

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

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna sebagai bahan pertimbangan dan sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukakan. Berikut beberapa penelitian terdahulu guna

merelevansikan hubungan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu keberhasilan usaha (Y), kreativitas (X1), dan kemampuan usaha (X2), diantaranya:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul peneliti	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Harahap (2021)	Pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di desa patumbak kampung kecamatan patumbak kabupaten deli serdang	Metode deskriptif kuantitatif dengan cara menyebar kuesioner.	Didapatkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di desa patumbak kampung kecamatan patumbak kabupaten deli serdang.
2.	Risa Delia Putri (2020)	Pengaruh motivasi usaha dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pakaian di Md Plaza Bandung	Metode analisis deskriptif dan analisis regresi linier ganda.	Menunjukkan bahwa Motivasi usaha dan Kemampuan usaha, secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha.
3.	Munthe (2017)	Pengaruh kreativitas dan keterampilan berwirausaha terhadap keberhasilan usaha pada warung internet	Metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.	Menunjukkan bahwa kreativitas dan keterampilan berwirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada

		di jalan djamin ginting padang bulan Medan		warung internet di jalan djamin Ginting, padang bulan Medan.
4.	Novalia,Nadya Selly (2019)	Pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha (studi pada wirausaha batik di kota semarang).	Metode regresi linier berganda.	Menyimpulkan bahwa responden memiliki kreativitas untuk meningkatkan keberhasilan usaha, yang dilihat dari sikap ingin mempelajari dan mengetahui hal-hal baru tentang batik. Responden melakukan inovasi produk dengan menambah produk batik lebih beragam lagi. Keberhasilan usaha juga mengalami peningkatan, terlihat bahwa modal yang dimiliki bertambah digunakan untuk peningkatan usaha.
5.	Alkusani, Rida Ilmafa'ati (2021)	Pengaruh Kewirausahaan, Kreativitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha".	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan, kreativitas dan lokasi usaha secara secara individu dan

		(The Influence of Entrepreneurship, Creativity and Business Location on Business Success).		simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
--	--	--	--	--

sumber: diolah Penulis 2021

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan suatu alat ukur yang digunakan penelitian untuk menentukan arah penelitian. Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011:60), mengemukakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. dalam hal ini dapat disimpulkan peneliti bahwa diperlukan suatu konsep yang diolah peneliti dengan tujuan untuk mendapati data sementara sebelum melakukan pengolahan berdasarkan data sebenarnya.

1. Pengaruh Kreativitas terhadap keberhasilan usaha

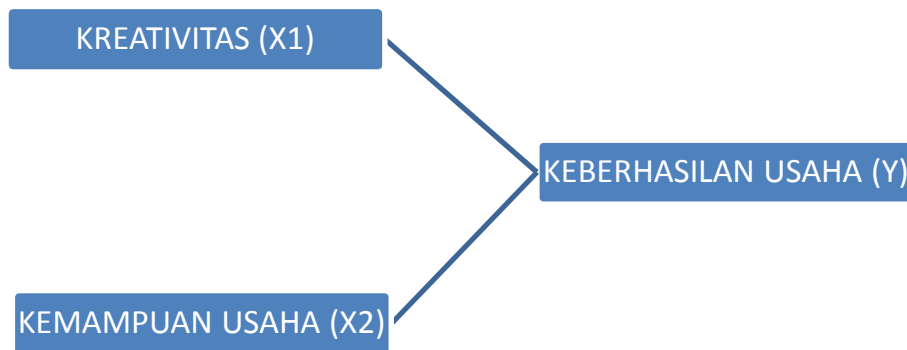
Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan menurut Senda dengan Garjito (2011:7-8). Kreativitas didefinisikan seseorang wirausaha yang sukses haruslah kreatif dalam menentukan tujuan dan memecahkan masalah yang terelakan muncul saat mengejar visinya tersebut. Orang kreatif adalah orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (novelty), perbedaan (diferent), kegunaan (utility), dan dapat dimengerti (understable). Hal tersebut menjadi unsur terpenting dalam mengelola kegiatan usaha guna mencapai tujuan dari usaha tersebut. Tujuan yang hendak dicapai tentu merupakan hal utama seseorang dalam berbisnis, keberhasilan usaha menjadi fokus utamanya disamping tujuan lain dalam mengelola usaha atau bisnis. Seseorang bisa mencapai keberhasilan dalam mengelola sebuah usaha atau bisnis dengan menyukai tantangan, berpikir kreatif, melakukan usaha yang inovatif dan berani menghadapi resiko. Menurut Carol Noore dalam Suryana (2014:101) keberhasilan usaha diawali dari inovasi dan kreativitas hal tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, seperti aspek pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan, dan lingkungan.

2. Pengaruh Kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha.

Eti Arini, Haldi Sahputra dan M. Galy Nyoman (2020:5) Handoko (2003) yang menyatakan bahwa kemampuan/skill merupakan modal utama yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha agar dapat mencapai keberhasilan usaha. Chamdan Purnama dan Suryanto (2010:3-8), menyimpulkan bahwa kemampuan usaha lebih dominan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha dibandingkan dengan motivasi usaha. Untuk itu perlu meningkatkan kemampuan usaha dengan mendahulukan, meningkatkan sikap, kecerdasan emosional, keterampilan dan pengetahuan pengusaha dalam melakukan usahanya. Dalam Siti Azizah (2013:5) menyatakan, kemampuan usaha meliputi pengetahuan, sikap, keterampilan dan kematangan emosi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Dari kerangka berpikir diatas, dapat dibuat paradigma penelitian untuk menggambarkan pemikiran penelitian ini. Berikut gambar rangka pemikiran peneliti:

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



Sumber: diolah peneliti 2021

2.6 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:93) mengemukakan bahwa, Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan. Dengan demikian dari pengertian para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis adalah jawaban yang atau sifatnya sementara dan segerah diolah menjadi data yang benar dan memiliki fakta tertentu. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).
2. Kemampuan usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).
3. Kreativitas dan Kemampuan usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, Sugiyono (2017:05). Adapun variabel yang dihubungkan yaitu variabel independen berupa Kreativitas (X1), Kemampuan Usaha (X2), dengan variabel dependen Keberhasilan Usaha di Kota Medan (Y).

3.2 Tempat dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada cakupan usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan) melalui data langsung, waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2017:80). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah diperoleh berdasarkan dari <http://diskopumkm.pemkomedan.go.id> berjumlah 47 pelaku usaha jahit pakaian di kota Medan (Dana Binaan Dinas Koperasi UKM Kota Medan).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul mewakili populasi. Sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 47 pelaku usaha jahit pakaian (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan). Alasan

sampel tersebut adalah karena data pelaku usaha jahit pakaian sebanyak 47 pelaku (Dana Binaan Dinas Koperasi UKM Kota Medan).

Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan sampel jenuh (*Total sampling*) dimana teknik penentuannya dengan mengambil semua data populasi untuk dijadikan sebagai sampel. Karena jumlah seluruh populasi kurang dari 100 subjek sehingga sampel adalah data keseluruhan pada populasi. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara menyebar kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang pernah menjahit pakaian di Kota Medan yang terdaftar (Studi Empiris pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Medan).

3.4 Defenisi Operasional Variabel

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2014:38) segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen, sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu: Keberhasilan Usaha (Y).

2. Variabel independen

Variabel independen, sering disebut variabel stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu: Kreativitas (X1), dan Kemampuan Usaha (X2).

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Keberhasilan Usaha (Y) Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah pengusaha yang segala aktivitas di dalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan. (Wibowo 2011:97)	Keberhasilan usaha dioperasionalkan sebagai persentasi pencapaian usaha jahit pakaian selama 1 tahun terakhir terkait perencanaan persentasi usaha sebelumnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan mendapat laba (profitability). 2. Produktivitas dan Efisiensi. 3. Daya Saing. 4. Keberhasilan Usaha dan Etika Usaha. 5. Terbangunnya citra baik 	Skala Ordinal
Kreativitas (X1) Kreativitas adalah kemampuan kreatifitas seseorang yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Hadayati 2014:33)	Dioperasionalkan sebagai penilaian pemilik usaha pada level organisasi selama 1 tahun terkait kemampuan memecahkan masalah secara kreatifitas dan menghasilkan ide baru. (Kumar, et. Al., 1991)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat keingin tahuan tinggi 2. Tingkat percaya diri/Optimis 3. Tingkat Flexibel tinggi 4. Tingkat mencari solusi tinggi 5. Tingkat imajenasi untuk memajukan usaha tinggi 6. Tingkat kesiapan pengambilan resiko tinggi 	Skala Ordinal
Kemampuan Usaha (X2) Kemampuan usaha adalah keterampilan yang dimiliki oleh seseorang wirausah dalam memulai usaha, mengelola usaha dan mengembangkan	Kemampuan usaha dioperasionalkan sebagai suatu kemampuan pemilik usaha jahit pakaian untuk menarik perhatian pelanggan melalui cara kinerja yang dimiliki pemilik usaha.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan (knowledge) 2. Sikap (attitude) 3. Keterampilan (skill) 	Skala Ordinal

usaha dengan karakteristik berani mengambil resiko, inisiatif atau kreatif, berorientasi pada masa depan dan bertanggung jawab Eli Sastika Tambunan (2020:3).			
--	--	--	--

Sumber: diolah Peneliti 2022

3.5 Jenis Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data untuk membantu memecahkan masalah, sebagai berikut:

1. Data Primer adalah data lapangan yang didapat dari sumber pertama seperti hasil wawancara dan pengisian kuesioner. Dengan kata lain, penelitian ini dibutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode riset) atau penelitian benda (metode observasi).
2. Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, dan arsip yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan. Dengan kata lain, penelitian membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke perpustakaan, pusat kajian, pusat arsip, dan membaca buku yang berhubungan dengan penelitiannya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data, apabila penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah

respondennya sedikit/kecil. Yang dilakukan terhadap pelaku usaha jahit pakaian Kota Medan dan berkaitan dengan Kreativitas dan Kemampuan usaha.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini merupakan metode pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Yang dilakukan terhadap Usaha jahit pakaian Kota Medan dan berkaitan dengan Kreativitas dan Kemampuan usaha.

3. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan metode lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Observasi tidak memiliki keterbatasan orang yang akan diteliti serta objek lainnya yang berkaitan terhadap peneliti tersebut. Dilakukan terhadap pelaku usaha jahit pakaian dan berkaitan dengan Kreativitas, dan Kemampuan Usaha.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga lebih akurat, efisien dan komunikatif (Sugiyono 2010:131). Penelitian ini menggunakan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Tabel 3. 2 Skala Ordinal

Kreativitas dan Kemampuan usaha			
No	Notasi	Pertanyaan	Bobot
1	ST	Sangat Setuju	6
2	S	Setuju	5
3	CS	Cenderung Setuju	4
4	CTS	Cenderung Tidak Setuju	3
5	TS	Tidak Setuju	2
6	STS	Sangat Tidak Setuju	1
Keberhasilan Usaha			
	≥100%		6
	(80-99)%		5
	(60-79)%		4
	(40-59)%		3
	(20-39)%		2
	<20%		1

Sumber: diolah peneliti 2021

3.8 Uji Instrumen

Sebelum melakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan realibilitas untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak.

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Peneliti akan menggunakan metode komputerasi SPSS dengan teknik pengujian Corrected Item- Total Correlation. Setelah data-data informasi sudah terkumpul oleh penulis, maka penulis mengelola data yang didapat secara sistematis sesuai dengan permasalahan yang ada dan menganalisis data tersebut dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.

3.8.2 Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah tingkat kepercayaan suatu hasil pengukuran. Pengukuran yang memiliki realibilitas yang tinggi pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang handal (*reliable*). Kuesioner akan handal atau tepat sasaran jika jawaban seseorang terdapat pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji realibilitas yang akan digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan SPSS, yakni dengan menggunakan uji statistik *cronbach alpa*. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika nilai *cronbach alpa* $>0,6$ artinya bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi bila sebaliknya $\alpha < 0,6$ maka dianggap kurang handal yang artinya variabel dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Cara untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.9.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalisasi dapat dilakukan dengan menggunakan *uji one sample kolmogorov smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka dapat dimiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *one sample kolmogorov smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali 2016).

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamat yang lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut homoskedastisitas bisa diuji dengan cara melihat *scatterplot* antara nilai prediksi variabel (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dengan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y). Model dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0, serta membentuk suatu pola yang jelas (Gujarati 2005:117).

3.9.3 Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditentukan adanya kolerasi antara variabel terikat atau variabel bebas. Efek dari multikolineritas ini adalah menyebabkan tingginya variabel sampel. Hal tersebut berarti standart error besar, akibatnya ketika koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen yang dipengaruhi dengan variabel dependen. Untuk menentukan terdapat atau tidaknya multikolineritas pada model regresi terdapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflantion factor* (VIF). Nilai *tolerance* sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/tolerance$ dan menunjukkan terdapat kolineritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk tolerance 0,10 atau nilai VIF atau nilai angka 10.

3.10 Metode Analisis Data

3.10.1 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk membuktikan adakah hubungan sebab akibat variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) maka variabel independen (X) berjumlah 2 atau lebih, Riduwan (2011:252). Persamaan regresi berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Dimana:

- Y : Keberhasilan Usaha
- X1 : Kreativitas
- X2 : Kemampuan Usaha

- a : Konstanta
b₁, b₂ : Koefesien regresi

3.10.2 Uji Persial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikan dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial. Signifikan dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung}. Apabila nilai t_{hitung} > t_{tabel} maka variabel bebas secara persial mempengaruhi variabel terikat, sebaliknya jika nilai t_{hitung} < t_{tabel} maka variabel bebas secara persial tidak mempengaruhi variabel terikat. Rumusan hipotesis:

- a. Ho : $\beta_1 = 0$ artinya variabel independen (Kreativitas dan Kemampuan usaha) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Keberhasilan Usaha).
- b. H₁ : $\beta_1 \neq 0$ artinya variabel independen (Kreativitas dan Kemampuan usaha) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Keberhasilan Usaha).

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika t_{hitung} < t_{tabel}, maka Ho diterima, artinya tidak akan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika t_{hitung} > t_{tabel}, maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

3.10.3 Uji Stimultan (Uji-f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel bebas atau terikat. Untuk menguji model penelitian ini digunakan Uji Anovia (uji F) dengan kreteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai F hitung $>$ F tabel atau nilai signifikan $<$ 0,05 maka H_0 ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap dependen.
- b. Jika nilai F hitung $<$ F tabel maka nilai signifikan $>$ 0,05 maka H_0 diterima artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi R^2 pada intinya uji dilakukan mengukur kadar seberapa besar variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Untuk mempermudah pengolahan data maka pengujian-pengujian diatas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS.