

**PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA
DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Empiris Pada UMKM Kuliner di Kota Magelang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh :
Arif Rahman Saputra
NPM. 18.0101.0082

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2022**

BAB I PENDAHULUAN

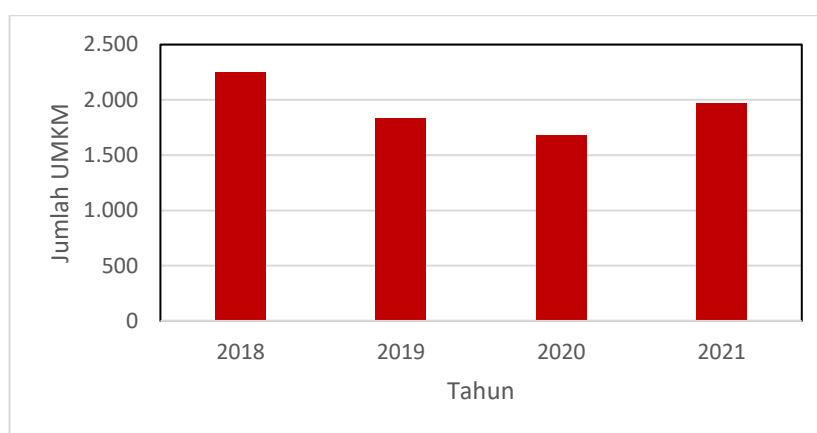
A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang semakin banyak dan berkembang membuat persaingan menjadi semakin ketat dan kuat. Oleh sebab itu, organisasi dituntut untuk membuat dan menerapkan berbagai strategi salah satunya pada peningkatan kinerja untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Kinerja merupakan elemen penting dalam perkembangan dan keberhasilan suatu organisasi. Kinerja adalah hasil atau prestasi kerja seseorang atau kelompok dalam organisasi sesuai dengan standar dan tanggung jawab yang telah diberikan, baik secara kualitas maupun kuantitas. Dengan demikian, kinerja perlu diperhatikan dalam keberlangsungan suatu usaha. Tingkat kinerja yang baik akan memberikan pengaruh pada keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya.

Kinerja pada dasarnya dibagi dalam dua jenis yaitu kinerja individu dan kinerja organisasi. Kinerja individu adalah suatu hasil kerja seseorang dalam organisasi, sedangkan kinerja organisasi adalah keseluruhan hasil kerja yang diperoleh organisasi dalam kurun waktu tertentu (Kasmir, 2016). Kinerja usaha merupakan hasil kegiatan suatu organisasi yang dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal untuk mencapai tujuan organisasi dalam kurun waktu tertentu (Wicaksono & Nuvriasari, 2012). UMKM merupakan kelompok usaha yang keberadaanya memiliki peranan penting dalam pembangunan perekonomian nasional, terlebih bagi penciptaan usaha dan lapangan

pekerjaan baru. Menurut Suindari & Juniariani, (2020) menyatakan bahwa UMKM dengan kinerja yang baik maka akan memiliki keunggulan bersaing yang tinggi.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bidang industri di Kota Magelang tahun 2018-2021 selalu mengalami perubahan. Hal ini ditunjukkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Grafik Perkembangan UMKM Bidang Industri di Kota Magelang Tahun 2018-2021

Sumber: datago.magelangkota.go.id

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM bidang industri di Kota Magelang mengalami penurunan secara berturut-turut pada tahun 2018-2020. Sedangkan pada tahun 2021 jumlah UMKM mengalami peningkatan yang cukup pesat dari dua tahun sebelumnya. Hal tersebut tentunya menimbulkan dampak positif terhadap pengurangan jumlah pengangguran dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Kota Magelang menjadi wilayah strategis karena terletak pada jalan utama penghubung lalu lintas antar kota Yogyakarta – Semarang serta terdapat beberapa tempat pariwisata terkenal. Wilayah yang strategis

memungkinkan untuk masyarakat Kota Magelang mengembangkan UMKM sehingga dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan ekonomi daerah maupun nasional. UMKM di Kota Magelang terbagi menjadi beberapa sektor, salah satunya sektor kuliner. UMKM kuliner merupakan subsektor yang mengalami perkembangan paling pesat dan menjadi kontributor terbesar dari PDB ekonomi kreatif (Kevin & Puspitowati, 2020). Meskipun demikian, banyak pelaku UMKM di Indonesia yang hanya menjalankan bisnisnya berdasarkan mengikuti trend saja tidak dengan melihat konsep dan potensi yang dimiliki sehingga banyak UMKM tidak berkembang dan tidak bertahan lama karena kalah bersaing (Nissa *et al.*, 2021). Berkaitan dengan itu, adanya perbandingan penurunan dan peningkatan jumlah UMKM yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 disebabkan oleh kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam memahami faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi rendahnya kualitas sumber daya manusia, permodalan yang lemah, pemasaran produk, teknologi, dan pengelolaan keuangan (Dharma, 2010).

Sumber daya manusia menjadi faktor terpenting dalam upaya pengembangan usaha. Tersedianya kualitas sumber daya manusia yang tinggi dapat meningkatkan kinerja usaha sehingga memberikan nilai tambah dan meningkatkan daya saing. Di samping itu, bagi satuan UMKM kondisi perusahaan bukanlah satu – satunya yang menjadikan UMKM terus mengalami perkembangan melainkan juga kemampuan dalam berkeaktivitas (Yunita, 2021).

Kreativitas sangat penting dalam proses keberlangsungan suatu usaha terutama pada peningkatan kinerja yang baik. Menurut Jan *et al.*, (2021) menyatakan bahwa sifat kreatif dalam diri seseorang maka akan mendorong rasa percaya diri terhadap pengetahuan maupun mengimplementasikan ide – ide yang dimiliki sehingga berdampak pada peningkatan kinerja yang baik. Pada dasarnya kreativitas adalah kecakapan seseorang dalam menciptakan hal yang melalui proses berpikir kreatif dan inovatif. Kreativitas merupakan kemampuan dalam pengembangan ide – ide baru dan menerapkan metode baru untuk memandang masalah menjadi peluang. Menurut penelitian Kalil & Aenurohman, (2020) menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Hal tersebut didukung oleh penelitian Febriansyah & Muhajirin, (2020) yang menunjukkan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha. Namun, hasil yang berbeda terdapat pada penelitian Ratnasari *et al.*, (2021) yang menunjukkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh terhadap kinerja.

Kreativitas yang tinggi akan mendorong inovasi yang tinggi sehingga dalam hal ini akan menciptakan kinerja yang lebih baik. Inovasi merupakan kemampuan mengimplementasikan ide – ide kreatif dengan masalah dan peluang dalam mengembangkan usaha. Menurut Hadiyati, (2011) kemampuan berinovasi menjadi salah satu karakter penting yang dimiliki oleh wirausaha. Inovasi juga memiliki peran penting dalam pencapaian tujuan suatu usaha dalam upaya meningkatkan kinerja dan mempertahankan kemampuan bersaingnya. Inovasi organisasi dapat

mendorong individu untuk berpikir kritis, inovatif, dan kreatif dalam mengimplementasikan setiap ide – ide baru untuk terus berkembang dan menciptakan peluang. Dalam upaya menjadikan organisasi yang kreatif dibutuhkan organisasi yang dapat melakukan perubahan lingkungan sebagai wadah bagi pegawainya untuk memungkinkan ide – ide kreatif dapat dilaksanakan sehingga berpotensi menghasilkan ide – ide inovasi yang baru. Menurut Trisnawati *et al.*, (2019) terdapat pengaruh inovasi terhadap kinerja. Artinya, dengan adanya inovasi yang meningkat maka akan berpengaruh pada kinerja yang baik.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi (Studi Empiris Pada UMKM Kuliner di Kota Magelang)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, fokus penelitian ini ditekankan pada implementasi kreativitas, inovasi, dan kinerja usaha, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha?
2. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap inovasi?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha?
4. Apakah inovasi memediasi kreativitas terhadap kinerja usaha?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk memperoleh gambaran dan bukti berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha
2. Menguji dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap inovasi
3. Menguji dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha
4. Menguji dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh inovasi

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut dan dapat memberikan penguatan teori tentang pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha melalui inovasi sebagai mediasi.

2. Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya.

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab. Agar mendapatkan arahan dan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, berikut adalah sistematika penulisan penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan *grand teory* mengenai analisis data yang diambil dari beberapa literatur pustaka dan hasil penelitian terdahulu mengenai kreativitas, inovasi, dan kinerja usaha, serta perumusan hipotesis dan model penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian ini diuraikan mengenai rancangan penelitian, definisi operasional dan pengukuran, objek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian hasil dan pembahasan, bagian ini adalah yang menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil sesuai dengan teknik yang digunakan dalam penelitian ini. .

BAB V: PENUTUP

Merupakan bagian terakhir dalam penelitian yang menjelaskan tentang kesimpulan yang berisi penyajian secara singkat, keterbatasan penelitian dan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan..

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah teori

1. Teori *Knowledge Based View* (KBV)

Knowledge Based View (KBV) adalah pandangan baru dari sudut pandang berbasis sumber daya/*Resource Based View* (RBV) dan memberikan konsep teoritis yang kuat dalam mendukung modal intelektual. *Knowledge Based View* (KBV) menunjukkan bahwa pengetahuan dalam berbagai bentuknya adalah kepentingan sumber daya (Grant, 1991). Pendekatan *Knowledge Based View* (KBV) berperan untuk membangun keterlibatan modal manusia dalam kegiatan perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan berbagai permasalahan yang lebih efektif dan efisien (Chen *et al.*, 2010).

Menurut Sidiq & Wijayanti, (2018) menyatakan strategi yang mempunyai potensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan yaitu dengan membaurkan aset berwujud dan aset tidak berwujud, sehingga menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Dalam pandangan berbasis pengetahuan, pengembangan pengetahuan sangat penting untuk keunggulan kompetitif dari kombinasi unik yang ada pada pengetahuan. Pada era persaingan saat ini, perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif dengan mengembangkan pengetahuan baru yang lebih efektif. Dengan kata lain, berdasarkan

teori RBV dan KBV modal intelektual memenuhi karakteristik sebagai sumber daya yang unik untuk menciptakan nilai tambah berupa adanya peningkatan pada kinerja perusahaan. Karakteristik KBV meliputi (a) Pengetahuan memiliki arti paling strategis di perusahaan, (b) Kegiatan proses produksi di perusahaan dengan menerapkan pengetahuan, (c) Individu – individu dalam organisasi tersebut bertanggung jawab dalam membuat, memegang dan berbagi pengetahuan

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan di atas bahwa teori KBV berkaitan erat dengan teori RBV, yaitu pentingnya pengetahuan dalam berbagai bentuk terhadap sumber daya. Sumber daya tersebut terbagi menjadi dua yaitu *tangible asset* dan *intangible asset*. *Intangible asset* tersebut berupa karyawan yang dihubungkan dengan pendekatan teori KBV. Sehubungan dengan itu, dengan adanya pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh karyawan akan memberikan keunggulan kompetitif sehingga akan meningkatkan kinerja usaha. Pada penelitian ini teori *Knowledge Based View* (KBV) digunakan sebagai dasar analisis peneliti, karena teori ini menjelaskan pentingnya sumber daya manusia sebagai *intangible asset* dalam perusahaan. Selain itu, teori ini juga memberikan pemahaman yang valid bagi peneliti terutama dalam penerapan kreativitas dan inovasi terkait peran untuk membentuk keterlibatan modal manusia dalam peningkatan kinerja usaha.

2. Kinerja Usaha

Kinerja dapat didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil. Kinerja adalah suatu kemampuan, kesanggupan dan kecakapan seseorang (Muhdiyanto, 2009). Kinerja merupakan suatu hasil kerja yang dicapai oleh seorang pegawai dalam mencapai tujuan yang diharapkan. Kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan kegiatan atau program suatu organisasi dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi tersebut (Indra, 2011). Sedangkan menurut Wicaksono & Nuvriasari, (2012) kinerja usaha merupakan fungsi dari hasil kegiatan dalam suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal dalam pencapaian tujuan yang ditetapkan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama kurun waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha adalah seluruh aktivitas dari suatu organisasi selama kurun waktu tertentu untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dimasukkan dalam suatu perencanaan strategis suatu usaha atau organisasi. Menurut Musran Munizu, (2010) menyatakan terdapat dua faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor internal terdiri dari sebagai berikut:

- 1) Aspek Sumber Daya Manusia, yaitu salah satu modal penting dalam sebuah organisasi berupa sumber daya manusia yang unggul.
- 2) Aspek Keuangan, yaitu digunakan dalam menilai keuangan sebuah usaha secara keseluruhan.
- 3) Aspek Operasional, yaitu seperti biaya operasi dan pemeliharaan, jumlah investasi, serta modal kerja.
- 4) Aspek Pemasaran, yaitu analisis terkait persaingan dan permintaan pasar.

b. Faktor eksternal terdiri dari sebagai berikut:

- 1) Aspek Kebijakan Pemerintah, yaitu terkait dasar hukum yang berlaku terutama di sektor UMK.
- 2) Aspek Sosial, Budaya, Dan Ekonomi, yaitu nilai potensi budaya sebagai penunjang ekonomi.
- 3) Aspek Peranan Lembaga Terkait, yaitu tentang masalah permodalan dari lembaga terkait.

Selain itu menurut Handayani, (2011) kriteria keberhasilan kinerja organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif dilihat dari empat bidang, yaitu:

- a. Perspektif finansial, dituntut meningkatkan pangsa pasar dan efektifitas biaya serta aset dalam meningkatkan produktivitas organisasi.

- b. Perspektif pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan dan segmen pasar dalam memberikan pelayanan pelanggan.
- c. Perspektif proses bisnis internal, memahami proses-proses kritis dalam menciptakan peningkatan *value added* bagi pelanggan.
- d. Perspektif pertumbuhan dan pembelajaran, bertujuan memberikan infrastruktur yang memungkinkan tujuan-tujuan dari perspektif finansial, pelanggan, dan proses bisnis internal tercapai.

3. Kreativitas

Kreativitas adalah suatu kemampuan dalam melihat dan mengimplementasikan hubungan – hubungan baru antara komponen yang sudah ada dengan sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas dapat memecahkan masalah dan menentukan peluang. Kreativitas merupakan kegiatan kompleks yang berkaitan dengan ide-ide baru yang berguna dan suatu keprihatinan individu dalam mendekati masalah (Siyal *et al.*, 2021). Menurut Utama & Nadi, (2017) menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang dalam memikirkan, menghasilkan, dan mengembangkan gagasan-gagasan baru maupun ide-ide baru yang dapat melihat masalah dan peluang sehingga dapat menghasilkan solusi yang kreatif. Oleh karena itu, kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing bagi organisasi yang peduli terhadap pertumbuhan dan perubahan. Kreativitas juga dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan ide-ide baru yang berbeda. Terdapat beberapa faktor yang

mempengaruhi kreativitas, yaitu: kemampuan kognitif, karakteristik kepribadian, motivasi diri, dan lingkungan sosial.

Adapun ciri-ciri orang kreatif, antara lain yaitu keingintahuan yang cukup besar, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, bersikap terbuka pada pengalaman baru, berpikir luas dan fleksibel, rela mengambil resiko yang telah diperhitungkan, serta memiliki dedikasi dan percaya diri yang tinggi.

4. Inovasi

Inovasi merupakan suatu tindakan penting dilakukan sebuah usaha dalam mempertahankan produknya (barang atau jasa) dalam menghadapi persaingan pasar yang kompetitif. Oleh karena itu, tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal tersebut disebabkan oleh kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen yang sering berubah-ubah. Inovasi diartikan sebagai pengenalan pada sesuatu yang baru (Nasution, 2006). Menurut Suryana, (2014) inovasi didefinisikan kemampuan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diterapkan dan memberikan nilai tambah bagi sumber daya yang dimiliki.

Inovasi adalah terciptanya suatu hal yang baru, seperti sebuah ide baru, teori baru, atau metode baru bagi manajemen organisasi usaha. Dengan demikian, inovasi menjadi salah satu karakteristik yang harus dimiliki oleh pelaku usaha maupun karyawan. Pelaku usaha yang inovatif memiliki kemampuan mengimplementasikan setiap ide-ide

baru untuk terus berkembang dan menciptakan peluang. Inovasi dapat didorong oleh beberapa faktor pendukung, yaitu: adanya keinginan berubah, adanya kebebasan berekspresi, adanya mentor yang berwawasan luas dan kreatif, tersedianya sarana dan prasarana, dan kondisi lingkungan yang harmonis.

Menurut M. Rogers, (2009) terdapat beberapa karakteristik inovasi yang mempengaruhi cepat lambatnya penerimaan informasi, yaitu:

- a. Keunggulan relatif, yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya.
- b. Kompatibilitas, tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima.
- c. Kerumitan, yaitu tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima.
- d. Kemampuan uji coba, yaitu suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima.
- e. Kemampuan pengamatan, yaitu mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memandang dari beberapa penelitian terdahulu terkait dengan variabel yang diteliti yaitu kreativitas, inovasi, dan kinerja usaha. Beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Anjaningrum & Sidi, (2018) dengan judul “*Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Kreatif Yang Tergabung Dalam Malang Creative Fusion)*” dengan populasi pelaku industri kreatif yang tergabung dalam MCF, jumlah sampel 133 responden, dan menggunakan data primer melalui kuesioner serta analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratnasari *et al.*, (2021) dengan judul “*Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Guru Melalui Kepuasan Kerja*” dengan populasi dan sampel berjumlah 117 responden dan menggunakan data primer melalui kuesioner serta analisis *Structural Equation Modeling*. Hasil menunjukkan bahwa Kreativitas tidak berpengaruh terhadap Kinerja guru.

Penelitian yang dilakukan oleh Dama, (2018) dengan judul “*Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado*” dengan populasi 149 orang, jumlah sampel 60 responden, dan menggunakan data primer melalui kuesioner serta analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa inovasi dan kreatifitas baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kalil & Aenurohman, (2020) dengan judul “*Dampak Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Di Kota Semarang*” dengan populasi UKM di Kota Semarang bidang jasa perdagangan, jumlah sampel 100 responden dan menggunakan data primer melalui kuesioner serta analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, (2022) dengan judul “*Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan, Dan Motivasi Terhadap Inovasi Karyawan*” dengan populasi karyawan Bank Jatim pusat Surabaya, jumlah sampel 30 responden, dan menggunakan data primer melalui kuesioner, serta analisis *Structural Equation Modeling*. Hasil menunjukkan bahwa kreativitas tidak memiliki terhadap inovasi karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Febriansyah & Muhajirin, (2020) dengan judul “*Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima*” dengan populasi 1.534 UKM, jumlah sampel 100 responden, dan menggunakan data primer melalui kuesioner serta analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha sedangkan inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Syafruddin *et al.*, (2021) dengan judul “*Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Bisnis UKM (Studi Pada Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Nusa*

Tenggara Barat” dengan populasi 172 UKM sektor kerajinan NTB, jumlah sampel 117 responden, dan menggunakan data primer dan sekunder melalui kuesioner dan dokumentasi, serta analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Christa & Kristinae, (2021) dengan judul “*Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis selama pandemi COVID 19*” dengan *Knowledge Based View Theory*, populasi yaitu pelaku usaha di Kalimantan Tengah dan Bali, jumlah sampel 150 responden, dan menggunakan data primer melalui kuesioner, serta analisis *Structural Equation Modeling*. Hasil menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Lengkey *et al.*, (2021) dengan judul “*Pengaruh Kompetensi, Inovasi, Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PDAM Bitung)*” dengan populasi dan sampel berjumlah 141 orang, dan menggunakan data primer melalui kuesioner serta analisis regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa Inovasi maupun kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Y. Nasser, S. Kamisah, (2020) dengan judul “*Dampak Inovasi terhadap Kinerja UKM di Oman*” dengan menggunakan *Probability Theory*, populasi yaitu UKM yang terdaftar dalam Riyadh, jumlah sampel 268 responden, dan menggunakan data

primer dan sekunder melalui kuesioner, serta analisis *Structural Equation Modeling*. Hasil menunjukkan bahwa inovasi berhubungan positif terhadap kinerja bisnis.

C. Perumusan hipotesis

1. Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha

Kreativitas merupakan proses penciptaan sesuatu yang mempunyai nilai. Menurut Suryana, (2014) menyatakan bahwa kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda. Kinerja yang baik dapat tercapai dengan adanya kreativitas yang tinggi, oleh karena itu kreativitas penting dalam proses peningkatan kinerja untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Artinya, dalam mencapai kinerja yang baik diperlukan sumber daya manusia yang kreatif dan berjiwa kewirausahaan sehingga akan menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Nilai tambah tersebut berupa adanya kinerja yang semakin baik di perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendekatan *Knowledge Based View* (KBV) yang berperan untuk membentuk keterlibatan modal manusia dalam kegiatan perusahaan (Grant, 1991).

Penelitian yang dilakukan oleh Rompas *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif signifikan tinggi antara kreativitas terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Febriansyah, Muhajirin, (2020) yang menunjukkan kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Kreativitas

kaitannya erat dengan kinerja, dimana dengan mengembangkan kreativitas maka akan menciptakan ide-ide baru dan memberikan kemajuan serta pengembangan perusahaan. Hal ini bermakna tingginya kreativitas juga akan mempengaruhi tingginya kinerja. Berdasarkan konsep teori dan hasil penelitian, maka dihipotesiskan sebagai berikut:

H1. Kreativitas berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha

2. Pengaruh Kreativitas Terhadap Inovasi

Kreativitas berperan penting dalam menghasilkan inovasi karena kreativitas merupakan sebuah pengembangan ide-ide tentang praktik, proses, dan produk baru serta berguna dalam mencapai tujuan perusahaan (Coelho *et al.*, 2011). Dalam *Knowledge Based View* (KBV) menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan hal paling strategis dalam perusahaan. Berkaitan dengan itu, munculnya kreativitas salah satunya dari pengalaman dan pengetahuan seseorang sehingga semakin luas pengetahuan yang dimiliki maka akan semakin meningkatkan daya kreativitas seseorang. Kreativitas dapat mempengaruhi inovasi seseorang melalui adanya sifat kreatif dalam diri yang akan membuat seseorang merasa percaya diri dengan pengetahuan maupun keterampilannya sehingga dapat menghasilkan dan mengimplementasikan ide-ide yang dimilikinya (Jan *et al.*, 2021).

Selain itu, kemampuan kreativitas seseorang karyawan juga dapat membantu perusahaan dalam menghasilkan ide-ide yang lebih baik dalam penyelesaian masalah. Hal tersebut didukung oleh penelitian

Anjaningrum & Sidi, (2018) dan Mehta *et al.*, (2014) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kreativitas terhadap inovasi. Berdasarkan konsep teori dan hasil penelitian, maka dihipotesiskan sebagai berikut:

H2. Kreativitas berpengaruh positif terhadap Inovasi

3. Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Usaha

Menurut Suryana, (2014) inovasi adalah kemampuan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diterapkan dan memberikan nilai tambah. Menurut Hadiani *et al.*, (2017) menyatakan bahwa semakin baik inovasi yang dilakukan perusahaan maka kinerja karyawan juga semakin baik, karena dalam inovasi memerlukan proses panjang dan melibatkan banyak karyawan. Hal tersebut sejalan dengan karakteristik teori KBV mengenai pengetahuan memegang makna paling strategis di perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Christian & Merisa, (2020) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara inovasi dan kinerja usaha. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian Putri *et al.*, (2018) dan Lailah & Soehari, (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara inovasi terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan konsep teori dan hasil penelitian, maka dihipotesiskan sebagai berikut:

H3. Inovasi berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha

4. Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Melalui Inovasi

Kreativitas dan inovasi sangat dipengaruhi oleh kecerdasan intelektual. *Knowledge Based View* (KBV) menyatakan modal intelektual memiliki berbagai kriteria sebagai sumber daya yang unik untuk menciptakan nilai tambah berupa adanya peningkatan pada kinerja dalam perusahaan. Hasil penelitian Febriansyah, Muhajirin, (2020) menunjukkan bahwa secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh Dama, (2018) yang menunjukkan inovasi dan kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Dengan demikian, menempatkan inovasi sebagai variabel mediasi dikarenakan perusahaan yang memiliki inovasi yang baik maka akan mampu mengembangkan keunggulan kompetitif, sehingga dapat mencapai tingkat kinerja karyawan yang tinggi (Ratmono & Nahartyo, 2014). Berdasarkan konsep teori dan hasil penelitian, maka dihipotesiskan sebagai berikut:

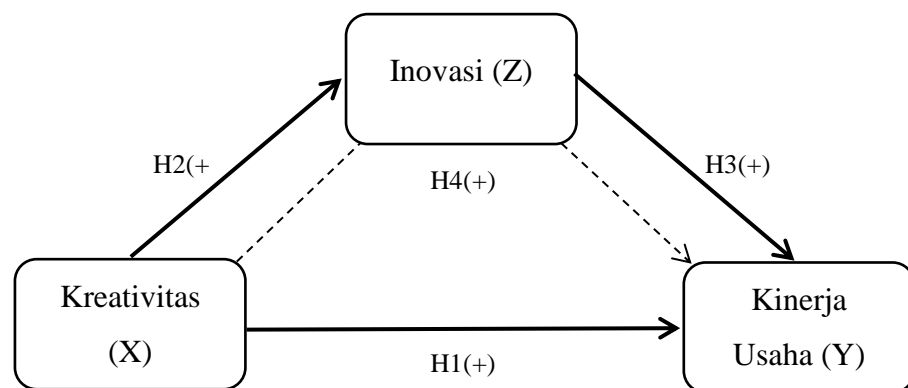
H4. Inovasi Memediasi Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha

D. Model Penelitian

Kinerja usaha merupakan hasil kerja dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal tersebut meliputi beberapa aspek, salah satunya aspek sumber daya manusia. Kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh dalam peningkatan kinerja seseorang dalam perusahaan. Perusahaan yang ingin meningkatkan

kinerjanya maka perlu adanya karyawan yang kreatif. Seorang karyawan yang berpikir kreatif akan berdampak pada meningkatnya suatu kinerja pada perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka, penelitian terdahulu, dan perumusan hipotesis, maka dapat disusun suatu kerangka berpikir dalam penelitian pengaruh variabel independen (X) Kreativitas terhadap variabel dependen (Y) Kinerja Usaha melalui variabel mediasi (Z) Inovasi. Maka dapat digambarkan kerangka berpikir pada gambar 2.1 sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Keterangan :

—————> : Pengaruh secara langsung

- - - - -> : Pengaruh tidak langsung (melalui variabel mediasi)

BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi pada penelitian ini yaitu karyawan UMKM di Kota Magelang.

Menurut Sekaran, (2006) sampel merupakan sebagian dari populasi. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha dan karyawan UMKM bidang kuliner di Kota Magelang. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan syarat atau kriteria tertentu. Adapun kriteria yang digunakan yaitu UMKM yang bergerak di bidang industri kuliner dan memiliki minimal lima karyawan, karena industri tersebut mempunyai daya ide kreatif dan tingkat sustainabilitynya terjaga, serta dengan adanya karyawan yang semakin banyak maka akan mendorong terciptanya ide-ide kreatif dan inovatif yang dapat meningkatkan kinerja. Ukuran sampel penelitian yaitu lebih dari 30 dan kurang dari 500 (Alwi, 2012). Menurut (Ferdinand, 2006) menyarankan bahwa ukuran sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= (5 \times \text{jumlah indikator}) \\ &= (5 \times 15) = 75\end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 75 responden.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan mengukur pengaruh antar variabel. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini dapat diambil melalui hasil penyebaran kuesioner kepada UMKM kuliner di Kota Magelang.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan angket kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisikan pernyataan tertulis kepada sejumlah responden yang dijadikan sampel.

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

1. Definisi Operasional

a. Kinerja Organisasi

Kinerja adalah persepsi responden terhadap suatu pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu

untuk mencapai tujuan perusahaan dalam suatu perencanaan strategis. Kinerja organisasi diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh (Douglas *et al.*, 1982) yaitu:

- 1) Kuantitas dan Kualitas
- 2) Pengetahuan teknis dalam bekerja
- 3) Mengikuti kebijakan perusahaan
- 4) Mengendalikan biaya-biaya yang tidak perlu
- 5) Pelayanan yang baik

b. Kreativitas

Kreativitas adalah persepsi responden terhadap penciptaan suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai. Kreativitas diukur dengan lima indikator yang dikembangkan oleh Wiranawata, (2019) yaitu:

- 1) *Sensitivity* atau kepekaan terhadap suatu situasi atau masalah.
- 2) *Fluency* atau kelancaran dalam membangun ide-ide untuk menyelesaikan masalah.
- 3) *Flexibility* atau keluwesan menggunakan berbagai pendekatan yang berbeda dalam memecahkan masalah.
- 4) *Elaboration* atau keterperincian terhadap suatu prosedur.
- 5) *Originality* atau keaslian strategi dalam menyelesaikan masalah.

c. Inovasi

Inovasi adalah persepsi responden terhadap implementasi dari ide-ide kreatif dalam produk, proses, dan pemasaran. Inovasi diukur dengan lima indikator yang dikembangkan oleh Y. Nasser, (2020) yaitu:

- 1) Melakukan perbaikan dalam produk dan proses.
- 2) Mengeksplorasi cara-cara non-tradisional dan kreatif dalam berbisnis.
- 3) Meneliti dan diskusi tentang metode yang lebih baik dalam menjalankan bisnis.
- 4) Menemukan cara baru untuk menambah nilai pada produk atau layanan.
- 5) Terbuka untuk kemitraan dalam mengembangkan produk baru dan jasa.

2. Pengukuran Variabel

Metode pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap sesuatu yang ditanyakan dengan menilainya menggunakan nilai yang berjenjang sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Netral (N) dengan skor 3, Tidak setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

D. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk mengukur valid dan tidaknya suatu kuesioner. Menurut Ghazali, (2013) suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas penelitian ini menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji apakah instrumen – instrumen yang valid sebagai pengukur konstruk laten. Apabila masing-masing instrumen memiliki *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) $\geq 0,5$ dan *factor loading* yang $\leq 0,5$ maka instrumen tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2013).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden bersifat konsisten terhadap pertanyaan yang diajukan (Ghozali, 2013). Pengujian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alphanya* $\geq 0,6$.

E. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi. Menurut Ghazali, (2013) analisis ini digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen dan menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis data

yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS 25. Adapun rumus regresinya sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X + \beta_2.Z + e$$

$$Z = \alpha + \beta_1.X + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Usaha

α = Konstanta

X = Kreativitas

β_1, β_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

Z = Inovasi

e = *Standard error*

1. Uji Model

a. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1, dan didasarkan pada nilai *adjusted r-square*. Nilai *adjusted r-square* yang semakin kecil memiliki arti kesanggupan variabel – variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika semakin besar nilai R^2 maka akan semakin tepat persamaan regresi linier yang digunakan sebagai alat prediksi tersebut. (Ghozali, 2013).

b. Uji F

Uji F digunakan dalam mengukur ketepatan fungsi regresi dalam memperkirakan nilai aktual (*goodness of fit*) (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 5%. Penentuan kriteria uji F didasarkan pada perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} dengan $(df1) = k$ dan $(df2) = n - k - 1$. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, artinya model penelitian dinyatakan tepat atau fit. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, artinya model penelitian dinyatakan tepat atau fit.



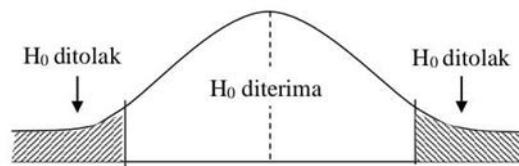
Gambar 3.1 Kurva Normal Uji F

2. Uji Hipotesis

a. Uji Langsung (Uji t)

Uji langsung pada penelitian ini menggunakan uji t. Pada dasarnya Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara parsial dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi 0,05 dengan $df = n-k$. Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, berarti bahwa variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak, berarti bahwa variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2 Kurva Normal Uji t

b. Uji Tidak Langsung

Uji tidak langsung dalam penelitian ini menggunakan uji sobel. Menurut Ghozali, (2013) pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (*Sobel test*). Uji sobel dilakukan untuk menguji pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Z). Uji sobel dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Sab = \sqrt{b^2 Sa^2 + a^2 Sb^2 + Sa^2 Sb^2}$$

Keterangan :

Sab = Besarnya *standard error* pengaruh tidak langsung

a = Jalur variabel X dengan variabel Z

b = Jalur mediator Z dengan variabel Y

S_a = *Standard error* dari koefisien α

S_b = *Standard error* dari koefisien b

Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai t dari koefisien dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Nilai t_{hitung} ini dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , jika nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi dan jika nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} maka dapat tidak terjadi pengaruh mediasi.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha yang dimediasi oleh inovasi pada UMKM kuliner di Kota Magelang. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kreativitas yang dimiliki dalam suatu UMKM maka kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Magelang akan semakin meningkat.
2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kreativitas yang dimiliki maka akan meningkatkan inovasi pada UMKM kuliner di Kota Magelang.
3. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini berarti bahwa semakin UMKM melakukan inovasi maka akan meningkatkan kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Magelang.
4. Inovasi mampu memediasi pengaruh antara kreativitas terhadap kinerja usaha. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kreativitas yang dimiliki oleh karyawan UMKM maka inovasi pada UMKM tersebut semakin tinggi sehingga kinerja usaha pada UMKM tersebut akan semakin meningkat. Maka inovasi dapat memediasi kreativitas terhadap kinerja pada UMKM kuliner di Kota Magelang.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam proses pengambilan data sampel kuesioner yang dilakukan membutuhkan waktu cukup lama dan terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya sebab terdapat perbedaan pemikiran serta pemahaman setiap responden.
2. Objek penelitian yang diteliti hanya pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kota Magelang.

C. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah diambil, dapat diberikan saran dengan harapan dapat bermanfaat bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Magelang dalam meningkatkan kinerja usahanya, diantaranya sebagai berikut:

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Magelang diharapkan dapat memperhatikan dan meningkatkan kreativitas dengan memberikan pelatihan seperti dalam pelayanan dan pembuatan produk kepada karyawannya sehingga dapat tercapainya kinerja yang baik. Selain itu, dalam meningkatkan inovasi pada usahanya seperti dengan melakukan perbaikan produk maupun proses dan bekerja sama dengan bisnis lain untuk meningkatkan kinerja usahanya.

2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel lain seperti orientasi kewirausahaan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, mengingat dalam penelitian ini hanya menjelaskan sebagian dari pengaruh dari inovasi dan kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, I. (2012). Kriteria Empirik Dalam Menentukan Ukuran Sampel. *Jurnal Formatif*, 2(2), 140–148.
- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Pengaruh orientasi pasar, inovasi dan kreativitas produk terhadap kinerja industri kreatif untuk mencapai keunggulan bersaing (Studi pada industri kreatif yang tergabung dalam Malang creative fusion). *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(2), 30–47. <http://jurnal.stie.asia.ac.id>
- Chen, S., Chen, X., Cheng, Q., & Shevlin, T. (2010). Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*, 95(1), 41–61. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.02.003>
- Christa, U. R., & Kristinae, V. (2021). The effect of product innovation on business performance during covid 19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(1), 151–158. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.10.006>
- Christian, M., & Merisa, M. (2020). Peranan Inovasi Sebagai Mediator Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Asesoris Gawai Di Roxy Mas Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 4(1), 66–78. <https://doi.org/10.30813/jpk.v4i1.2082>
- Coelho, F., Augusto, M., & Filipe, L. (2011). Contextual Factors and the Creativity of Frontline Employees : The Mediating Effects of Role Stress and Intrinsic Motivation. *Journal of Retailing*, 87(1), 31–45. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2010.11.004>
- Dama, O. &. (2018). Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(1), 41–50.
- Dharma, S. (2010). *Manajemen Kinerja*. Pustaka Pelajar:Yogyakarta.
- Douglas, N., Behrman, & Perreault, W. (1982). Measuring the performance of industrial salespersons. *Journal of Business Research*, 10(3), 355–370.
- Febriansyah, Muhajirin, E. (2020). *JEMPER(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan) PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM TENUN MOTIF RENDA KOTA BIMA*. 58–64. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/jemper>
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21*

Update PLS Regresi (Cetakan ke). Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Badan Penebit Universtas Diponogoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Univesitas Diponegoro.

Grant, R. M. (1991). Grant_1991. *Knowledge and Strategy*, 3–24.

Hadiani, N., Kristianto, D., & Sunarko, M. R. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 13(3), 400–413.

Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.13.1.8-16>

Handayani, B. D. (2011). Pengukuran Kinerja Organisasi Dengan Pendekatan Balanced Scorecard Pada RSUD Kabupaten Kebumen. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 2(1), 78–91.

Indra, B. (2001). *Akuntansi Sektor Publik di Indonesia* (Edisi Pert). BPFE.

Jan, G., Zainal, S. R. M., & Lata, L. (2021). Enhancing innovative work behaviour: the role of servant leadership and creative self-efficacy. *On the Horizon*, 29(2), 33–51. <https://doi.org/10.1108/OTH-12-2020-0044>

Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 69–77. <https://doi.org/10.23917/humaniora.v21i1.8581>

Kasmir. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori dan Praktik)*. Rajawali Pers.

Kevin, K., & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 612. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9573>

Lailah, F. A., & Soehari, T. D. (2020). the Effect of Innovation, Information Technology, and Entrepreneurial Orientation on Business Performance. *Akademika*, 9(02), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>

Lengkey, S. J., Lengkong, V. P. K., Dotulong, L. O. H., & Lengkong, V. P. K. (2021). *Pengaruh Kompetensi , Inovasi , Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Kantor Pdam Dua Sudara Kota Bitung) the Influence of Competence , Innovation , and Creativity Toward Employee Performance (Study At Office of Pdam Dua Sudara in Bitun. 9(1), 1242–1251.*

- Mehta, M., Chandani, A., & Neeraja, B. (2014). Creativity and Innovation: Assurance for Growth. *Procedia Economics and Finance*, 11(14), 804–811. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00244-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00244-5)
- Muhdiyanto. (2009). PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL, LINGKUNGAN KERJA DAN DUKUNGAN INOVASI TERHADAP INOVASI ORGANISASI PERBANKAN DI KOTA MAGELANG. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 7.
- Musran Munizu. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), pp.33-41. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/17987>
- Nasution, S. (2006). *Metode research : (Penelitian ilmiah)*. Bumi Aksara.
- Nissa, I. A., Rahmawati, N., Kurniasari, N., Fatmawati, Y., & Pamulang, U. (2021). PENGENALAN SOTANG (SISIS KENTANG) PRODUK UMKM JAMAN NOW KEPADA PEMUDA / I KP . BARAT Pengertian Karang Taruna. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 76–90.
- Putri, M. A. L., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. K. (2018). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UKM Kerajinan Endek Di Kabupaten Klungkung. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(4), 522–534. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.56>
- Ratmono, & Nahartyo. (2014). Model mediasi dan moderasi dalam hubungan antara sistem pengendalian manajemen, inovsi dan kinerja. *Jurnal Akuntansi Manajemen*.
- Ratnasari, S. L., Sutjahjo, G., Susanti, E. N., Tanjung, R., & Ismanto, W. (2021). Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Guru Melalui Kepuasan Kerja. *Manajemen Pendidikan*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.23917/jmp.v16i1.11149>
- Rompas, Y. C., Pio, R. J., & Rumawas, W. (2020). *Inovasi dan Kreativitas Kaitannya dengan Kinerja Karyawan*. 163–167.
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods For Business 4th Edition*. Salemba Empat.
- Sidiq, A., & Wijayanti, H. T. (2018). Analisis Model Relasional Jejaring Sebagai Katalisator Dalam Membangun Kinerja Bisnis. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 33(1), 1–19. <https://doi.org/10.24856/mem.v33i1.560>
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 148–154. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>

- Suryana. (2014). *Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Syafruddin, Muhammad Asdar, Dian AS Parawansa, M. N. (2021). the Effect of Innovation and Learning Orientation on Sme'S Business Performance (Study At Creative Industry, Craft Sub-Sector in West Nusa Tenggara. *Economic Bosowa*, 7(003), 73–86.
- Trisnawati, A. Y., Utomo, S. W., & Styaningrum, F. (2019). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pengalaman Berwirausaha Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Madiun. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 2337–9723, 247–256.
- Utama, L., & Nadi, J. K. (2017). *Pada Wirausaha Di Itc Cempaka Mas*. 80–88.
- Wahyuni, Fira E. (2022). *PENGARUH KREATIVITAS, PENGETAHUAN, DAN MOTIVASI TERHADAP INOVASI KARYAWAN*. 10, 98–109.
- Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan Kinerja UMKM Industri Kreatif Melalui Pengembangan Kewirausahaan dan Orientasi Pasar: Kajian pada Peran Serta Wirausaha Wanita di Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY. *Jurnal Sosio Humaniora*, 3(4), 27–39.
- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Y. Nasser, S. Kamisah, H. A. (2020). *Dampak Inovasi pada Kinerja UKM di Oman*. November. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36761.03686>
- Yunita, S. (2021). *PENGARUH KREATIVITAS DAN MOTIVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA BISNIS KULINER DI KAB OKU*. *Jurnal Visonist*, 10.