
PENGARUH INOVASI PRODUK, KREATIVITAS, DAN *ENTREPRENEURIAL SPIRIT* TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI PADA KEDAI MAKAN DI KELURAHAN PEMURUS DALAM BANJARMASIN)

Calvin Tio

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat
E- mail : calvintio.ct@gmail.com

Hastin Umi Anisah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT

This study aims to obtain evidence on the effect of product innovation, creativity, and entrepreneurial spirit on business success at Kedai Makan Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Using quantitative methods with a causal relationship. It is unknown with certainty the population of Kedai Makan in Pemurus Dalam Village with a sample of 40 respondents. Samples were taken using nonprobability sampling technique with saturated sampling. The data analysis technique used multiple linear regression approach supported by using Statistical Product and Service Solution (SPSS) 25. The results showed that product innovation and entrepreneurial spirit had a significant positive effect on business success, and creativity had no effect. Therefore, the better product innovation, application of product innovation and entrepreneurial spirit, the more successful the business will be. The managerial implication is for Kedai Makan in Pemurus Dalam Village to pay more attention to product innovation and entrepreneurial spirit. If product innovation and entrepreneurial spirit are managed properly, it will support the success of the Kedai Makan business.

Keywords: *Product Innovation, Creativity, Entrepreneurial Spirit, Business Success*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti tentang pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan entrepreneurial spirit terhadap keberhasilan usaha di Kedai Makan Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Menggunakan metode kuantitatif dengan hubungan kausal. Tidak diketahui secara pasti populasi Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam dengan sample sebanyak 40 responden. Sampel diambil menggunakan teknik nonprobability sampling dengan penarikan sampling jenuh. Teknik analisis data menggunakan pendekatan regresi linear berganda yang didukung dengan menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS) 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk dan entrepreneurial spirit berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha, dan kreativitas tidak berpengaruh. Oleh karena itu semakin baik inovasi produk pengaplikasian inovasi produk dan entrepreneurial spirit, maka semakin tercapai keberhasilan usaha. Implikasi manajerial agar Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam lebih memperhatikan inovasi produk dan

entrepreneurial spirit. Jika inovasi produk dan entrepreneurial spirit dikelola dengan baik, maka akan mendukung dalam memperoleh keberhasilan usaha Kedai Makan.

Kata Kunci: *Inovasi Produk, Kreativitas, Entrepreneurial Spirit, Keberhasilan Usaha*

PENDAHULUAN

Dunia saat ini sedang mengalami krisis global akibat Pandemi Covid-19. Hal ini berdampak pada seluruh dimensi kehidupan masyarakat baik dari segi politik, sosial, budaya, dan terutama pada aspek ekonomi. Pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan dan peraturan untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19. Virus Covid-19 ini juga memberi dampak kepada setiap masyarakat yang memiliki usaha, terutama kepada masyarakat yang membuka usaha pada sektor makanan. Banyak Kedai Makan yang mengalami kerugian akibat dampak pandemi Covid-19 ini. Hal tersebut dapat dilihat dari berkurangnya jumlah konsumen karena peraturan pemerintah yang melarang masyarakat untuk makan ditempat. Selain itu, Kedai Makan juga menganjurkan masyarakat untuk menjaga jarak dan pengurangan jumlah pengunjung pada tempat yang kecil.

Hal inipun berdampak pada seluruh Kedai Makan terutama pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Melalui hasil observasi awal yang dilakukan berupa wawancara kepada beberapa pemilik Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin menyatakan bahwa selama beberapa tahun ini terus melakukan inovasi berupa pembaharuan menu makanan dan minuman baru, melakukan kreativitas dengan ide dan gagasan untuk mencari solusi permasalahan, dan terus percaya diri akan usaha yang dijalankan untuk mencapai suatu kata keberhasilan usaha.

Peraturan inipun juga diterapkan oleh setiap pelaku UMKM rumah makan di seluruh Indonesia. Pelaku UMKM rumah makan berusaha menyesuaikan dengan peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah, selama Pandemi Covid-19 setiap UMKM berusaha untuk tetap menjaga agar usaha mereka tetap bisa berhasil. Pelaku usaha tidak hanya berjuang dalam kondisi sulit Covid-19 tetapi juga menghadapi para pesaing pada usaha sejenis.

Setiap Kedai Makan harus melakukan inovasi dengan tujuan untuk mengembangkan serta mempertahankan pangsa pasar mereka (Dhewanto et al., 2014). Keberhasilan UMKM juga dituntut untuk berpikir kreatif, orang yang berpikir kreatif seseorang mampu berpikir tentang kebaruan (*different*), kegunaan (*utility*), dan dimengerti (*understable*). Individu yang memiliki ide kreatif mampu mengembangkan usaha mereka dengan menambah kegunaan dan manfaat,

semakin kreatif ide yang mereka miliki semakin mudah usaha yang dijalankan untuk dapat berhasil (Suryana, 2013). Seorang pelaku usaha semestinya memiliki jiwa kewirausahaan, dalam jiwa kewirausahaan sendiri terdapat sifat seperti, berani mengambil risiko, percaya diri yang tinggi, motivasi untuk berprestasi, serta kemampuan dalam hal kepemimpinan (Suryana, 2013). Berdasarkan pendahuluan tersebut maka tujuan penelitian untuk membuktikan pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan *entrepreneurial spirit* terhadap keberhasilan usaha.

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi

Inovasi menurut (Kotler dan Keller, 2009, p. 281) menyatakan bahwa penambahan yang memungkinkan perusahaan dapat memasuki pasar baru dengan cara memperbaiki sebuah produk untuk pelanggan, untuk tetap memimpin pasar dengan menggunakan variasi produk primer, dan dapat memecahkan masalah jangka pendek untuk seluruh kesulitan pada sektor industri. Konsep inovasi melibatkan inovasi produk, inovasi pasar, inovasi proses, pemakaian bahan baku yang baru dan memperoleh bahan baku tersebut dengan cara-cara dan inovasi pada sebuah organisasi.

Produk

Produk menurut (Madura, 2007, p. 144) dapat diartikan secara luas, produk dapat berupa wujud barang ataupun jasa, dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku usaha secara terus-menerus melakukan peningkatan produk yang sudah ada dan mengembangkan produk baru dari waktu ke waktu untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Produk adalah segala suatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, diminta, digunakan, dibeli atau dihabiskan pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang ada.

Inovasi Produk

Inovasi produk menurut (Dhewanto et al., 2014, p. 67) suatu hasil dari ekspansi produk terbaru oleh suatu badan, baik yang sudah tersedia maupun yang belum tersedia sebelumnya. Inovasi produk dapat berupa produk lama yang sudah mencapai titik puncak di pasar, sehingga memerlukan pembaharuan produk baru untuk menggantikan produk yang lama.

Kreativitas

Kreativitas menurut (Dhewanto et al., 2014) menyatakan bahwa kreativitas merupakan perubahan dalam sebuah aktivitas kehidupan akibat dari sebuah ide atau pemikiran. Kreativitas individu melibatkan kemampuan untuk mendatangkan *point of view* yang baru dan berbeda dengan subjeknya.

Entrepreneurial Spirit

Jiwa kewirausahaan menurut (Suryana, 2013, p. 2) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan disiplin ilmu tersendiri, yang tersusun secara sistematis, dan dapat diimplementasikan dalam bentuk kreativitas dan keinovasian.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut (McClelland, 1976) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha ditentukan oleh prestasi, motif, optimisme, status kewirausahaan dan sikap nilai atau keberhasilan suatu usaha. Keberhasilan usaha juga ditentukan oleh perilaku kewirausahaan

Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas, Dan *Entrepreneurial Spirit* Terhadap Keberhasilan Usaha

Inovasi produk merupakan hasil dari ekspansi produk baru oleh suatu perusahaan, baik yang sudah ada maupun yang belum ada sebelumnya. Menurut (Kusuma dan Atmaja, 2018), variabel inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Variabel inovasi produk dapat menjadi pengacu pada penentuan suatu UKM dengan menggunakan ide untuk membuat suatu produk baru secara signifikan meningkatkan keberhasilan usaha. Pelaku usaha kecil perlu melakukan inovasi agar tidak kalah bersaing dengan produk serupa.

Kreativitas merupakan kemampuan untuk dapat mengembangkan ide dan menemukan cara baru dalam memecahkan masalah dan menghadapi peluang. Ekasari dan Nurhasanah (2018) menyatakan bahwa pelaku usaha seringkali melakukan kreasi. Seseorang menghasilkan suatu produk baru ataupun melakukan kombinasi dari hal yang sudah ada sebelumnya, dalam penelitiannya variabel kreativitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dimensi keberhasilan usaha. Banyak orang memandang perusahaan yang berhasil karena memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif, dengan berpikir kreatif dan bertindak inovatif banyak orang yang berhasil dan sukses. Kreativitas merupakan proses berpikir untuk mendapatkan hasil

berupa ide-ide, gagasan, dan pemikiran-pemikiran untuk menciptakan suatu hal yang baru dan berbeda.

Jiwa Kewirausahaan merupakan bakat atau minat yang dimiliki seseorang sejak kelahirannya. Jiwa kewirausahaan dapat dibentuk melalui proses pendidikan dan pengalaman. Sulastri (2017) dengan tujuan mengetahui pengaruh signifikan jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha susu kedelai di Kecamatan Braja Seleh Lampung Timur. *Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa variabel X (jiwa kewirausahaan) berpengaruh positif terhadap variabel Y (keberhasilan usaha) susu kedelai di Kecamatan Braja Seleh Lampung Timur.* Jiwa kewirausahaan mampu memberikan semangat atau motivasi pada diri seseorang untuk bisa melakukan sesuatu. Jiwa kewirausahaan juga merupakan ilmu untuk mengarahkan seseorang untuk bekerja secara lebih teratur dan fokus dalam mencapai mimpinya. Jiwa kewirausahaan mampu mendapatkan peluang untuk memecahkan masalah.

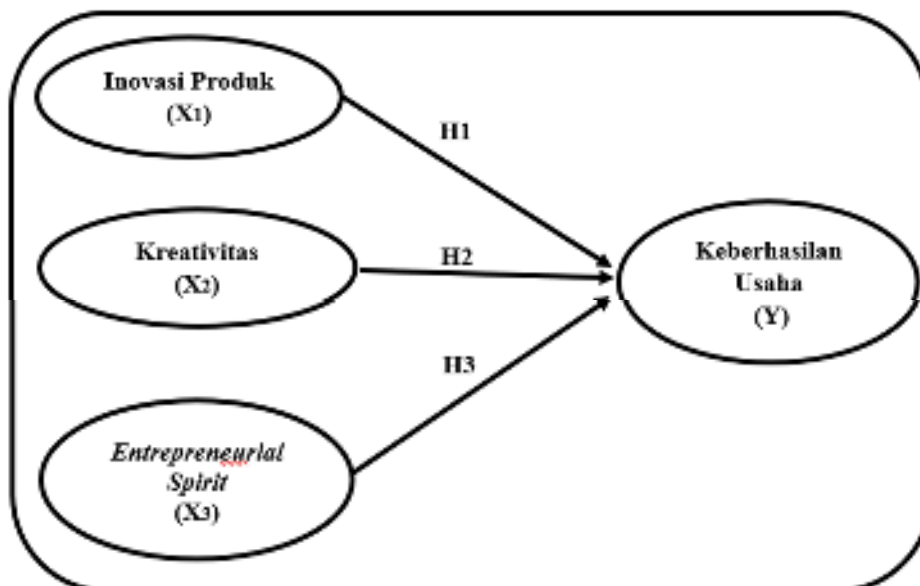
Kerangka Pikir dan Hipotesis

Kerangka Pikir

Model penelitian ini disusun berdasarkan pada berbagai studi empiris yang telah dilakukan diantaranya:

1. Pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha (Alkachvi dan Handayani, 2010) ; (Kusuma dan Atmaja, 2018) ; (Dhewanto et al., 2015) ; (Kraus et al., 2012) ; (Alkusani dan Ilmafa'ati, 2021).
2. Pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha (Alkachvi dan Handayani, 2010) ; (Ekasari dan Nurhasanah, 2018) ; (Syamsuri et al., 2021) ; (Suryana, 2013) ; (Fauzi dan Soehari, 2020) ; (Tang et al., 2015).
3. Pengaruh *entrepreneurial spirit* terhadap keberhasilan usaha (Farida dan Widayanti, 2015) ; (Sulastri, 2017) ; (Saiman, 2014) ; (Suryana, 2013) ; (Trimiyanto et al., 2017) ; (Utari dan Yusrik, 2021).

Berdasarkan berbagai studi empiris diatas maka model atau kerangka konseptual penelitian dalam hal ini disusun sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: (Alkachvi dan Handayani, 2010) ; (Kusuma dan Atmaja, 2018) ; (Dhewanto et al., 2015) ; (Kraus et al., 2012) ; (Alkusani dan Ilmafa'ati, 2021) ; (Ekasari dan Nurhasanah, 2018) ; (Syamsuri et al., 2021) ; (Suryana, 2013) ; (Fauzi dan Soehari, 2020) ; (Tang et al., 2015) ; (Farida dan Widayanti, 2015) ; (Sulastri, 2017) ; (Saiman, 2014) ; (Trimiyanto et al., 2017) ; (Utari dan Yusrik, 2021).

Hipotesis

Berdasarkan uraian dan kerangka pikir diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H₁: Inovasi Produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

H₂: Kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

H₃: *Entrepreneurial Spirit* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif dengan sifat penelitian asosiatif kausal. Pada penelitian *nonprobability sampling* yang menjadi teknik sampling. penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah 1) responden dengan usia minimal 16 tahun, 2) usaha yang dijalankan setidaknya berjalan minimal 2 tahun, 3) berdomisili di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin.

Teknik analisis yang digunakan adalah *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Teknik pengumpulan data berupa data primer yang didapatkan dari hasil kuisioner. Menurut teori Roscoe buku (Sugiyono, 2019) yang menyatakan bahwa apabila penelitian yang dilakukan dengan analisis multivariate (korelasi atau regresi linear berganda) maka jumlah anggota sampel minimal sepuluh kali dari jumlah variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini ada empat buah variabel yaitu inovasi produk, kreativitas, *entrepreneurial spirit*, dan keberhasilan usaha berdasarkan hal tersebut :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah variabel} \times 10 \\ &= 4 \times 10 \\ &= 40 \text{ responden} \end{aligned}$$

Definisi Operasional Penelitian

Pada penelitian ini variabel-variabel yang menjadi pengamatan didefinisikan seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Definisi Oprasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Inovasi Produk (X1)	1. Fitur produk 2. Desain atau rancangan produk 3. Kualitas produk	(Dhewanto et al., 2015)
2	Kreativitas (X2)	1. Ingin tahu 2. Optimis 3. Flexibel 4. Mencari solusi 5. Suka berimajinasi	(Suryana, 2013)
3	<i>Entrepreneurial Spirit</i> (X3)	1. Percaya diri 2. Memiliki inisiatif 3. Motivasi berprestasi 4. Jiwa kepemimpinan 5. Berani mengambil resiko	(Suryana, 2013)
4	Keberhasilan Usaha (Y)	1. Laba	(Noor, 2007)

		2. Produktivitas 3. Efisiensi 4. Daya saing 5. Kompetensi 6. Etika usaha 7. Citra baik	
--	--	---	--

Variabel Bebas (X)

1. Inovasi Produk (X1)

Inovasi produk merupakan pengembangan produk makanan baru oleh suatu usaha. Kedai Makan bisa berupa produk makanan lama yang sudah mencapai titik jenuh di pasar, dan memerlukan sebuah produk makanan dengan inovasi baru untuk menggantikan produk yang lama. Indikator inovasi produk menurut (Dhewanto et al., 2015, pp. 108–109) seperti: (1) fitur produk, (2) desain dan rancangan produk, dan (3) kualitas produk.

2. Kreativitas (X2)

Kreativitas merupakan keahlian untuk dapat mengembangkan ide dan menemukan cara-cara baru untuk memecahkan masalah dan menghadapi kesempatan yang ada. Seorang pelaku usaha Kedai Makan yang dihadapkan pada ide atau gagasan yang baru, berkemungkinan memiliki kreativitas yang tinggi dan ketika menjalankan usaha harus berani mengambil segala risiko. Indikator kreativitas menurut (Suryana, 2006) seperti: (1) ingin tahu, (2) optimis, (3) flexible, (4) mencari solusi, dan (5) suka berimajinasi.

3. Entrepreneurial Spirit (X3)

Jiwa Kewirausahaan adalah seorang pelaku usaha Kedai Makan yang memiliki ambisi, perilaku, perbuatan, dan skill seseorang dalam menyelesaikan permasalahan usaha dan kegiatan yang bertujuan mendapatkan pencapaian, penciptakan, dan menerapkan kerja, teknologi dan produk makanan baru dalam rangka meningkatkan efisiensi untuk memberikan jasa yang lebih baik dengan tujuan memperoleh keuntungan maksimal. Sedangkan indikator *entrepreneurial spirit* menurut (Suryana, 2013) seperti: (1) percaya diri, (2) memiliki sifat inisiatif, (3) memiliki kemauan untuk berprestasi, (4) memiliki jiwa kepemimpinan, dan (5) berani mengambil risiko.

Variabel Terikat (Y)

Keberhasilan Usaha (Y)

Keberhasilan usaha menyatakan bahwa sukses dalam menjalankan usaha Kedai Makan tidak diperoleh secara spontan, memerlukan perencanaan yang baik, memiliki visi dan misi, keuletan, dan keberanian dalam menjalankan usaha. Sedangkan indikator keberhasilan usaha menurut (Noor, 2007) seperti: (1) laba, (2) produktivitas, (3) efisiensi, (4) daya saing, (5) kompetensi, (6) etika usaha, serta (7) citra baik.

HASIL DAN ANALISIS

Responden penelitian ini adalah memiliki sekaligus pengelola Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang. Karakteristik responden menunjukkan bahwa terdapat 20 responden laki-laki dan 20 responden perempuan. Mayoritas berusia 20-29 dan 30-39 tahun dengan pendidikan terakhir paling banyak lulusan SMA berjumlah 16 orang. Lamanya berusaha adalah 3 tahun dengan frekuensi sebanyak 12 orang.

Program perhitungan SPSS versi 25 dalam penelitian merupakan alat penguji data pada penelitian ini.

1. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2. Data Kelompok Usia

		Kelompok Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	16	40.0	40.0	40.0
	2.00	16	40.0	40.0	80.0
	3.00	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber: Output Data SPSS 25 (2022)

Mayoritas pemilik usaha Kedai Makan paling banyak berusia 20-29 tahun dan 30-39 tahun berjumlah 16 dengan persentase 40%. Anggraeni (2017) menjelaskan bahwa usia merupakan faktor dominan dalam keberhasilan usaha, karena semakin bertambah usia seseorang maka semakin bertambah juga ilmu pengetahuan yang dimiliki.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Data Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wanita	20	50.0	50.0	50.0
	Pria	20	50.0	50.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber: Output Data SPSS 25 (2022)

Jumlah responden pemilik usaha dalam penelitian ini baik pria maupun wanita berjumlah sama yaitu 20 responden dengan persentase masing-masing 50%. Sumar (2015) menyatakan bahwa kesamaan kondisi bagi pria maupun wanita untuk memperoleh kesempatan dan hak yang sama sebagai manusia agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam kegiatan baik itu ekonomi, politik hingga sosial budaya.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. Data Pendidikan Terakhir

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	4	10.0	10.0	10.0
	SMP	6	15.0	15.0	25.0
	SMA	16	40.0	40.0	65.0
	D3	4	10.0	10.0	75.0
	S1	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber: Output Data SPSS 25 (2022)

Mayoritas responden paling banyak tingkat pendidikan terakhir adalah SMA berjumlah 16 responden dengan persentase 40%. (Ratnasari, 2017) menyatakan bahwa tingkat pendidikan dalam memperoleh keberhasilan suatu usaha sangat beragam. Berdasarkan hal tersebut, tingkat pendidikan memang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dengan pendidikan pemilik usaha Kedai Makan akan memiliki pemikiran selangkah lebih maju dan mampu berpikir kepekan dalam merancang strategi dan rencana yang baik untuk dilaksanakan.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Berusaha

Tabel 5. Data Lamanya Berusaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 Tahun	10	25.0	25.0	25.0
	3 Tahun	12	30.0	30.0	55.0
	4 Tahun	2	5.0	5.0	60.0
	5 Tahun	6	15.0	15.0	75.0
	Lebih dari 5 Tahun	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber: Output Data SPSS 25 (2022)

Mayoritas lamanya berusaha adalah 3 tahun dengan total 12 responden dengan persentase 30%. Hal ini menunjukkan bahwa lama berusaha pemilik Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin cukup beragam. Menurut Azra (2019) lamanya berusaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha, tingkah laku seseorang pemilik usaha juga dipengaruhi lamanya berusaha, setiap orang memiliki strategi tersendiri dalam menjalankan usaha, sehingga belum tentu pemilik usaha lama yang lebih unggul dan lebih berhasil dibandingkan pemilik usaha yang baru berjalan.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program *software Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan melihat. Kuesioner dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, maka dapat dinyatakan butir pernyataan valid. Kriteria untuk mengukur tingkat validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan dengan r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) $n-2 = 40-2 = 38$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,3120.

Berdasarkan hasil yang dihitung dan berdasarkan hasil signifikasin maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel sudah valid pada penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas digunakan dengan mengukur *Cronbach Alpha*, suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2018). Masing-masing variabel memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.72648953
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.051
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Berdasarkan Tabel 5.32 dapat diketahui bawah nilai Asymp. Sig. (2-Tailed) sebesar 0,200 yang mana nilai ini $> 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara data yang diuji dengan data normal baku. Artinya, data yang diuji pada penelitian ini terdistribusi secara normal atau populasi dalam penelitian ini diambil dari populasi yang tepat.

b. Uji Linearitas

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

<u>Variabel Dependen</u>	<u>Variabel Independen</u>	<u>F Hitung</u>	<u>F Tabel</u>	<u>Keterangan</u>
Keberhasilan Usaha	<u>Inovasi Produk</u>	1,086	2,19	Linear
	<u>Kreativitas</u>	1,176	2,13	Linear
	<u>Entrepreneurial Spirit</u>	2,049	2,13	Linear

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Hasil perhitungan F hitung, kemudian dibandingkan dengan F tabel. Jika F hitung > F tabel, maka hipotesis nol yang menyatakan bahwa spesifikasi model dalam bentuk fungsi linear ditolak (Ghozali, 2018). F hitung < F tabel, dapat disimpulkan semua variabel dalam penelitian ini berada pada satu garis lurus atau garis yang sejalan.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

<u>Variabel</u>	<u>Tolerance</u>	<u>Batasan Tolerance</u>	<u>VIF</u>	<u>Batasan VIF</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Inovasi Produk (X1)</u>	0,529	0,10	1,890	10	<u>Tidak Terjadi Multikolinieritas</u>
<u>Kreativitas (X2)</u>	0,324	0,10	3,085	10	<u>Tidak Terjadi Multikolinieritas</u>
<u>Entrepreneurial Spirit (X3)</u>	0,458	0,10	2,182	10	<u>Tidak Terjadi Multikolinieritas</u>

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Nilai Cutttof yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas adalah apabila nilai *Tolerance* > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji. Bila nilai *Tolerance* < 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji sedangkan untuk melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*): Bila nilai VIF < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Tidak terdapat data yang kurang dari 0,10 dan melebihi 10 sehingga terhindar dari multikolinieritas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,527	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kreativitas (X2)	0,888	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Entrepreneurial Spirit (X3)	0,269	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Jika variabel *independen* signifikan secara statistik mempengaruhi variabel *dependen*, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal dapat terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 0,05 (5%), maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Nilai *Sig.* > 0,05 menandakan variabel bebas inovasi produk, kreativitas, dan *entrepreneurial spirit* yang digunakan terhindar dari heteroskedastisitas.

3. Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Faktor	Koefisien Regresi	t Hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	10,165			
Inovasi Produk (X1)	0,398	2,529	0,016	Signifikan
Kreativitas (X2)	-0,043	-0,282	0,779	Tidak Signifikan
Entrepreneurial Spirit (X3)	0,967	6,466	0,000	Signifikan
t tabel =				
R = 0,883		F Hitung = 42,511		
R Square = 0,780		Sig F = 0,00		
Adjusted R Square = 0,762		F tabel = 2,87		
Std. Error = 2,838				

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Berdasarkan tabel regresi linear berganda diketahui sebagai berikut:

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 10,165 + 0,398 X_1 - 0,043 X_2 + 0,967 X_3 + 2,838$$

Variabel inovasi produk memiliki nilai *Sig.* 0,016 sehingga inovasi produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Kreativitas memiliki nilai *Sig.* 0,779 sehingga kreativitas tidak ada pengaruh terhadap keberhasilan usaha. *Entrepreneurial spirit* memiliki nilai *Sig.* 0,000 sehingga *entrepreneurial spirit* berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

4. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1027,059	3	342,353	42,511	,000 ^b
Residual	289,916	36	8,053		
Total	1316,975	39			

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Nilai F hitung > F tabel, yaitu $42,511 > 2,87$ dan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya model regresi dapat digunakan untuk mengukur variabel terikat atau bisa dikatakan bahwa variabel bebas merupakan variabel penjelas terhadap variabel terikat.

5. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	2,529	2,028	0,016	Signifikan
Kreativitas (X2)	-0,282	2,028	0,779	Tidak Berpengaruh Signifikan
Entrepreneurial Spirit (X3)	6,466	2,028	0,000	Signifikan

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

Variabel inovasi produk, dan *entrepreneurial spirit* memiliki hasil uji yang signifikan, variabel kreativitas mendapatkan hasil tidak berpengaruh signifikan.

Inovasi produk dan *entrepreneurial spirit* berperan terhadap keberhasilan usaha, dikarenakan setiap terjadinya peningkatan pada variabel ini menggambarkan ada pengaruh yang positif dalam memaksimalkan keberhasilan usaha. Inovasi produk dapat menjadi pengacu pada penentuan suatu UKM dengan menggunakan ide untuk membuat suatu produk baru secara signifikan meningkatkan keberhasilan usaha. Pelaku usaha kecil perlu melakukan inovasi agar tidak kalah bersaing dengan produk serupa. *Entrepreneurial spirit* menjadi penentu dalam pemecahan masalah dari sebuah permasalahan dapat diambil pelajaran, pemecahan masalah juga memerlukan keterampilan khusus atau memerlukan sikap jiwa kewirausahaan.

Kreativitas tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Kreativitas tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha bukan berarti tidak ada perannya sama sekali terhadap keberhasilan usaha. Hal ini juga bisa disebabkan karena banyaknya responden yang tingkat

pendidikan hanya sampai jenjang SMA sehingga kurang dalam menerapkan ide dan gagasan yang kreatif.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.780	.762	2.838

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

Sumber: Data Output SPSS 25 (2022)

R Square sebesar 0,780 atau 78% menunjukkan bahwa pengaruh variabel *independen* (X) (inovasi produk, kreativitas, dan *entrepreneurial spirit*) terhadap variabel *dependen* (Y) (keberhasilan usaha) sebesar 78% sementara 22% lainnya dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien positif sebesar 0,398. Nilai t hitung 2,529 > tabel 2,028 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,016 menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis pertama (H1) pada penelitian ini menyatakan bahwa inovasi produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) diterima.

Inovasi Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya inovasi produk yang dilakukan pemilik usaha Kedai Makan maka semakin meningkat juga mencapai keberhasilan usaha.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien positif sebesar -0,043. Nilai t hitung $-0,282 >$ tabel 2,028 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,779 menunjukkan bahwa kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis pertama (H2) pada penelitian ini menyatakan bahwa kreativitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) ditolak.

Kreativitas tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Hal ini terbukti semakin baik ide atau gagasan kreatif yang dikembangkan ternyata hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh *Entrepreneurial Spirit* Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa *entrepreneurial spirit* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien positif sebesar 0,967. Nilai t hitung $6,466 >$ tabel 2,028 dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 menunjukkan bahwa *entrepreneurial spirit* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil uji tersebut, maka hipotesis pertama (H3) pada penelitian ini menyatakan bahwa *entrepreneurial spirit* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y) diterima.

Entrepreneurial spirit berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya *entrepreneurial spirit* pemilik usaha maka semakin meningkat juga mencapai keberhasilan usaha.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Penelitian membuktikan pengaruh inovasi produk, kreativitas, dan *entrepreneurial spirit* terhadap keberhasilan usaha di masa Pandemi Covid-19 (studi pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin). Penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa inovasi produk, dan *entrepreneurial spirit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keberhasilan usaha pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin, sementara kreativitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin.

Hasil ini semoga dapat membantu secara gambaran, pemahaman, dan diharapkan dapat menjadi pedoman dibidang kajian yang sama, khususnya yang akan meneliti mengenai inovasi produk, kreativitas, *entrepreneurial spirit*, dan keberhasilan usaha. Pemilik usaha Kedai Makan harus memperhatikan variabel tersebut agar menjadi acuan dalam menjalankan usaha.

SARAN

1. Bagi pemilik usaha Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin agar lebih mempertimbangkan seperti inovasi produk, dan *entrepreneurial spirit* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin.
2. Bagi pemilik usaha Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin perlu melakukan inovasi produk seperti: memperhatikan fitur produk, desain produk, dan kualitas produk. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah pemilik usaha Kedai Makan mencapai keberhasilan usaha.
3. Bagi pemilik usaha Kedai Makan di Kelurahan Pemurus Dalam Banjarmasin perlu meningkatkan *entrepreneurial spirit* seperti: mempunyai kepercayaan diri, memiliki inisiatif, motivasi untuk tetap berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan, dan berani mengambil resiko. Hal tersebut bertujuan untuk mempermudah pemilik usaha Kedai Makan mencapai keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkachvi, M. D., & Handayani, T. (2010). *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi produk terhadap Keberhasilan Usaha (Survey pada Pengusaha Sentra Sangkar Burung Sukahaji Bandung)*. 2005, 1–12.
- Alkusani, A., & Ilmafa'ati, R. (2021). The Influence of Entrepreneurship, Creativity and Business Location on Business Success. *Innovation Research Journal*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.30587/innovation.v2i1.2397>
- Alma, B. (2014). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Anggraeni, N. M. D. (2017). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah Pada Pengrajin Tenun Songket Di Desa Jinengdalem Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(1), 158. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i1.20000>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azra, A. T. (2019). Analisis Pengaruh Modal Usaha Lama Usaha dan Jenis Usaha Terhadap Laba Usaha Mustahik Studi Pada UMKM Binaan Baznas Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 5. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5602/4921>
- BPS Kota Banjarmasin, Pendataan Potensi Desa (Podes) 2020*. (n.d.).
- D'Orville, H. (2019). New perspectives on major global issues. *Cadmus*, 4(1), 1–127.
- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Zendry, C. (2015). *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil & Mikro*. Penerbit Alfabeta.
- Dhewanto, W., Mulyaningsih, H. D., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Ameka, I. (2014). *Manajemen Inovasi Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (M. Bedatu (Ed.)). Penerbit Andi.
- Ekasari, N., & Nurhasanah. (2018). *Pengaruh Lokasi dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi*. 2, 1.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi*. Alfabeta.
- Farida, E., & Widayanti, R. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Kemampuan Kerja dan Jiwa Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Kripik Tempe Sanan Malang. 4(1), 1–23.
- Fauzi, M., & Soehari, T. D. (2020). the Effect of Entrepreneurial Attitudes, Innovation and Creativity on Business Success in the Garment Industry (Cv. Celbym and Yeiko). *Dinasti International Journal of Management Science*, 2(1), 125–131. <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i1.413>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan*

Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.

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

Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi*. Salemba Empat.

<https://upk.kemkes.go.id/new/4-manfaat-vaksin-covid-19-yang-wajib-diketahui>. (n.d).
<https://upk.kemkes.go.id/new/4-manfaat-vaksin-covid-19-yang-wajib-diketahui>

Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. In A. Maulana & Y. S. Hayati (Eds.), *Edisi Millenium, Jilid 2* (Vol. 2). Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong. (2008). *No Title*.

Kraus, S., Pohjola, M., & Koponen, A. (2012). Innovation in family firms: An empirical analysis linking organizational and managerial innovation to corporate success. *Review of Managerial Science*, 6(3), 265–286. <https://doi.org/10.1007/s11846-011-0065-6>

Kusuma, N. T., & Atmaja, P. T. (2018). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Di Provinsi Yogyakarta*. 1(1), 46–51.

Lestari, F. (2013). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung. *Artikel Ilmiah*, 14–15.

Madura, J. (2007). *Pengantar Bisnis*. Salemba Empat.

McClelland, D. C. (1976). *The Achieving Society*.

Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial*. Rajawali Pers.

Paulk, M. C., Curtis, B., Chrissis, M. B., & Weber, C. V. (1993). *Capability Maturity Model for Software, Version 1.1*. Software Engineering Institute, CMU/SEI-93-TR-24.

Permatasari, I. R., & Sulasari, A. (2019). Kajian Peranan Orientasi Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm Di Kota Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 13(1), 49. <https://doi.org/10.33795/j-adbis.v13i1.64>

Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122–134.

Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus* (E. Sri Suharsi (Ed.); 2nd ed.). Salemba Empat.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Salemba Empat.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.).

Sukmaningrum, A., & Imron, A. (2017). *MEMANFAATKAN USIA PRODUKTIF DENGAN USAHA KREATIF INDUSTRI PEMBUATAN KAOS PADA REMAJA DI GRESIK*. 05, 9–

25.

Sulastri, S. (2017). Pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha susu kedelai di Kecamatan Braja Sebah Lampung Timur. *Dinamika*, 3(2), 37–44.

Sumar, W. T. (2015). Implementasi Kesetaraan Gender Dalam Bidang Pendidikan. *Musawa*, 7(7), 158–182. <https://media.neliti.com/media/publications/113902-ID-implementasi-kesetaraan-gender-dalam-bid.pdf>

Suparyanto. (2012). *Kewirausahaan Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil*. Alfabeta.

Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat.

Syamsuri, R., Puspita, R., & Alfian, R. N. (2021). Kreativitas dan Kemampuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha Opak Desa Pegajahan pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 215–224.

Tang, X. H., Badara Kabia, A., & Arkady, D. (2015). Creativity & Innovation a Road Map to Business Success and Growth in Sierra Leone: from Intuition to Process Management. In *Type: Double Blind Peer Reviewed International Research Journal Publisher: Global Journals Inc* (Vol. 15, Issue December).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.

Trimiyanto, H. H., Pitoyo, D., & Gunarto, M. (2017). Effect of Entrepreneurial Spirit of Creativity and The Impact on Business Success Industrial Center Bags in Bandung. *ICEISR*, 18–20.

Utari, D., & Yusrik, M. (2021). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Cafe Di Kota Palembang. *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 6(1), 13–25. <https://doi.org/10.54077/jembatan.v6i1.52>

Velasquez, M. G. (2007). *Etika Binis*. Andi Publisher.

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.