

**PENGARUH MOTIVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA
(Studi Pada Pelaku Usaha Sale Pisang di Kabupaten Cilacap)**

Elfrida Wardani Hidayat
Email: wardanielfrida@gmail.com
Esti Margiyanti Utami, S.E., M.Si.
Wijayanti, S.E., M.Sc.

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Purworejo**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha sale pisang di Kabupaten Cilacap dan (2) pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha sale pisang di Kabupaten Cilacap. Populasi penelitian ini adalah pelaku usaha mikro sale pisang di Kabupaten Cilacap. Sampel penelitian ini berjumlah 150 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan sampel jenuh. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan *skala likert*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

Kata Kunci : Motivasi, Kreativitas, Keberhasilan Usaha

A. PENDAHULUAN

Salah satu sektor yang menunjang perekonomian di Indonesia berasal dari sektor UMKM karena dari sektor inilah semua aspek berkaitan dengan pola kehidupan manusia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, *fashion*, dan lain-lain. Dalam pembangunan ekonomi Indonesia, peran usaha mikro kecil cukup strategis, banyak pihak meyakini bahwa usaha sektor mikro kecil mampu bertahan terhadap krisis ekonomi yang pernah dialami Indonesia beberapa tahun sebelumnya (www.bps.go.id). Seiring dengan perkembangan tersebut terdapat masalah yang dialami setiap wirausaha yaitu bagaimana mempertahankan dan mengembangkan usaha agar mampu mencapai keberhasilan usaha. Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah memiliki posisi penting, bukan saja dalam penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, dalam banyak hal mereka menjadi perekat dan menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Pemilik UMKM yang sukses adalah mereka yang mudah mengenali kebutuhan serta keinginan konsumen dan menjadikannya

sebagai sebuah peluang usaha karena salah satu tujuan pemasaran yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. Ide-ide kreatif dan menarik perlu dalam membangun sebuah merek dengan cara menambah variasi, ragam, atau tingkat mutu produk sesuai dengan keinginan konsumen agar mampu mencapai keberhasilan usaha yang diharapkan.

Menurut Haryadi (2008:78) keberhasilan usaha biasanya dilihat dari membesarnya skala usaha yang dimilikinya. Hal tersebut bisa dilihat dari volume produksi yang tadinya bisa menghabiskan sejumlah bahan baku perhari meningkat mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak. Sedangkan menurut Noor (2007:397) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis. Menurut Suryana (2013:108) Sukses dalam berwirausaha tidak boleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab. Ketidakmampuan pelaku usaha dalam mengikuti perkembangan yang ada akan berdampak pada keberhasilan usaha.

Menurut Rusdiana (2014:57) salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai seorang wirausahawan. Menurut Hasibuan (2008:141) motivasi adalah hal yang menyebabkan, dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang optimal. Sedangkan menurut Alma (2010:88) motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu, sedangkan motif adalah kebutuhan, keinginan, dorongan atau impuls. Motivasi seseorang tergantung pada kekuatan motivinya. Motif dengan kekuatan yang sangat besarlah yang akan menentukan perilaku seseorang.

Persaingan yang terjadi diantara usaha kecil biasanya akan mendorong mereka untuk lebih berpacu dalam meningkatkan produk mereka. Persaingan yang terjadi bukanlah antara apa yang diproduksi, tetapi antara apa yang mereka tambahkan pada produk mereka, sehingga produk tersebut memiliki daya tambah yang mampu membuat konsumen tertarik. Oleh karena itu suatu usaha haruslah memiliki kemampuan dalam menciptakan nilai tambah terhadap produknya. Hal ini dapat

dilakukan melalui peningkatan kreativitas dan keinovasian dalam produk yang ditawarkan.

Suryana (2013:66) kreativitas dan keinovasian merupakan jantung atau inti, atau rahasia kewirausahaan. Wirausahawan yang berhasil dan sukses disebabkan memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Hasil dari berpikir kreatif mencakup baru (*new*), berguna (*useful*), dan dapat dimengerti (*understable*). Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis (Alma, 2010:72). Menurut Zimmerer (2008:60) kreativitas tidak hanya menjadi sumber penting untuk mengembangkan keunggulan bersaing, tetapi juga merupakan kebutuhan untuk keberlangsungan hidup usaha.

Usaha sale pisang di Kabupaten Cilacap merupakan usaha turun temurun. Meskipun usaha yang telah dilaksanakan turun temurun sejak lama, tidak menjadikan para pengusahanya meningkat keberhasilan usahanya. Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan para pengusaha sale di Kabupaten Cilacap, dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha mereka masih rendah. Rendahnya keberhasilan usaha mereka dapat dilihat dari penjualan produk yang mereka jual belum meningkat pertahunnya atau dapat dibilang masih konstan.

Rendahnya motivasi para pelaku usaha sale pisang disebabkan karena para pelaku usaha sudah terlalu nyaman di posisi yang telah dicapai sehingga mereka tidak terlalu mempedulikan tentang apa yang harus dilakukan pada usaha mereka. Permasalahan lain yang terjadi yaitu mengenai kreativitas para pelaku usaha yang masih rendah. Faktor usia yang sudah tidak lagi muda dan jiwa kreativitas yang rendah menyebabkan para pelaku UMKM tidak dapat memaksimalkan produknya dengan kreativitas yang dimilikinya serta minimnya keingintahuan akan selera konsumen saat ini. Hal ini tentunya akan mempengaruhi keberhasilan usaha karena dengan tidak adanya kreativitas maka usaha tersebut akan semakin tertinggal dengan UMKM lainnya. Bertitik tolak dari uraian tersebut, maka seorang wirausaha harus dapat memotivasi dirinya sendiri dan memiliki kreativitas yang tinggi agar lebih meningkatkan keberhasilan usaha tersebut. Berdasarkan uraian diatas, peneliti merasa tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada pelaku usaha Sale Pisang di Kabupaten Cilacap) “**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM Sale Pisang di Kabupaten Cilacap ?
2. Apakah kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha UMKM Sale Pisang di Kabupaten Cilacap ?

C. Kajian Teori

1. Keberhasilan usaha

Menurut Noor (2007:397) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis. Menurut Steinhoff dan Burgess dalam Suryana (2003:66) mengemukakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk mencapai pengembangan keberhasilan usaha adalah harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko, baik waktu maupun uang.

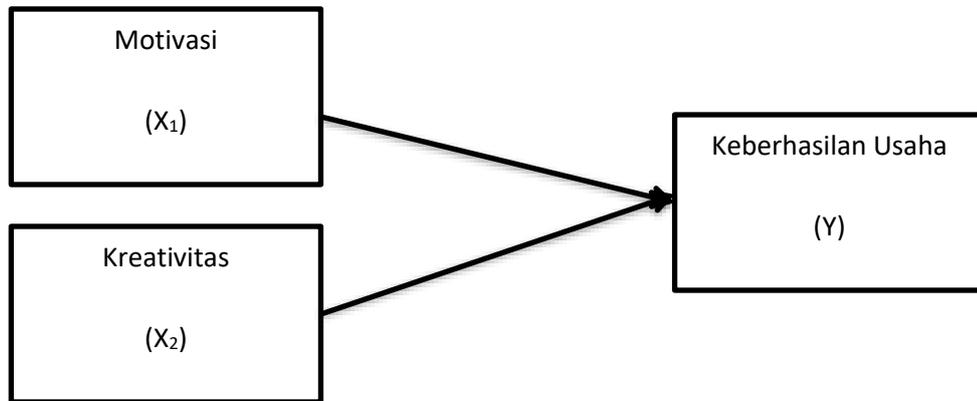
2. Motivasi

Menurut Rusdiana (2013:57) salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Menurut Alma (2010:89) motivasi adalah kemauan untuk berbuat sesuatu sedangkan menurut Hasibuan (2007:142) motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan seseorang agar mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upaya untuk mencapai kepuasan.

3. Kreativitas

Kreativitas menurut Rusdiana (2014:94) adalah menghadirkan gagasan baru. Kreativitas merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Kreativitas merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan karena adanya perubahan lingkungan. Zimmerer (2008:60) kreativitas tidak hanya menjadi sumber penting untuk mengembangkan keunggulan bersaing tetapi juga merupakan kebutuhan untuk keberlangsungan hidup usaha.

D. Kerangka Pikir



Gambar 1

Kerangka Pikir

Keterangan:

→ : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

E. Hipotesis

1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut Rusdiana (2014:57) salah satu kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausahawan adalah motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakatnya melalui pencapaian prestasi kerja sebagai seorang wirausahawan.

Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2018), Gemia, *et al* (2016) dan Azizah (2013). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi akan semakin tinggi keberhasilan usaha.

H₁: Motivasi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

2. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha

Menurut Alma (2009:72) kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis. Menurut Zimmerer

(2008:60) kreativitas tidak hanya menjadi sumber penting untuk mengembangkan keunggulan bersaing, tetapi juga merupakan kebutuhan untuk keberhasilan usaha. Keterkaitan antara kreativitas dengan keberhasilan usaha didukung penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2018), Dewi, *et all* (2015) penelitian ini menjelaskan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan semakin tinggi kreativitas akan semakin tinggi keberhasilan usaha.

H₂: Kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

F. Metode Penelitian

1. Devinisi Operasional Variabel

Keberhasilan usaha menurut Noor (2007:397) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Indikator keberhasilan usaha menurut Noor (2007:397) :

- a. Laba (*Profitability*)
- b. Produktivitas (*produvtivity*)
- c. Efisiensi (*efficiency*)
- d. Daya saing (*Competitivensess*)
- e. Kompetensi (*Competence*)
- f. Etika Usaha atau Etika Bisnis
- g. Terbangunnya citra yang baik (*Amanah, Trust*)

Motivasi menurut Hasibuan (2014:143) motivasi merupakan pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja. Indikator motivasi menurut MC.Clellan dalam Hasibuan (2018:162) antara lain:

- a. Kebutuhan akan prestasi
- b. Kebutuhan akan afiliasi
- c. Kebutuhan akan kekuasaan

kreativitas menurut Rusdiana (2014:96) kreativitas adalah menghadirkan gagasan baru. Indikator kreativitas menurut Guilford dalam Rusdiana (2014:104) antara lain:

- a. Kelancaran (*fluency*)
- b. Keluwesan (*fleksibility*)
- c. Keaslian (*originality*)
- d. Penguraian (*elaboration*)

e. Perumusan kembali (*redifinition*)

2. Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas digunakan untuk mengukur kemampuan suatu kuesioner dalam mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:52). Hasil uji validitas instrumen menunjukkan bahwa motivasi (X_1), kreativitas (X_2), dan keberhasilan usaha (Y) mempunyai nilai *pearson correlation* lebih dari 0,3 dan semuanya bernilai positif. Sehingga butir pernyataan (instrumen) dalam kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

Reliabilitas adalah alat ukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011:47). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* >0,7 dan *Cronbach's Alpha If Item Deleted* >0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan dalam kuesioner mengenai variabel motivasi (X_1), kreativitas (X_2), dan keberhasilan usaha (Y) semuanya reliabel, artinya kuesioner yang digunakan dalam penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila digunakan secara berulang kali dari waktu ke waktu.

G. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil penelitian

a. Analisis regresi linear berganda

Tabel 1

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	<i>pvalue</i>	Keterangan
Motivasi (X_1)	0,410	0,000	positif dan signifikan
Kreativitas (X_2)	0,376	0,000	positif dan signifikan

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui persamaan garis regresi dalam penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 0,410X_1 + 0,376X_2$$

Persamaan regresi tersebut berarti:

- 1) $b_1 = 0,410$ artinya motivasi (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa apabila motivasi ditingkatkan maka keberhasilan usaha akan meningkat.
- 2) $b_2 = 0,376$ artinya kreativitas (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa apabila kreativitas ditingkatkan maka keberhasilan usaha akan meningkat.

b. Pengujian Hipotesis (Uji Signifikansi Parsial)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, dapat dilihat bahwa variabel motivasi (X_1) mempunyai p_{value} $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif, maka keberhasilan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Variabel kreativitas (X_2) mempunyai p_{value} $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif, maka keberhasilan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).

2. PEMBAHASAN

a. H_1 : Penerapan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda yang disajikan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel motivasi memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* $0,410$ dengan nilai p_{value} atau signifikansi sebesar $0,000$. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima yang menyatakan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis pertama pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan motivasi pada pengusaha sale pisang yaitu ingin mengembangkan kreativitas dalam menjalankan usaha, berantusias untuk berprestasi tinggi dalam menjalankan usaha, berkeinginan menjadi orang yang selalu diterima oleh orang lain, berkeinginan diterima dengan baik dalam lingkungannya, berkeinginan maju dan tidak pernah gagal dalam menjalankan usaha, berkeinginan ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan usahanya, terus berusaha untuk memiliki kedudukan yang terbaik, dan terus berupaya mengerahkan seluruh kemampuan dalam menjalankan usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2018), Gemia, *et all* (2016) dan Azizah (2013) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel motivasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha.

b. H₂: Penerapan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian dengan menggunakan uji analisis regresi linear berganda yang disajikan pada Tabel 1 menunjukkan bahwa variabel kreativitas memiliki nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,376 dengan nilai *pvalue* atau signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H₂) diterima yang menyatakan kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Terbuktinya hipotesis kedua pada penelitian ini dapat dilihat dari penerapan kreativitas pada pengusaha sale pisang yaitu mempunyai banyak ide, mampu memecahkan berbagai permasalahan yang terjadi, mampu menciptakan ide sendiri tanpa meniru orang lain, mampu menguraikan ide-ide saya secara lebih terperinci, dan mampu melihat persoalan dari sudut pandang yang berbeda dengan oranglain.

Hasil penelitian ini sesuai dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2018), Dewi, *et all* (2015) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

H. Kesimpulan

1. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha sale pisang di Cilacap.
2. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pelaku usaha sale pisang di Cilacap.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchtari. 2010. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Azizah, S.N. 2013. Pengaruh Motivasi Usaha Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Pada Usaha Mikro Pedagang Sate di Desa Canndiwulan Kecamatan Adimulyo Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*. Vol.12 No. 1.
- BPS.2018.*Profil Industri Mikro Kecil*. Diunduh dari www.bps.go.id pada tanggal 16 November 2019.
- Dewi, *et al.* 2015. Pengaruh Kreativitas Dan perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Mediasi Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*.
- Gemia, *et al.* 2016. Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Pringan Timur Indonesia. *Jurnal Manajemen Teknologi* Vol. 15. No 03, Page: 297-305.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi, Dedi. 2001. *Tahap Perkembangan Usaha Kecil: Dinamika dan Peta Potensi Pertumbuhan*. Bandung: Akatiga.
- Hasibuan, Melayu. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Edisi Revisi. Bumi Aksara.
- Noor , Henry Faizal. 2007. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Rusdiana. 2018. *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susanti, D.A. 2018. Pengaruh Motivasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Studi kasus UMKM Jenang Kudus. Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Muria Kudus.
- Zimmerer, dkk. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Edidi 5*. Jakarta: Salemba Empat.