INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA PELAKU UMKM PADA SAAT PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN BULUNGAN

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Diana Mustika
NIM. 201741034

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
2021

INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA PELAKU UMKM PADA SAAT PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN BULUNGAN

SKRIPSI

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Diana Mustika
NIM. 201741034

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KALTARA

TANJUNG SELOR

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Pada Saat Pandemi Covid 19 di Kabupaten Bulungan
Nama Mahasiswa	: Diana Mustika
NPM	: 201741034
Fakultas	: Ekonomi
Program Study	: Manajemen

Tim penguji Skripsi:

Pembimbing

Dewi Qomariah Imelda, MM., Ak
NIDN: 11.050573.02

Penguji I

Rina Sri Wahyuni, SE., M.Acc
NIDN: 11.200183.03

Penguji II

Dedik Wirvawan, ST., MM
NIDN: 11.191179.01

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Adi Asyuan Nur, M.Si
NIDN: 11.231083.01

Ketua Prodi Manajemen

Dedik Wirvawan, ST., MM
NIDN: 11.191179.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA PELAKU UMKM PADA SAAT PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN BULUNGAN

Disusun oleh Diana Mustika. NPM: 201741034

Telah disetujui dan dipertahankan didepan dewan penguji

Pada tanggal 30 Juli 2021

TIM PENGUJI

Pembimbing : **Dewi Qomariah Imelda, MM.,Ak**
NIDN: 11.050573.02

Penguji 1 : **Rina Sri Wahyuni, SE., M.Acc**
NIDN: 11.200183.03

Penguji 2 : **Dedik Wiryawan, ST., MM**
NIDN: 11.191179.01

Aspian Nur, M.Si
NIDN : 11.231083.01

Dedik Wiryawan, ST., MM
NIDN : 11.191179.01

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak pernah ada pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini terdapat unsur - unsur jiplakan, saya bersedia skripsi dan Gelar Sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 30 Juli 2021

Yang membuat pernyataan

Diana Mustika

RIWAYAT HIDUP

Diana Mustika, lahir pada tanggal 6 Januari 1997 di Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan. Merupakan anak kedua dari empat bersaudara pasangan Ayahanda Musa B dan Ibunda Siti Rubiah. Memulai pendidikan di Sekolah Dasar (SD) Negeri 013 Tanjung Palas di Tanjung Palas dan lulus tahun 2006. Pada tahun 2006 melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Tanjung Palas di Tanjung Palas dan lulus tahun 2012. Pada tahun 2012 melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri 2 Tanjung Selor dan lulus tahun 2015.

Pada tahun 2017 melanjutkan Pendidikan Akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara Tanjung Selor dengan memilih Jurusan Manajemen. Pada tahun 2020 mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan IX yang berlokasi di Desa Mangkupadi Kecamatan Tanjung Palas Timur Kabupaten Bulungan selama tiga puluh hari. Kemudian dilanjut pada tahun 2021 mengikuti Kuliah Kerja Profesi (KKP) yang berlokasi di Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Kalimantan Utara.

Tanjung Selor, 30 Juli 2021

Diana Mustika

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada :

Ayahanda dan ibundaku tercinta, yang tak kenal lelah dalam memberikan motivasi baik secara materi dan memberikan kasih sayangnya dengan iklas tanpa pamrih. Terima kasih juga buat saudaraku saudariku yang selalu menyemangati, dan orang tersayang noto dwi sucipto yang selalu ada memberiku motivasi dan membuatku semakin semangat untuk berjuang.

Serta kawan-kawan yang tersayang anak 90'an yang selalu memberikan harapan dan semangat serta menemaniku dalam keadaan suka maupun duka.....

ABSTRAK

Diana Mustika, 2021. Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan dibawah bimbingan Ibu Dewi Qomariah Imelda, MM.,Ak. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui apakah inovasi dan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja usaha pelaku UMKM pada saat pandemic covid 19. Jenis metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling yaitu proportionate stratified random sampling menggunakan rumus slovin dengan jumlah responden sebanyak 120 responden. Pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Structural Equation Modeling (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan inovasi terhadap kinerja usaha pelaku UMKM Kabupaten Bulungan. (2) Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kreativitas terhadap kinerja usaha pelaku UMKM Kabupaten Bulungan. (3) Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan inovasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha pelaku UMKM Kabupaten Bulungan

Kata Kunci : Inovasi, Kreativitas, Kinerja Usaha

ABSTRACT

Diana Mustika, 2021. *Innovation and Creativity on Business Performance of Small and Medium Enterprises during the Covid 19 Pandemic in Bulungan Regency under the guidance of Mrs. Dewi Qomariah Imelda, MM.,Ak. The purpose of this study is to determine whether innovation and creativity affect the business performance of MSME actors during the covid 19 pandemic. The type of research method used is quantitative. The population in this study were SMEs in Bulungan Regency. The sampling technique used was probability sampling, namely proportionate stratified random sampling using the Slovin formula with a total of 120 respondents. Data collection is in the form of distributing questionnaires. The analytical technique used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) analysis.*

The results showed that: (1) There is a positive and insignificant effect of innovation on the business performance of MSME actors in Bulungan Regency. (2) There is a positive and insignificant effect of creativity on the business performance of MSME actors in Bulungan Regency. (3) There is a positive and insignificant effect of innovation and creativity on the business performance of SMEs in Bulungan Regency.

Kata Kunci : Innovation, Creativity, Business Performance

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Mendengar lagi Maha Melihat dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya memberikan kesehatan, kekuatan dan ketabahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan"** untuk digunakan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara. Salam dan salawat juga penulis haturkan atas Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat yang senantiasa istiqamah di jalan-Nya.

Penulis tentunya tidak akan pernah sanggup menyelesaikan skripsi ini tanpa didukung dengan doa dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Orang tua penulis, Bapak Musa B dan Ibu Siti Rubiah yang telah melahirkan penulis ke dunia ini dan telah membesarkan serta merawat penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.
2. Prof. Dr. Ir. Abdul Jabarsyah, M.Sc. selaku Rektor Universitas Kaltara.
3. Adi Aspian Nur, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.

4. Dedik Wiryawan, ST., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Kaltara.
5. Dewi Qomariah Imelda, MM, Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan serta petunjuk-petunjuk yang berguna kepada penulis guna menyempurnakan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah memberikan bantuan fasilitas selama penulis mengikuti pendidikan.
7. Seluruh responden yang telah membantu mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Semogabantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Allah SWT.
8. Kerabat saya Noto dan Saudara tercinta yang selalu ada untuk menghibur dan selalu siap membantu apapun yang dibutuhkan penulis. serta keluarga besar penulis yang banyak memberikan bantuan secara moril maupun materil.
9. Sahabat-sahabat terbaikku dari awal masuk kuliah yaitu "Anak90an" Annisa, Dian, Diana, Hani, Tiara, Khatarina, Kina yang selalu memberikan dukungan dan kebahagiaan selama ini. Bersama mereka penulis belajar kesetiakawanan, kedewasaan, selalu berfikir positif dan banyak keceriaan yang penulis rasakan bersama mereka.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan "Kotler 2017" yang telah berjuang bersama, berbagi senang dan susah, dan senantiasa membantu dan memberi dukungan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah banyak memotivasi dan membantu selama ini.

Penyusun menyadari bahwa isi laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran, kritik, dan koreksi yang sifatnya membangun sebagai masukan bagi penyempurnaan pada penyusunan berikutnya masih sangat diperlukan.

Semoga dengan adanya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada kita semua terutama penyusunan dan kepada rekan-rekan mahasiswa jurusan Manajemen yang berda di lingkungan Universitas Kaltara.

Tanjung Selor, 30 Juli 2021

Diana Mustika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
RIWAYAT HIDUP v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 8
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4. Manfaat Penelitian 9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1. Landasan Teori 10
2.1.1. Manajemen Sumber Daya Manusia 10
2.1.1.1. Teori Manajemen Sumber daya Manusia 10
2.1.1.2. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia 11
2.1.1.3. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia 13
2.1.2. Inovasi 14
2.1.2.1. Defensi Inovasi 14
2.1.2.2. Jenis Inovasi 15
2.1.2.3. Indikator Inovasi 16
2.1.3. Kreativitas 17
2.1.3.1. Pengertian Kreativitas 17
2.1.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreatifitas 18
2.1.3.3. Indikator Kreativitas 18
2.1.4. Kinerja Usaha 19
2.1.4.1. Pengertian Kinerja Usaha 19

2.1.4.2. Indikator Kinerja Usaha 21
2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan 24
2.2.1. Dian Hana Pertiwi (2017) 25
2.2.2. Putri Mentari (2018) 26
2.2.3. Siti Mardiah (2017) 28
2.2.4. Rika Devi Kurniasari (2018) 29
2.2.5. Siti Nuraizah (2019) 31
2.3. Kerangka Pemikiran 32
2.4. Keterkaitan Antar Variabel dan Hipotesa 34
2.4.1. Hubungan antara Inovasi terhadap Kinerja Usaha 34
2.4.2. Hubungan antara Kreativitas terhadap Kinerja Usaha 34
2.4.3. Hubungan antara Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha 35

BAB III METODE PENELITIAN
3.1. Rancangan Penelitian 36
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian 36
3.3. Populasi dan Sampel 37
3.3.1. Populasi 37
3.3.2. Sampel 38
3.4. Definisi Operasional Variabel 39
3.5. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data 41
3.5.1. Sumber Data 41
3.5.2. Metode Pengumpulan Data 42
3.6. Uji Instrument 43
3.6.1. Uji Validitas 43
3.6.2. Uji Reliabilitas 44
3.7. Teknik Analisis Data 45
3.8. Rancangan Kuisioner 53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian 54
4.1.1. Keadaan Geografi Kabupaten Bulungan 54
4.2. Gambaran Umum Responden 56
4.2.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57
4.2.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan 58
4.2.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 59
4.2.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja 61
4.3. Uji Instrument Penelitian 62
4.3.1. Uji Validitas 62
4.3.2. Uji Reliabilitas 64
4.4. Deskripsi Variabel Penelitian 64
4.4.1. Deskripsi Variabel Inovasi (X1) 65
4.4.2. Deskripsi Variabel Kreativitas (X2) 68

4.4.3. Deskripsi Variabel Kinerja Usaha (Y) 69
4.5. Hasil Pengujian Analisis SEM 72
4.5.1. Normalitas 72
4.5.2. Outlier 72
4.5.3. Linieritas 73
4.6. Goodness of Fit Model 74
4.7. Model Pengukuran (CFA) 75
4.7.1. Variabel Inovasi (X1) 76
4.7.2. Variabel Kreativitas (X2) 77
4.7.3. Variabel Kinerja Usaha (Y1) 78
4.8. Model Struktural 79
4.9. Pengujian Hipotesis 81
4.9.1. Pengaruh Langsung antara Inovasi (X1) terhadap Kinerja Usaha (Y) 81
4.9.2. Pengaruh Langsung antara Kreativitas (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y) 81
4.9.3. Pengaruh Langsung antara Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y) 82
4.10. Pembahasan 82
4.10.1. Semakin Baik Inovasi Akan Semakin Tinggi Kinerja Usaha 82
4.10.2. Semakin Baik Kreativitas Akan Semakin Tinggi Kinerja Usaha 83
4.10.3. Semakin Baik Inovasi dan Kreativitas Akan Semakin Tinggi Kinerja Usaha 84

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan 87
5.2. Saran 88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Survey Pelaku Usaha UMKM	5
Tabel 3.1	Rencana Jadwal Penelitian Skripsi Tahun 2021	37
Tabel 3.2	Rincian Populasi Dalam Penelitian.....	48
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian	40
Tabel 3.4	Kriteria Goodness of Fit.....	50
Tabel 4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja	61
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.7	Tabel Nilai dan Predikat.....	65
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Inovasi (X1)	66
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Kreativitas (X2).....	68
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel Kinerja Usaha (Y)	70
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Asumsi Linieritas.....	74
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Goodness Of Fit Overall Model	75
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Measurement Model Variabel Inovasi (X1)	76
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Measurement Model Variabel Kreativitas (X2)	77
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Measurement Model Variabel Kinerja Usaha (Y1)...	78
Tabel 4.16	Hasil Analisis Jalur : Pengaruh Langsung	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Percobaan Inovasi 6

Gambar 1.2 Pengembangan Kreativitas 6

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 33

Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Bulungan 56

Gambar 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 58

Gambar 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan 59

Gambar 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 60

Gambar 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja 62

Gambar 4.6 Hasil Pengukuran dengan Model SEM 79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dan pengelolaan UMKM yang baik dan benar merupakan salah satu pondasi atau dasar untuk bertumbuhnya suatu usaha kecil dan menengah menjadi lebih besar sehingga dapat membantu peningkatan pada perekonomian daerah maupun perekonomian negara. UMKM di Indonesia saat ini bertumbuh sangat pesat dan merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang berawal dari industri keluarga atau industri rumahan. Peranan UMKM di Indonesia sangatlah penting karena melalui UMKM terciptanya lapangan - lapangan usaha atau lahan - lahan baru untuk mata pencarian penduduk Indonesia di berbagai bidang ekonomi. Dan dengan menjamurnya UMKM di Indonesia, UMKM dapat menyerap jumlah tenaga kerja yang banyak sehingga angka pengangguran di Indonesia pun dapat diminimalisir. Melalui UMKM pula, tenaga masyarakat dapat diberdayakan secara maksimal dan juga dapat membantu perekonomian daerah tempat bertumbuhnya UMKM tersebut. Perkembangan UMKM di Indonesia mengharuskan para pemilik UMKM untuk bertahan dan siap dalam persaingan dengan UMKM lainnya. Tidak terkecuali pada saat Covid-19 melanda Indonesia berbagai perusahaan yang terkena dampaknya, salah satunya sektor ekonomi. Hal ini dirasakan secara signifikan oleh para pelaku UMKM yang mengalami krisis ekonomi. Pasalnya, menurunnya daya beli masyarakat akibat pandemi Covid-19 juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Krisis ekonomi yang dialami UMKM tanpa disadari dapat menjadi

ancaman bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu pembinaan dan bantuan untuk pelaku UMKM di masa pandemi perlu menjadi perhatian banyak sektor terutama lembaga pemerintah. Saat ini UMKM mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan PHK buruh, hal ini menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan. Untuk membangkitkan kembali kondisi ini diperlukan solusi dan pemulihan. Langkah prioritas jangka pendek adalah dengan menciptakan stimulus pada sisi permintaan dan mendorong platform digital (*online*) untuk memperluas kemitraan. Upaya lainnya yaitu melalui kerjasama dalam pemanfaatan inovasi dan kreativitas yang dapat menunjang perbaikan mutu dan daya saing produk, proses pengolahan produk, kemasan dan sistem pemasaran serta lainnya.

Kreatifitas dalam pengembangan di bisnis UMKM saat ini sangat diperlukan terutama bagi para pelaku UMKM agar lebih semangat untuk menciptakan inovasi dimasa pandemi ini sehingga akan membantu dalam pertumbuhan ekonomi dan agar dapat bertahan serta beradaptasi di masa pandemi Covid 19 ini (Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020). Oleh karena itulah sebagai pelaku bisnis ini harus selalu bisa memotivasi dirinya sendiri sehingga dapat selalu kreatif dalam berinovasi dan mewujudkannya terutama di saat adanya krisis global seperti Pandemi virus Covid 19 yang sedang terjadi saat ini.

Abdullah (2013) mengatakan bahwa kreativitas merupakan daya cipta yang bernilai lebih tinggi dalam menghasilkan produk baru dan pragmatis. Nilai lebih dapat dimaksudkan sebagai lebih baik, baru, bagus, benar, modifikatif, efektif, serta efisien. Sedangkan pragmatis diartikan sebagai lebih berguna, bermanfaat, dan mudah didapatkan. Lalu inovasi adalah pendayagunaan hasil dari kreativitas sehingga menjadi produk atau proses yang baru atau lain dari yang sebelumnya. Sesuatu yang baru atau lain tersebut bisa dengan bentuk barang/jasa, proses/ide, metode/cara yang dihasilkan melalui berpikir kreatif dan tindakan inovatif.

Dengan ramainya pelaku UMKM saat ini, maka turut mendorong tingginya persaingan antar pelaku UMKM. Banyaknya pelaku UMKM di pasaran dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat konsumen semakin sulit dalam menentukan arah pembelian karena banyaknya pilihan yang ditawarkan. Untuk menghadapi hal tersebut, para pelaku UMKM harus bisa meningkatkan kinerja usaha agar usahanya dapat bertahan. Kinerja perusahaan dan kemampuan untuk bertahan dalam persaingan ditentukan oleh kecepatan sebuah perusahaan mengembangkan kompetensi berbasis pengetahuan. Dengan pengetahuan, sebuah perusahaan dapat tetap mempertahankan keunggulan bersaingnya dan meningkatkan kinerja perusahaannya untuk belajar lebih cepat daripada pesaingnya (Yusuf, 2010).

Kondisi dimana permintaan manusia tidak akan ada habisnya terkhusus permintaan terhadap konsumsi kuliner, memicu para pelaku usaha untuk terus berkembang menciptakan hal-hal baru yang dapat diterima dan di gemari oleh

masyarakat luas agar usaha tersebut dapat terus eksis dan bersaing dengan usaha – usaha lain yang terus muncul. Oleh sebab itu para pelaku UMKM harus mengetahui betapa pentingnya inovasi dan kreativitas dalam pengembangan usahanya. Karena itulah peneliti kemudian menemukan fenomena masalah tentang bagaimana pentingnya inovasi dan kreativitas pada pengembangan usaha. Sehingga peneliti memutuskan untuk menganalisis mengenai "Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Pada Saat Pandemi Covid 19 di Kabupaten Bulungan". Pengetahuan mengenai inovasi dan kreativitas ini kemudian dapat digunakan untuk mengetahui prospek pelaku UMKM di masa mendatang dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan tersebut. Pelaku UMKM yang dijadikan obyek penelitian yaitu khususnya makanan kemasan yang terdapat di Kabupaten Bulungan.

Kabupaten Bulungan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Kalimantan Utara. Kabupaten Bulungan memiliki potensi untuk perkembangan UMKM. Penyebaran UMKM di Kabupaten Bulungan sangat merata sehingga potensi untuk dapat bersaing dalam hal penjualan sangat memungkinkan. Di masa pandemi covid 19 ini tentunya membuat dampak yang cukup signifikan diberbagai sektor terutama pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan.

Oleh karena itu, peneliti tertarik mendatangi pelaku UMKM khususnya dibidang makanan kemasan terkait kendala yang mereka hadapi dimasa pandemic saat ini untuk melakukan observasi awal. Pada observasi peneliti memberikan

pertanyaan kepada 20 pelaku UMKM sebagai responden dengan pertanyaan “a. Apakah selama pandemi covid 19 pelaku usaha melakukan percobaan inovasi”, “b. Apakah selama pandemi covid 19 pelaku usaha melakukan pengembangan kreativitas?” Dari pertanyaan diatas, jawaban yang di berikan oleh responden adalah sebagaimana dalam Tabel 1.1 berikut ini:

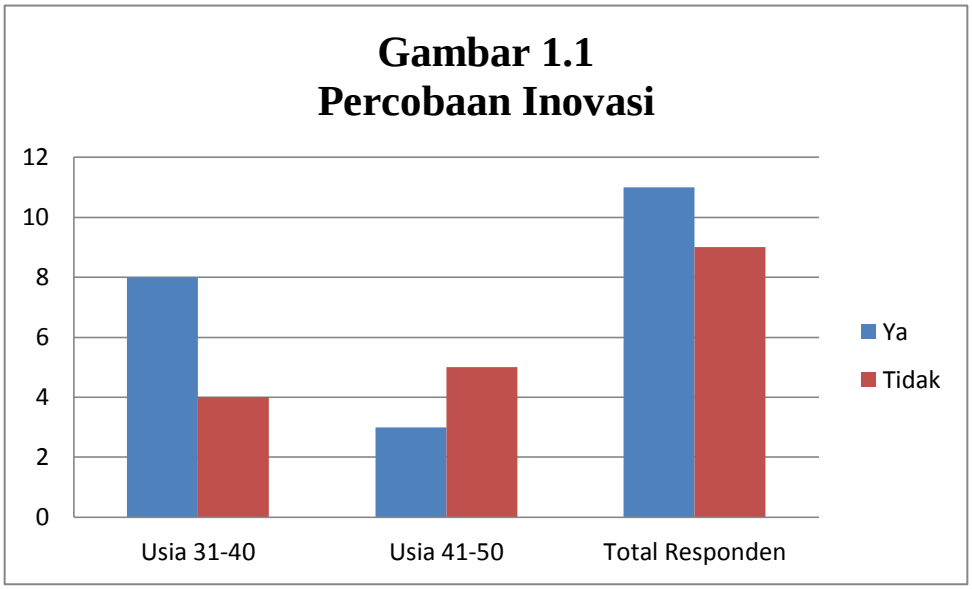
Tabel 1.1
Hasil Survai
Pelaku Usaha UMKM

No	Responden	Percobaan Inovasi				Pengembangan Kreativitas			
		Ya	%	Tidak	%	Ya	%	Tidak	%
1.	Usia 31-40	8	40	4	20	10	50	2	10
2.	Usia 41-50	3	15	5	25	2	10	6	30
Total Responden		**11**	**55**	**9**	**45**	**12**	**60**	**8**	**40**

Sumber: Penelitian Awal (2021)

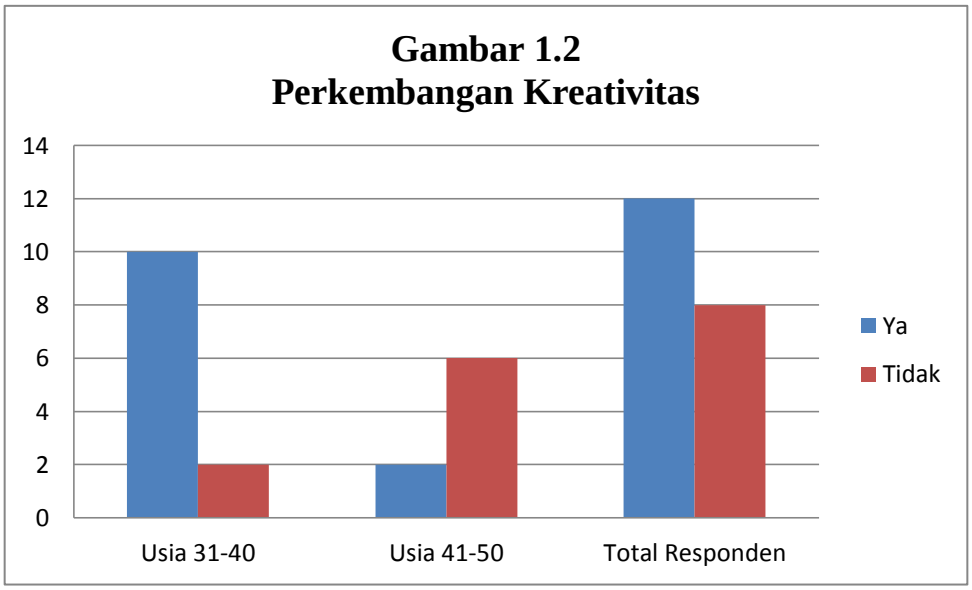
Dari tabel diatas bahwa beberapa pelaku UMKM masih ada yang belum melakukan inovasi dan pengembangan kreativitas. Secara keseluruhan apakah percobaan inovasi dan pengembangan kreativitas berjalan searah atau sebaliknya akan terlihat lebih jelas dalam bentuk grafik seperti gambar berikut ini:

Gambar 1.1
Percobaan Inovasi



Sumber: Penelitian Awal (2021)

Gambar 1.2
Perkembangan Kreativitas



Sumber: Penelitian Awal (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1, Gambar 1.1 di atas dapat diketahui bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan rata-rata umur 31-40 yang menjawab telah melakukan percobaan inovasi pada produknya sebesar 8 orang atau 40%, sedangkan yang menjawab tidak melakukan percobaan inovasi sebanyak 4 orang atau 20%. Pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan rata-rata umur 41-50 yang

menjawab telah melakukan percobaan inovasi pada produknya sebesar 3 orang atau 15%, sedangkan yang menjawab tidak melakukan percobaan inovasi sebanyak 5 orang atau 25%. Sehingga total responden telah melakukan percobaan inovasi pada produknya sebesar 11 orang atau 55% dan yang tidak menjawab melakukan percobaan inovasi sebesar 9 orang atau 45%.

Dari gambar 1.2 menunjukan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan rata-rata umur 31-40 yang menjawab telah melakukan pengembangan kreativitas pada produknya sebesar 10 orang atau 50%, sedangkan yang menjawab tidak melakukan pengembangan kreativitas sebanyak 2 orang atau 10%. Pelaku UMKM di Kabupaten Bulungan rata-rata umur 41-50 yang menjawab telah melakukan pengembangan kreativitas pada produknya sebesar 2 orang atau 10%, sedangkan yang menjawab tidak melakukan pengembangan kreativitas sebanyak 6 orang atau 30%. Sehingga total responden telah melakukan pengembangan kreativitas pada produknya sebesar 12 orang atau 60% dan yang tidak menjawab melakukan percobaan inovasi sebesar 8 orang atau 40%.

Namun kenyataannya, dari hasil pengamatan peneliti banyak pelaku UMKM yang mati suri dimasa pandemi covid 19 saat ini. Dikarenakan orderan dari produk yang mereka pasarkan berkurang yang dapat mengakibatkan penurunan penjualan dan berdampak pada pendapatan mereka.

Oleh karena itu, peneliti berniat untuk melakukan penelitian ini dikarenakan pentingnya mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha pelaku UMKM pada saat pandemi covid 19 di Kabupaten Bulungan. Selain itu peneliti juga ingin

mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul: **"INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA PELAKU UMKM PADA SAAT PANDEMI COVID 19 DI KABUPATEN BULUNGAN".**

1.2 Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha pelaku UMKM pada saat pandemi covid 19 di Kabupaten Bulungan. Berdasarkan masalah tersebut, maka rumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

a. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kabupaten Bulungan Pada Saat Pandemi Covid 19?
b. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kabupaten Bulungan Pada Saat Pandemi Covid 19?
c. Apakah Inovasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kabupaten Bulungan Pada Saat Pandemi Covid 19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha UMKM Kabupaten Bulungan Pada Saat Pandemi Covid 19.

b. Untuk mengetahui pengaruh Kreativitas terhadap Kinerja Usaha UMKM Kabupaten Bulungan Pada Saat Pandemi Covid 19.

c. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha UMKM Kabupaten Bulungan Pada Saat Pandemi Covid 19.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Praktis

Hasil penelitian mengenai pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap kinerja usaha pelaku UMKM pada saat pandemic Covid 19 di Kabupaten Bulungan, diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi UMKM sebagai pertimbangan dalam berpikir kearif dan menentukan strategi inovasi terhadap produk mereka pada masa yang akan datang.

b. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu manajemen, yang khususnya dibidang kewirausahaan yang terkait dengan usaha menghadapi persaingan melalui kreativitas dan inovasi strategi, produk, maupun jasa. Disamping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan teori bagi penelitian berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

2.1.1.1.Teori Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Handoko (2014), manajemen sumber daya manusia adalah penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk mencapai baik tujuan-tujuan individu maupun organisasi.

Menurut Hasibuan (2017) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni yang mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar aktif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat.

Menurut Mangkunegara (2013) Manajemen Sumber Daya Manusia adalah suatu pengelolaan dan pendayagunaan sumber daya yang ada pada individu. Pengelolaan dan pendayagunaan tersebut dikembangkan secara maksimal di dalam dunia kerja untuk mencapai tujuan organisasi dan pengembangan individu pegawai. Berdasarkan beberapa pendapat menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan manajemen sumber daya manusia merupakan suatu pengelolaan sumber daya manusia dalam suatu perusahaan secara efektif dan efisien agar dapat membantu terwujudnya tujuan dari perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai pengelolaan organisasional baik individual maupun kolektif terhadap asset manusia untuk memberikan kontribusi optimal dalam mencapai sasaran organisasi.

2.1.1.2.Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Hasibuan (2017) terdapat dua fungsi yang berperan didalam manajemen personalia yaitu fungsi manajerial dan fungsi operasional. Adapun fungsi-fungsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Manajerial
    a. Perencanaan (*Planning*)

        Perencanaan adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif untuk membantu terwujudnya tujuan. Perencanaan dilakukan dengan menetapkan program kepegawaian.

    b. Pengorganisasian (*Organizing*)

        Pengorganisasian adalah kegiatan untuk mengorganisasikan semua karyawan dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi.

    c. Pengarahan (*Directing*)

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

    d. Pengendalian (*Controlling*)

        Pengendalian adalah kegiatan mengendalikan semua karyawan agar mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan

rencana yang sebelumnya telah ditetapkan. Apabila terdapat kesalahan atau penyimpangan, diadakan perbaikan penyempurnaan rencana.

2. Fungsi Operasional

   a. Pengadaan tenaga kerja (*Recruitment*)

      Pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi dan induksi untuk mendapatkan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

   b. Pengembangan (*Development*)

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

   c. Kompensasi (*Compensation*)

      Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung (*Direct*) maupun tidak langsung (*indirect*), uang atau barang kepada karyawan sebagai imbalan balas jasa yang diberikan kepada perusahaan.

   d. Pengintegrasian (*Integration*)

      Pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan, agar terciptanya kerjasama yang serasi dan saling menguntungkan.

   e. Pemeliharaan (*Maintenance*)

      Pemeliharaan adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental dan loyalitas karyawan, agar mereka tetap mau

bekerja sama sampai masa pensiun. Pemeliharaan yang baik dilakukan dengan program kesejahteraan yang berdasarkan kebutuhan sebagian besar karyawan.

f. Kedisiplinan (*Dicipline*)

Kedisiplinan adalah keinginan dan kesadaran untuk mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan norma-norma sosial. Kedisiplinan merupakan fungsi yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit diwujudkannya tujuan maksimal.

g. Pemberhentian (*Separation*)

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

2.1.1.3.Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Tujuan utama dari manajemen sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan kontribusi sumber daya manusia terhadap organisasi dalam rangka mencapai produktivitas organisasi yang bersangkutan Notoatmojo (2019). Tujuan utama tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Tujuan Masyarakat (*Societal Objective*)

Untuk bertanggungjawab secara sosial terhadap kebutuhan dan tantangan-tantangan yang timbul dari masyarakat serta bertanggungjawab dalam

mengelola sumber daya manusianya agar tidak mempunyai dampak negatif terhadap masyarakat.

b. Tujuan Organisasi (*Organization Objective*)

   Untuk mengenal bahwa manajemen sumber daya manusia itu ada (*exist*) yang merupakan suatu perangkat atau alat untuk membantu tercapainya tujuan organisasi secara keseluruhan.

c. Tujuan Fungsi (*Funcional Objective*)

   Untuk memelihara (*maintain*) kontribusi sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas dan fungsinya dengan baik.

d. Tujuan Personel (*Personnel Objective*)

   Untuk membantu pegawai dalam mencapai tujuan-tujuan pribadinya yang merupakan disiplin kerja dan pemeliharaan terhadap pegawai dalam rangka pencapaian tujuan organisasi.

2.1.2 Inovasi

2.1.2.1.Definisi Inovasi

Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan,atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi “Everett M. Rogers (2013)”.

Larsen, P and Lewis, A, (2015) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan

kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Suryana (2013) inovasi yaitu: "sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan". Perusahaan juga dapat melakukan inovasi dalam bidang :

a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat).
b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dll).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.

2.1.2.2.Jenis Inovasi

Dalam studi literatur, Schumpeter (2018) menyebutkan bahwa terdapat lima kemungkinan jenis inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu :

a. Pengenalan produk baru atau perubahan kualitatif dari produk yang sudah ada;
b. Proses inovasi baru bagi industry;
c. Pembukaan pasar baru;
d. Pengembangan sumber- sumber pasokan bahan baku baru atau input lainnya, serta
e. Perubahan dalam organisasi.

2.1.2.3.Indikator Inovasi

Menurut Aloysius Gunadi Brata (2019:101) inovasi sering dikaitkan dengan kebaruan, dalam artian bahwa inovasi adalah suatu hal yang baru bagi pengrajin. Namun demikian, inovasi yang dilakukan oleh seorang pengrajin secara relatif belum tentu benar - benar baru bagi pengrajin lainnya. Indikator inovasi meliputi:

a. Produk. Seperti produk baru, perubahan komponen produk, perubahan desain produk.
b. Pelayanan. Seperti perubahan cara melayani pelanggan/pembeli, jenis pelayanan baru.
c. Proses. Seperti perbaikan proses produksi yang sudah ada, pemanfaatan alat/teknologi baru.
d. Pasar. Lokasi/tujuan pemasaran yang baru, segmen pasar yang baru.
e. Logistik. Seperti penggunaan bahan baku yang baru, penggunaan sumber pasokan bahan baku yang baru.

f. Organisasi Usaha. Seperti sistem pengelolaan produksi yang baru, penggunaan kontrol kualitas produksi, penyederhanaan pengambilan keputusan, pengembangan tenaga kerja dengan cara yang baru.

2.1.3. Kreativitas

2.1.3.1.Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah suatu proses yang menghasilkan sesuatu yang baru, dalam bentuk suatu gagasan atau suatu objek dalam suatu bentuk atau susunan yang baru (Hurlock 2015),

Sedangkan menurut Smith (2016) Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang berbeda baik berupa hasil yang dapat dinilai maupun berupa ide (tindakan yang menghasilkan karya cipta baru dan berbeda).

Suryana (2013) menyatakan bahwa kreativitas adalah: "Berpikir sesuatu yang baru"."Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang". Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan).

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang dalam bentuk suatu gagasan objek atau susunan yang baru.

2.1.3.2.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreatifitas

Menurut Munandara, 2019, faktor-faktor yang dapat mendorong terwujudnya kreativitas individu diantaranya:

a. Dorongan dari dalam diri sendiri Menurut Munandar, 2019 setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreativitas, mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya.
b. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya. Dorongan dari lingkungan Munandar, 2012 menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dapat berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan *(inteligensi)* dan pemerkayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan ketrampilan. Faktor kepribadian terdiri dari ingin tahu, harga diri dan kepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambil resiko dan sifat asertif (Kuwato, dalam Zulkarnain, 2012.

2.1.3.3.Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2013:23) bahwa, indikator Kreativitas adalah sebagai berikut:

a. Keahlian

Keahlian ialah suatu kemampuan yang melakukan sesuatu terhadap sebuah peran. Hal itu merupakan kemampuan yang bisa di pindahkan dari satu orang ke orang yang lainnya.

b. Kemampuan

Kemampuan merupakan kecakapan setiap individu untuk menyelesaiakn pekerjaannya atau menguasa hal-hal yang ingin dikerjakan dalam suatu pekerjaan, dan kemampuan juga dapat dilihat dari tindakan tiap-tiap individu.

c. Motivasi

Motivasi adalah sebuah dorongan, hasrat atau pun minat yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita-citra dan tujuan tertentu. Adanya motivasi akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang diinginkannya.

2.1.4. Kinerja Usaha

2.1.4.1.Pengertian Kinerja Usaha

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2012 : 25) menyatakan bahwa : Kinerja usaha merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan.

Menurut Prawirosentono, (2012:1) pada penelitian Mulyanto (2017:76) menyatakan bahwa : “Kinerja usaha adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenangnya dan tanggung jawabnya masing-masing, dalam rangka upaya

mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika".

Menurut Suci (2016) menyatakan bahwa : kinerja usaha merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Tujuan perusahaan yang terdiri dari: tetap berdiri atau eksis (survive), untuk memperoleh laba (benefit) dan dapat berkembang (growth), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik.

Menurut Mulyadi (2017) dalam penelitian menyatakan informasi akuntansi yang dipakai sebagai ukuran dalam kinerja manajer pusat pendapatan adalah pendapatan. Sedangkan informasi yang dipakai sebagai ukuran kinerja manajer pusat adalah biaya. Kinerja sebagai proses dimana organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi karyawan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja Usaha adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik.

Dari definisi diatas, dapat diketahui bahwa unsur - unsur yang terdapat dalam kinerja usaha terdiri dari:

a. Hasil - hasil fungsi pekerjaan
b. Faktor yang berpengaruh terhadap prestasi karyawan/pegawai seperti : Motivasi, kecakapan, persepsi peranan dan sebagainya.
c. Pencapaian tujuan organisasi.
d. Periode waktu tertentu.

2.1.4.2.Indikator Kinerja Usaha

Menurut jurnal penelitian Mulyanto (2017:76). Kinerja usaha merupakan suatu kondisi yang ingin dicapai sebagai hasil dari usaha yang telah dilakukan oleh seluruh komponen perusahaan. Dalam hal ini indikator dari kinerja usaha dapat diukur dengan perilaku aktual ditempat kerja yang bersifat dimensional, dimana dimensi kerja meliputi:

a. Kualitas output

   Kualitas output merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

b. Kuantitas output

   Kuantitas adalah tolok ukur suatu hal yang tertuju pada jumlah atau nilai yang dapat dihitung secara pasti.

c. Waktu kerja

   Waktu kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari danatau malam hari. Merencanakan pekerjaan-pekerjaan yang akan datang merupakan langkah-langkah memperbaiki pengurusan waktu. Apabila perencanaan pekerjaan belum dibuat dengan teliti, tidak ada yang dapat dijadikan panduan untuk menentukan bahwa usaha yang dijalankan adalah selaras dengan sasaran yang ingin dicapai.

d. Kerjasama dengan rekan kerja

Kerjasama merupakan sebuah pekerjaan yang dikerjakan oleh dua atau beberapa orang secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang sama. Kerjasama ini sangatlah diperlukan dalam sebuah pekerjaan.

Menurut Wibowo, 2014:2 Indikator untuk mengukur kinerja karyawan secara individu ada tujuh indikator:

a. Tujuan

Tujuan merupakan keadaan yang berbeda yang secara aktif dicari oleh seorang individu atau organisasi untuk dicapai. Pengertian tersebut mengandung makna bahwa tujuan bukanlah merupakan persyaratan, juga bukan merupakan keinginan. Tujuan merupakan suatu keadaan yang lebih baik yang ingin dicapai dimasa yang akan datang. Dengan demikian, tujuan menunjukkan arah ke mana kinerja harus dilakukan. Atas dasar arah tersebut, dilakukan kinerja untuk mencapai tujuan.

b. Standar

Standar mempunyai arti penting karena pemberitahuan kapan suatu tujuan dapat diselesaikan. Standar merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang ingin dicapai. Tanpa standar, tidak dapat diketahui kapan suatu tujuan tercapai. Kinerja seseorang dikatakan berhasil apabila mampu mencapai standar yang ditentukan atau disepakati bersama antara atasan dan bawahan. Standar menjawab pertanyaan tentang kapan kita tahu bahwa kita sukses atau gagal. kinerja seseorang dikatakan berhasil apabila mampu mencapai standar yang ditentukan atau disepakati bersama antara atasan dan bawahan.

c. Umpan balik

Umpan balik merupakan masukan yang digunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, standar kerja , dan pencapaian tujuan. Dengan umpan balik dilakukan evaluasi terhadap kinerja dan sebagai hasilnya dapat dilakukan perbaikan kinerja. Umpan balik terutama penting ketika kita mempertimbangkan "real goal" atau tujuan sebenarnya. Tujuan yang dapat diterima oleh pekerja adalah tujuan yang bermakna dan berharga. Umpan balik melaporkan kemajuan, baik kualitas maupun kuantitas.

d. Alat atau sarana

Alat atau sarana merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan dengan sukses. Alat atau sarana merupakan faktor penunjang untuk pencaian tujuan (kinerja). Tanpa alat atau sarana, tugas pekerjaan spesifik tidak dapat dilakukan dan tujuan tidak dapat diselesaikan sebagai mana seharusnya. Tanpa alat tidak mungkin dapat melakukan pekerjaan. Maka didalam hal ini perusahaan harus dapat memperhatikan alat atau sarana ini supaya menambah semangat kerja.

e. Kompetensi

Kompetensi merupakan persyaratan dalam kinerja. Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seorang karyawan untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan baik. Orang harus melakukan lebih dari sekedar belajar tentang sesuatu, orang harus melakukan pekerjaan dengan baik. Kompetensi memungkinkan seseorang mewujudkan tugas yang berkaitan dengan pekerjaan yang dilakukan untuk mencapai tujuan (kinerja).

f. Motif

Motif merupakan alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu. Manajer memfasilitasi motivasi kepada karyawan dengan insentif berupa uang, memberikan pengakuan, menetapkan tujuan menantang, menetapkan standar terjangkau, meminta umpan balik, memberikan kebebasan melakukan pekerjaan termasuk waktu melakukan pekerjaan, menyediakan sumber daya yang diperlukan dan menghapuskan tindakan yang mengakibatkan disintensif.

g. Peluang

Pekerja perlu mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan prestasi kerjanya. Terdapat dua faktor yang menyumbangkan pada adanya kekurangan kesempatan untuk berprestasi, yaitu ketersediaan waktu dan kemampuan untuk memenuhi syarat-syarat yang dibutuhkan oleh oleh perusahaan. Tugas mendapatkan prioritas lebih tinggi, mendapatkan perhatian lebih banyak, dan mengambil waktu yang tersedia. Jika pekerja dihindari karena supervisor tidak percaya terhadap kualitas dan kemampuan dari para karyawan itu sendiri, mereka secara efektif akan dihambat dari kemampuan memenuhi syarat untuk berprestasi.

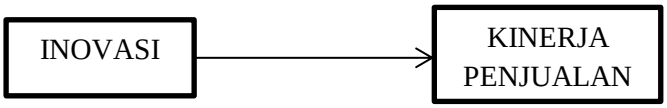
2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Hasil-hasil penelitian sebelumnya harus berasal dari penelitian sejenis dan memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan dalam penggunaan variabel, apakah sebagian atau seluruhnya. Hal ini bisa diperoleh dari hasil-hasil

penelitian yang sudah dipublikasikan pada berbagai jurnal manajemen baik nasional maupun internasional.

Penelitian yang lebih dahulu telah dilakukan dapat membantu penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu dapat dijadikan acuan dan sebagai pertimbangan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antar variabel yang memiliki kesamaan dalam penelitian. Begitu pula dengan penelitian ini juga terdapat penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan dengan variabel-variabel kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen sebagai berikut:

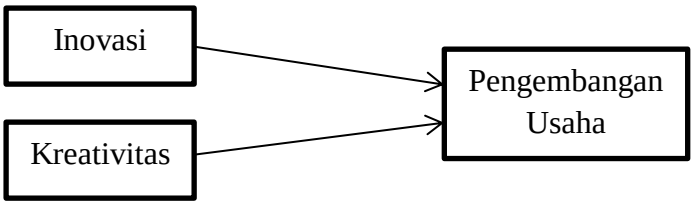
2.2.1. DIAN HANA PERTIWI (2017)

Nama Peneliti	Dian Hana Pertiwi
Tahun dan judul skripsi	(2017) "Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Penjualan pada Usaha Kecil Kerajinan Gerabah"
Tujuan penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: 1. Untuk mendeskripsikan profil responden pemilik usaha pada usaha kecil Kerajinan Gerabah Kasongan. 2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja penjualan pada usaha kecil Kerajinan Gerabah Kasongan.
Model	
Populasi dan sampel	Populasi dalam penelitian ini adalah 582 pengrajin seluruh Desa Kasongan Kabupaten Bantul dengan sampel penelitian sejumlah 60 responden.
Alat analisis	Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis
Hasil penelitian	Analisis deskriptif Variabel Inovasi menunjukan hasil bahwa secara umum rata-rata inovasi sebesar 3.81, nilai ini

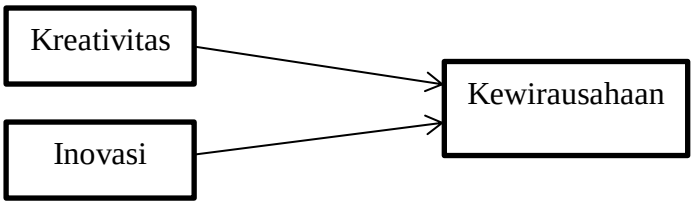
	termasuk kategori “Baik”. Variabel Kinerja Penjualan menunjukan hasil bahwa secara umum rata-rata kinerja penjualan sebesar 3,82, nilai ini termasuk dalam kategori “Baik” Analisis Regresi Linear Sederhana Dari hasil pengujian regresi linear sederhana maka dapat dibentuk persamaan regresi Y=17,179+0,346X. Karena angka koefisien regresi bernilai plus(+) maka dapat dikatakan bahwa Inovasi berpengaruh positif (X) terhadap Kinerja Penjualan (Y). Koefisien regresi sebesar 0,346 menyatakan bahwa setiap penambahan satu-satuan inovasi maka akan ada peningkatan sebesar 0,346 pada kinerja penjualan. Uji Hipotesis Hasil uji hipotesis menunjukan bahwa t hitung untuk persepsi dari pemilik perusahaan pada inovasi sebesar 6,669 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel1.67155 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan.
Yang dirujuk dari penelitian ini	Hasil akhir dari penelitian ini menunjukan bahwa peran inovasi sangat vital dalam perkembangan kinerja penjualan

2.2.2. PUTRI MENTARI (2018)

Nama Peneliti	Putri Mentari
Tahun dan judul skripsi	(2018) “Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Toko Pastry Di Kecamatan Medan Polonia”
Tujuan penelitian	1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap pengembangan usaha pada Toko Pastry di Kecamatan Medan Polonia. 2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap pengembangan usaha pada Toko Pastry di Kecamatan Medan Polonia. 3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi inovasi dan kreativitas terhadap pengembangan usaha pada Toko Pastry di Kecamatan Medan Polonia.

Model	
Populasi dan sampel	Populasi dalam penelitian ini adalah toko pastry yang berada di Kecamatan Medan Poloniadengan sampel penelitian sejumlah 30 responden.
Alat analisis	Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda.
Hasil penelitian	Analisis Regresi Linear Sederhana Dari hasil pengujian regresi linear berganda maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut: Y= -0,612 + 0,402X1 + 0,338X2 Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraiakan sebagai berikut: 1. Konstanta (β0) = -0,612 ini menunjukkan tingkat konstan, dimana jika variabel inovasi dan kreativitas adalah 0, maka variabel pengembangan usaha akan sebesar -0,612. 2. Koefisien (β1) = 0,402 ini menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha . Jika variabel inovasi meningkat sebesar satu satuan maka pengembangan usaha akan meningkat sebesar 0,402. 3. Koefisien (β2) = 0,338 ini menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap pengembangan usaha. Jika variabel kreativitas meningkat sebesar satu satuan maka pengembangan usaha akan meningkat sebesar 0,338.
Yang dirujuk dari penelitian ini	Indikator dalam mendapatkan hasil dari ketiga variabel yang menunjukan pengaruh positif.

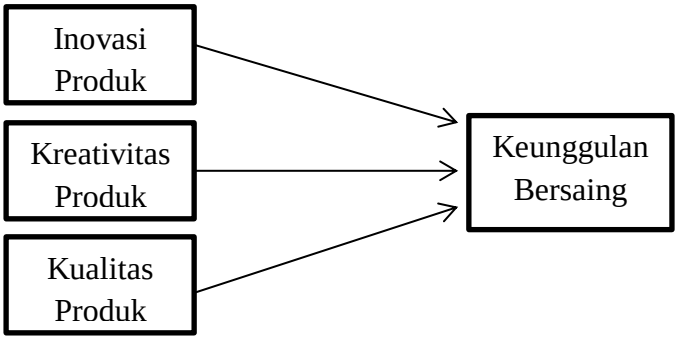
2.2.3. SITI MARDIAH (2017)

Nama Peneliti	Siti Mardiah
Tahun dan judul skripsi	(2017) "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kewirausahaan Umkm Food Court Di Sentra Grosir Cikarang"
Tujuan penelitian	1. Untuk mengetahui sampai seberapa tingkat kreativitas berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM Food Court di Sentra Grosir Cikarang. 2. Untuk mengetahui apakah inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan UMKM Food Courtdi Sentra Grosir Cikarang. 3. Untuk mengetahui seberapa tingkat kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewiarusahaan UMKM Food Court di Sentra Grosir Cikarang.
Model	
Populasi dan sampel	Populasi dalam penelitian ini adalah para pekerja Kewirausahaan UMKM Food Court di Sentra Grosir Cikarang dengan sampel sebanyak 45 responden.
Alat analisis	Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda.
Hasil penelitian	Uji asumsi Klasik Uji normalitas menunjukan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,951 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal. Uji linieritas menunjukan bahwa diperoleh nilai signifikansi = 0,722 lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel kreativitas (X1), inovasi (X2), dengan variabel kewirausahaan (Y). Uji multikolonieritas menunjukan bahwa nilai tolerance variabel kreativitas (X1) dan inovasi (X2) yakni 0,754 lebih besar dari 0,1. Sementara itu nilai VIF variabel kreativitas (X1) dan inovasi (X2) yakni 1.326 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolonieritas. Analisis regresi linear berganda

	Variabel Kreativitas (X1) mempunyai nilai sebesar 0,028 sehingga dapat dikatakan bahwa hasil analisis antara variabel Kreativitas (X1) dengan variabel Kewirausahaan (Y) berpengaruh positif. variabel Kreativitas (X1), Inovasi (X2) mempunyai nilai sebesar 0,963 sehingga dapat dikatakan bahwa hasil analisis antara variabel Kreativitas (X1), Inovasi (X2) dengan Kewirausahaan (Y) berpengaruh positif. Hasil peneitian menunjukan bahwa Kreativitas dan Inovasi berpengaruh positif terhadap Kewirausahaan.
Yang dirujuk dari penelitian ini	Indikator dalam mendapatkan hasil dari ketiga variabel yang menunjukan pengaruh positif.

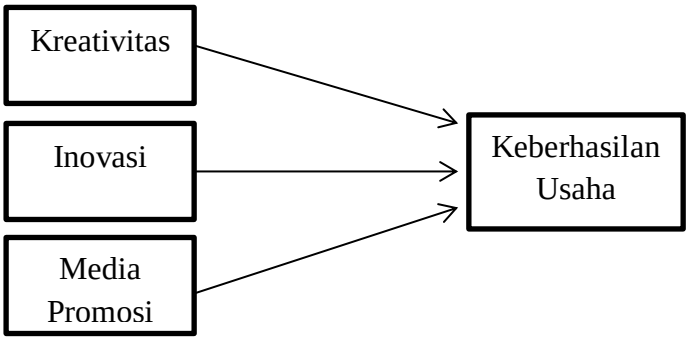
2.2.4. RIKA DEVI KURNIASARI (2018)

Nama Peneliti	Rika Devi Kurniasari
Tahun dan judul skripsi	(2018) "Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Produk Kerajinan Enceng Gondok "Akar")"
Tujuan penelitian	1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap inovasi produk pada kerajinan enceng gondok "AKAR". 2. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kreativitas produk pada kerajinan enceng gondok "AKAR". 3. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk pada kerajinan enceng gondok "AKAR". 4. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap keunggulan bersaing pada kerajinan enceng gondok "AKAR". 5. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada kerajinan enceng gondok "AKAR". 6. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kreativitas produk dan kualitas produk secara serempak terhadap keunggulan bersaing pada kerajinan enceng gondok "AKAR".

Model	
Populasi dan sampel	Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan kerajinan enceng gondok "AKAR" dengan sampel sebanyak 150 responden.
Alat analisis	Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.
Hasil penelitian	Analisis regresi linear berganda Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada (sig>0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 (sig>0,05), hal ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian adalah linier. koefisien regresi inovasi produk (b1), kreativitas produk (b2), dan kualitas produk (b3) memiliki koefisien regresi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk (b1), kreativitas produk (b2), dan kualitas produk (b3) memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing (Y). Uji hipotesis "Inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing" diterima. "Kreativitas produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing" diterima. "Kualitas produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing" diterima. "Inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing" diterima..

Yang dirujuk dari penelitian ini	Indikator dalam mendapatkan hasil dari keempat variabel yang menunjukan pengaruh positif.

2.2.5. SITI NURAIZAH (2019)

Nama Peneliti	Siti Nuaizah
Tahun dan judul skripsi	(2019) "Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Toko Rabbani Cabang Jambi"
Tujuan penelitian	1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas, Inovasi, dan Media Promosi terhadap Keberhasilan Usaha Toko Rabbani Cabang Jambi secara parsial? 2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kreativitas, Inovasi, dan Media Promosi terhadap Keberhasilan Usaha Toko Rabbani Cabang Jambi secara simultan?
Model	
Populasi dan sampel	populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan membelian pada took Rabbani Cabang Jambi yang tidak diketahui populasinya sehingga pengalihan sampling dengan metode incidental dengan sampel sebanyak 62 responden
Alat analisis	Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linear berganda
Hasil penelitian	Analisis regresi linear berganda Hasil pengujian persama regresi linear berganda menunjukan $Y=\alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3 + e$ $Y=0,147 + 0,505\ (X1) + 0,514\ (X2) + 0,280\ (X3) + e$ Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat di interpresikan sebagai berikut:

	1. Nilai konstanta (α) sebesar 0,147 menunjukkan bahwa jika variabel Kreativitas, Inovasi, dan Media Promosi dianggap konstan atau sama dengan nol (0) terhadap Keberhasilan Usaha adalah sebesar 0,147. 2. Koefisien Regresi Kreativitas (X1) sebesar 0,505 menyatakan bahwa variabel Kreativitas terdapat hubungan positif dengan nilai Keberhasilan Usaha. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dari Kreativitas akan menyebabkan kenaikan nilai Keberhasilan Usaha sebesar 0,505. 3. Koefisien Regresi Inovasi (X2) sebesar 0,514 menyatakan bahwa variabel Inovasi terdapat hubungan positif dengan nilai Keberhasilan Usaha. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dari Inovasi akan menyebabkan kenaikan nilai Keberhasilan Usaha sebesar 0,514. 4. Koefisien Regresi Media Promosi (X3) sebesar 0,280 menyatakan bahwa variabel Inovasi terdapat hubungan positif dengan nilai Keberhasilan Usaha. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dari Inovasi akan menyebabkan kenaikan nilai Keberhasilan Usaha sebesar 0,280.
Yang dirujuk dari penelitian ini	Indikator dalam mendapatkan hasil dari keempat variabel yang menunjukan pengaruh positif.

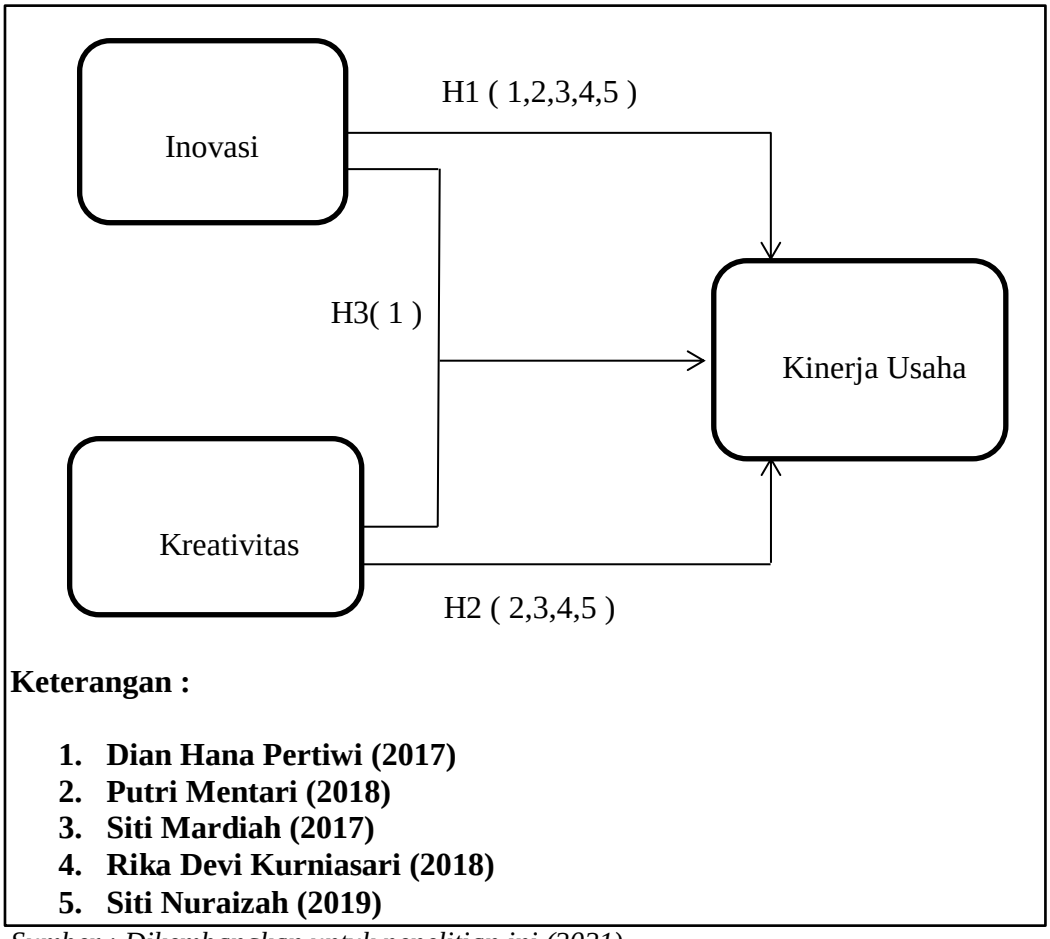
2.3. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2017), kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi

pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

Kerangka konseptual yang mendasari penelitian ini adalah bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Keterangan :

1. **Dian Hana Pertiwi (2017)**
2. **Putri Mentari (2018)**
3. **Siti Mardiah (2017)**
4. **Rika Devi Kurniasari (2018)**
5. **Siti Nuraizah (2019)**

Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini (2021)

2.4. Keterkaitan Antar Variabel dan Hipotesa

2.4.1. Hubungan antara Inovasi terhadap Kinerja Usaha

Jika dikelola dengan baik, Inovasi akan membantu perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan dapat mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi "Everett M. Rogers (2013)". Sehingga tetap berdiri atau eksis *(survive)*, untuk memperoleh laba *(benefit)* dan dapat berkembang *(growth)*, dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik.

H1 : Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

2.4.2. Hubungan antara Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa : " Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat *heuristic* yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru. "

Kemudian dapat menghubungkan dan merangkai ulang pengatahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan – gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat. Hal ini mendorong hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenangnya dan tanggung

jawabnya masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika.

H2 : Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha.

2.4.3. Hubungan antara Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha

Inovasi merupakan kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Sedangkan untuk Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang berbeda baik berupa hasil yang dapat dinilai maupun berupa ide. Pengaruhnya terhadap Kinerja usaha, yaitu untuk sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan.

H3 : Inovasi dan Kreativitas berpengaruh simultan signifikan terhadap Kinerja Usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis dan untuk mengetahui hubungan pengaruh antar variabel yang sudah dibangun menjadi model penelitian. Yaitu untuk mengetahui hubungan pengaruh antara variabel bebas (*independent*) Inovasi dan Kreativitas Terhadap varibel terikat (*dependent*) Kinerja Usaha.

Tahapan proses penelitian yang dilakukan peneliti dimulai dari penelitian awal untuk membuktikan dugaan awal peneliti yang ada pada objek penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan studi pustaka untuk menggali landasan teoritis dan hasil-hasil kajian empiris pada penelitian sebelumnya untuk digunakan sebagai dasar membangun model penelitian. Seteleh itu dilanjutkan observasi dan interview di lapangan, pengumpulan data melalui kuesioner, setelah data terkumpul kemudian dilakukan analisis dan diambil kesimpulan.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bulungan Kalimantan Utara. Waktu pelaksanaan dilakukan selama 1 semester. Jadwal pelaksanaan penelitian skripsi ini direncanakan sebagaimana tabel berikut ini :

Tabel 3.1

Rencana Jadwal Penelitian Skripsi Tahun 2021

Waktu / Kegiatan	Maret	April				Mei				Juni				Juli				Agustus
	III	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I
Penelitian Awal	■																	
Pengajuan Judul	■	■																
Penyusunan Proposal BAB I,II,III	■	■	■	■	■	■	■	■										
Seminar Proposal									■									
Penyebaran Kuisioner											■	■	■					
Penyusunan Laporan BAB IV,V											■	■	■	■	■	■	■	
Analisa Pengolahan Data												■	■	■	■	■	■	
Sidang Skripsi																		■

Sumber : Penelitian (2021)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga bisa organisasi, binatang, hasil karya manusia, dan benda-benda alam yang lain dalam buku (Tontowi, 2016).

Dalam penelitian ini peneliti mengambil batasan masalah yaitu seluruh pelaku UMKM dibidang makanan kemasan tahun 2019 dan 2020, sejak penelitian

awal hingga akhir penelitian dan penyusunan serta penyerahan menjadi laporan ir hasil penelitian ada pun tabel penelitian sebagai berikut.

Tabel 3.2

Rincian Populasi Dalam Penelitian

Tahun	Jumlah UMKM makanan kemasan
2019	200
2020	212

Sumber Data : Disperindagkop Kabupaten Bulungan

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2011) sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang mempresentasikan jumlah yang dimiliki oleh populasi. Pada penelitian ini menggunakan *probability sampling,* dikarenakan populasi dalam penelitian ini diketahui sehingga semua anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan rumus *slovin*.

Menurut Sugiyono (2010). *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\ (\mathrm{e})2}$$

dimana:
n = jumlah elemen / anggota sampel
N = jumlah elemen / anggota populasi
e = error level (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1 %
atau 0,01, 5 % atau 0,05, dan 6 % atau 0,06) (catatan dapat dipilih oleh peneliti)

Jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam itungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\ (\mathrm{e})2}$$

$$n = \frac{212}{1 + 212\ x\ (0{,}06)^2}$$

$$n = \frac{212}{1{,}7632} = 120$$

Hasil perhitungan rumus *Slovin* diperoleh jumlah sampel sebesar 120 responden.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Supaya mekanisme penelitian diketahui dapat bekerja secara optimal, maka setiap variabel perlu didefinisikan secara operasional dengan jelas dan tepat. Definisi operasional variabel merupakan hasil pemetaan dari penjabaran kerangka konseptual yang sudah dibangun ke dalam konsep operasional mulai dari variabel, dimensi-dimensi, indikator, dan skala pengukuran, dan sumber rujukan. Setelah definisi operasional diuraikan secara jelas, selanjutnya perlu dimasukkan dalam sebuah tabel definisi operasional variabel agar pemetaannya menjadi semakin jelas.

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menggunakan tiga variabel; dua variabel bebas (*independent*), yaitu *Invasi* dan Kreativitas, dan satu variabel terikat (*dependent*), yaitu Kinerja Usaha.

Pengertian dan batasan yang jelas tentang variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian ini, berikutnya dijabarkan definisi operasional variabel penelitian. Terhadap variabel-variabel tersebut, responden diminta untuk menyatakan atau menyampaikan tingkat kesetujuannya dengan menggunakan pengukuran *skala likert* 1–5 dengan kualifikasi; 1 Sangat Tidak Setuju, 2 Tidak Setuju (TS), 3 Kurang Setuju (KS), 4 Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Butiran pertanyaan
1	Inovasi *Independe n* X1	Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi "Everett M. Rogers (2012)".	1. Produk 2. Pelayanan 3. Proses 4. Pasar 5. Logistik 6. Organisasi Usaha	1-2 2-3 3-4 4-5 5-6
2	Kreativitas *Independen*	Kreativitas adalah suatu proses yang menghasilkan sesuatu	7. Keahlian 8. Kemampuan 9. Motivasi	7-8 8-9

No	Variabel	Definisi	Indikator	Butiran pertanyaan
	X2	yang baru, dalam bentuk suatu gagasan atau suatu objek dalam suatu bentuk atau susunan yang baru (Hurlock dalam Basuki, 2015).		
3	Kinerja Usaha *Dependen* Y	Menurut Foster dan Seeker dalam Widodo (2015:131) kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang pada pekerjaan yang bersangkutan sesuai dengan ukuran yang berlaku.	10. Tujuan 11. Standar 12. Umpan Balik 13. Alat atau sarana 14. Kompetensi 15. Motif 16. Peluang	10-11 11-12 12-13 13-14 14-15 15-16

3.5. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Sumber Data

Data penelitian terbagi menjadi 2 macam yaitu:

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu maupun perseorangan yang terkait. Sumber data primer adalah hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berupa hasil pengisian kuesioner dan data hasil pengisian kuesioner dari responden yaitu pelaku UMKM yang terpilih menjadi sampel penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari sumber informasi yang bukan diusahakan sendiri oleh peneliti. Sumber data sekunder adalah sumber-sumber seperti artikel, internet, jurnal, dan bacaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini berupa landasan teori, kajian empiris, dan indikator- indikator variabel.

3.5.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalan penelitian ini adalah:

1. Angket (*Questionnaire)*

Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap jawaban pertanyaan mempunyai makna dalam menguji hipotesis.

2. Wawancara (*interview*)

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak yang dianggap perlu dan berhubungan dengan obyek penelitian. Dalam hal ini informasi atau keterangan diperoleh langsung dari responden atau informan dengan cara tatap muka dan bercakap-cakap.

3. Studi Pustaka

Yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan *literatur* dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6. Uji Instrument

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui sah tidaknya instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Imam Gauzali, 2016).

Menurut Sugiyono (2015 : 124) menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan *kriterum* (skor total) serta korelasi yang tinggi pula menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula.

Cara untuk mencari nilai validitas dari sebuah item adalah dengan mengkorelasikan skor item tersebut dengan total skor item-item dari variabel tersebut, apabila nilai korelasi diatas 0.3 maka dikatakan item tersebut memberikan tingkat kevalidan yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi 0.3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah pearson prodict moment sebagai berikut:

$$r = \frac{m \;\; XiYi - \quad Xi \quad Yi}{n \quad Xi^2 - \quad Xi^2 \quad n \quad Yi^2 - \quad yi^2}$$

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pertanyaan-pertanyaan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat dari hasil output SPSS pada tabel judul item-Tabel Statistic. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item - Tital Correction* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-Tital Correction* > 0,30 (Priyatno, 2015).

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakan instrumen yang dalam hal ini dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Maksud dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi meskipun kuesioner ini digunakan dua kali atau lebih pada lain waktu. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pernyataan dalam kuesioner yang telah dinyatakan valid (Sugiyono 2017:173).

Cara mengukur reliabilitas yaitu dengan menggunakan metode split half. Hasilnya bisa dilihat dari nilai *correlation between forms*. Jika r*hitung* > r*tabel*, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai *cut of point* 0.3 maka reliabel dija r > 0.3. sebaliknya jika r*hitung* < r*tabel*, *alpha cronbach* bisa dilihat dari nilai *alpha*, jika nilai *alpha* > nilai r*tabel* yaitu 0.7 maka dapat dikatakan reliabel.

3.7. Teknik Analisis Data

Ada dua metode statistik yang biasa digunakan dalam penelitian manajemen, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial: Statistik deskriptif adalah gambaran data lapangan dengan cara mempresentasikan data primer ke dalam tabulasi. Tujuannya untuk memperoleh gambaran tentang variabel-variabel yang diteliti dan juga untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel dalam bentuk frekuensi dan persentase, serta untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik dari responden pada objek penelitian.

Analisis statistik inferensial memfokuskan pada bidang kajian analisis dan interpretasi data untuk menarik kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan dengan menggunakan data sampel yang diperoleh. Metode Statistik Inferensial yang digunakan dalam analisis data pada pembahasan ini adalah Structural Equation Modeling (SEM). Alasan menggunakan SEM, pertimbangan bahwa hubungan kausal yang dirumuskan dalam banyak penelitian tesis dengan pendekatan kuantitatif, banyak menggunakan model yang tidak sederhana (kompleks). Bentuk hubungan kausal

seperti ini membutuhkan analisis yang mampu menjelaskan secara simultan tentang hubungan tersebut sehingga metode yang digunakan dalam analisis data direkomendasikan menggunakan SEM.

Pada pembahasan ini menggunakan analisis SEM berdasarkan atas beberapa alasan sebagai berikut: Alasan pertama, pembahasannya untuk menguji model secara struktural. Alasan kedua yaitu pada pembahasan ini diasumsikan seluruh variabel melibatkan variabel yang bersifat unobservable (latent variable), yaitu variabel tidak dapat diukur secara langsung melalui indikator, sehingga harus dilakukan teknik analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA).Akan tetapi dalam SEM dapat dilakukan teknik yang identik dengan CFA yaitu SEM dalam model pengukuran.

Model persamaan struktural (SEM) merupakan kumpulan teknik-teknik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara simultan. Hubungan yang rumit tersebut dapat berbentuk antara satu atau beberapa variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Masing-masing konstruk dibangun dari beberapa variabel indikator (Ferdinand, 2012).

Data yang diperoleh dan responden yang di jadikan sebagai sampel penelitian melalui kuesioner yang di sebarkan, akan dianalisis dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berdasarkan program AMOS 23 dan SPSS 23. Program AMOS menunjukkan pengukuran masalah yang struktural, dan digunakan untuk menguji model hipotesis. Hal ini disebabkan adanya kemampuan untuk; memperkirakan koefisien yang diketahui dari

persamaan linier struktural, mengakomodasi model yang merupakan variabel laten, mengakomodasi kesalahan pengukuran pada variabel dependen dan independen.

Langkah-langkah pembentukan model persamaan struktural (Hair, 2016) sebagai berikut:

Pengembangan Model Berbasis Teori

Langkah pengembangan model teoritis dilakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka guna mendapatkan justifikasi atas model teoritis yang akan dikembangkan. SEM digunakan untuk mengkonfirmasi model teoritis tersebut melalui data empirik. SEM merupakan sebuah confirmatory technique. Teknik ini merupakan teknik menguji teori baru atau teori yang sudah dikembangkan dan yang akan diuji lagi secara empiris. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mempergunakan SEM, tetapi SEM tidak dipergunakan untuk membentuk hubungan kausalitas baru, melainkan dipergunakan untuk menguji pengembangan kausalitas yang sudah ada justifikasi teorinya.

Pengembangan Diagram Alur (Path Diagram)

Model teoritis yang telah dibangun pada tahap pertama akan digambarkan dalam sebuah diagram jalur, yang akan mempermudah untuk melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Dalam diagram jalur, hubungan antar konstruk akan dinyatakan melalui anak panah. Anak panah yang lurus menunjukkan sebuah hubungan kausal yang langsung antara satu konstruksi

dengan konstruksi lainnya, sedangkan garis-garis lengkung antar konstruk dengan anak panah pada setiap ujungnya menunjukkan korelasi antar konstruk. Pengukuran hubungan antar variabel dalam SEM dinamakan structural model.

Konversi diagram alur ke dalam persamaan struktural dan model pengukuran.Persamaan yang didapat dari diagram alur yang dikonversi terdiri dari:

a. Persamaan struktural (*structural equation*), yang dirumuskan untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk.

Variabel endogen = variabel eksogen + variabel endogen + error

b. Persamaan spesifik model pengukuran (*measurement model*), dimana harus ditentukan variabel yang mengukur konstruk dan menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk.

Persamaan struktural yang akan dicari dan diuji koefisiennya adalah sebagai berikut :

$Y_1 = \gamma_1 X_1 + \zeta_1$

$Y_2 = \gamma_2 X_2 + \zeta_2$

$Y_3 = \gamma_3 X_1 + \beta_2 Y_1 + \beta_3 Y_2 + \zeta_3$

Keterangan:

γ (Gama) = koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen

β (Beta) = koefisien pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen

ζ (Zeta) = galat model

Evaluasi kriteria Goodness of Fit

Pada tahap ini dilakukan pengujian terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit.* Berikut ini beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off value* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak.

a. X^2-*Chi-square* statistik, dimana model dipandang baik atau memuaskan bila nilai *chi-square*nya rendah. Semakin kecil nilai X^2 semakin baik model itu dan diterima berdasarkan probabilitas dengan *cut-off value* sebesar p>0.05 atau p>0.10.
b. RMSEA (*The root Mean Square Error of Approximation)*, yang menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam polulasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model yang menunjukkan sebuah *close fit* dari model itu berdasarkan *degrees of freedom.*
c. GFI (*Goodness of Fit Index)*, adalah ukuran non statistikal yang mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit)* sampai dengan 1.0 (*perfect fit)*. Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *'better fit'*.
d. AGFI (*Adjusted Goodness of Fit Index*), dimana tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah bila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90.
e. CMIN/DF, adalah *The Minimum Sample Discrepancy Function* yang dibagi dengan Degree of Freedom. *CMIN/DF* tidak lain adalah statistik *chi-square,*

X^2 dibagi DFnya disebut X^2 relatif. Bila nilai X^2 relatif kurang dari 2.0 atau 3.0 adalah indikasi dari *acceptable fit* antara model dan data.

f. TLI (*Tucker Lewis Index*), merupakan *incremental index* yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah *base line model*, dimana nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah ≥ 0,95 (Ferdinand, 2002) dan nilai yang mendekati 1 menunjukkan *a very good fit* .

g. CFI (*Comparative Fit Index*), dimana bila mendekati 1, mengindikasi tingkat fit yang paling tinggi (Arbucle, 1997). Nilai yang direkomendasikan adalah CFI ≥ 0,95.

Dengan demikian indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model adalah seperti dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.4
Kriteria Goodness of Fit

Goodness of fit index	***Cut-of value***
Significaned Probability	≥ 0.05
RMSEA	≤ 0.08
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.90
CMIN/DF	≤ 2.00
TLI	≥ 0.95
CFI	≥ 0.95

Sumber : Ferdinand (2002)

Pengujian Asumsi Model SEM

Prinsip uji hipotesis asumsi model, yaitu asumsi yang berkaitan dengan model dan asumsi yang berkaitan dengan pendugaan parameter dan pengujian hipotesis yang dijelaskan berikut.

a. Asumsi linieritas yaitu asumsi yang menghendaki semua hubungan berbentuk linier. Uji linearitas, untuk memeriksanya dapat dilakukan dengan membuat diagram pencar (*scatter diagram*) atau pendekatan *curve fit* (pada *software* SPSS). Pengujian asumsi linieritas menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan *software* SPSS**.** Rujukan yang digunakan adalah jika nilai Sig model Linier < 0.05 maka asumsi linieritas terpenuhi.

b. Asumsi tidak adanya *outlier* (pencilan). *Outlier* merupakan observasi yang muncul dengan nilai ekstrim secara *univariate* maupun *multivariate*, karena kombinasi karakteristik unik dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi lainnya. *Outlier* muncul dengan empat (4) kategori berikut.

    1. *Outlier* muncul karena kesalahan prosedur seperti kesalahan dalam memasukkan data atau kesalahan dalam mengkode data.
    2. *Outlier* muncul karena keadaan khusus yang memungkinkan profil data menjadi lain, khusus yang memungkin profil data menjadi lain, tetapi peneliti mempunyai penjelasan mengenai apa yang menyebabkan munculnya nilai ekstrim tersebut.
    3. *Outlier* muncul karena adanya sesuatu alasan, tetapi tidak dapat diketahui perihal penyebab munculnya ekstrim itu.
    4. *Outlier* muncul dalam rentang nilai yang ada, tetapi apabila dikombinasikan dengan variabel lainnya, kombinasinya menjadi tidak lazim atau sangat ekstrim, yang disebut dengan *multivariate outlier*, maka menggunakan metode pengujian *Mahalanobisdistance*.

5. Asumsi normalitas sebaran, yaitu data yang akan dianalisis (*variabellatent*) dengan menyebar normal (normal ganda). Dengan sampel yang besar (100), asumsi ini tidak terlalu kritis, landasannya adalah Dalil Limit Pusat (*Central Limit Theorm*), yaitu jika n (*sample size*) besar maka statistik dari sampel tersebut akan mendekati distribusi normal walaupun populasi dari mana sampel tersebut diambil tidak terdistribusi normal.

Pengujian Model Struktural: Uji Hipotesis Penelitian

Setelah model tersebut memenuhi syarat, maka yang perlu dilakukan selanjutnya adalah uji *regression weight*/*loading faktor*. Uji ini dilakukan sama dengan uji t terhadap regression weight /loading faktor/ koefisien model).

Pengujian ini dilakukan terhadap:

a. Hipotesis mengenai *measurement model*:

   Parameter Lambda (λ), yaitu parameter yang berkenaan dengan pengukuran variabel latent berdasarkan variabel manifest (berkaitan dengan validitas instrumen).

   Hipotesis yang di uji:

   $H_0 : \lambda_i = 0$ (tidak signifikan)

   $H_1 : \lambda_i > 0$ (signifikan)

b. Hipotesis mengenai *structural model*:

   1. Parameter Beta (β), yaitu parameter pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam *structural model*.

      Hipotesis yang di uji:

$H_0 : \beta_i = 0$ (tidak signifikan)

$H_1 : \beta_i \neq 0$ (signifikan)

2. Parameter Gama (γ), yaitu parameter pengaruh variabel endogen terhadap variabel endogen dalam *structural model*.

   Hipotesis yang di uji:

   $H_0 : \gamma_i = 0$ (tidak signifikan)

   $H_1 : \gamma_i \neq 0$ (signifikan)

Uji ini sama dengan uji t (uji parsial) dalam *multiple regression*, uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan ketentuan:

jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel tersebut signifikan dan

jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti variabel tersebut tidak signifikan

Ferdinand (2012: 75) menjelaskan bahwa t_{hitung} identik dengan C.R *(critical ratio)* yang diuji dengan nilai probabilitas p, dimana jika p < 0,05 menunjukkan pengaruh yang signifikan dan jika p > 0,05 menunjukkan tidak signifikan.

3.8. Rancangan Kuisioner

Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuisioner ini berisi pernyataan mengenai pada operasional variabel. Kuisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel inovasi, kreativitas dan kinerja usaha sebagaimana yang tercantum pada operasionalisasi variabel.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini diawali dengan gambaran umum atau profil dari daerah yang dijadikan obyek penelitian yang terdiri dari keadaan geografis, Kemudian pada bagian selanjutnya adalah hasil analisis dari data-data yang dikumpulkan dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Objek dari penelitian ini adalah Pelaku UMKM Kabupaten Bulungan, untuk mendapatkan bukti- bukti mengenai Inovasi, Kreativitas dan Kinerja Usaha pada pelaku UMKM, penulis melakukan survai dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form. Total kuesioner yang dibagikan adalah 120 eksemplar, kuesioner yang terkumpul sebanyak 120 eksemplar.

4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

4.1.1. Keadaan Geografi Kabupaten Bulungan

Kabupaten Bulungan sebagai salah satu kabupaten di bagian utara pulau Kalimantan mempunyai luas 18.010,50 km2 terletak antara 116004'41" sampai dengan 117057'56" Bujur Timur dan 2009'19" sampai dengan 3034'49" Lintang Utara. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 34 Tahun 2007 Tentang Pembentukan Kabupaten Tana Tidung di Provinsi Kalimantan Utara maka Luas Kabupaten Bulungan berkurang menjadi 13.181,92 km2.

Adapun batas-batas Kabupaten Bulungan;

1. Sebelah Utara dengan Kabupaten Tana Tidung dan Kabupaten Nunukan
2. Sebelah Timur dengan Laut Sulawesi dan Kota Tarakan

3. Sebelah Selatan dengan Kabupaten Berau
4. Sebelah Barat dengan Kabupaten Malinau.

Kondisi Kabupaten Bulungan memiliki beberapa pulau, yang dialiri puluhan sungai besar dan kecil, serta secara topografi memiliki daratan yang berbukit-bukit, bergunung-gunung dengan tebing terjal dan kemiringan yang tajam.

Adapun pulau yang terluas adalah Pulau Mandul di Kecamatan Bunyu (38.737,413 ha) dan sungai yang terpanjang adalah Sungai Kayan (576 km: termasuk yang berada di wilayah Kabupaten Malinau dan Kabupaten Tana Tidung) sedangkan gunung yang tertinggi adalah Gunung Kundas yang berada di Kecamatan Peso dengan ketinggian 1.670 m.

Kabupaten Bulungan terdiri dari 10 kecamatan. Pada tahun 2020, jumlah penduduknya mencapai 151.844 jiwa dengan luas wilayah 13.181,92 km² dan sebaran penduduk 12 jiwa/km².

Daftar kecamatan di Kabupaten Bulungan, adalah sebagai berikut:

1. Bunyu
2. Peso
3. Peso Hilir
4. Sekatak
5. Tanjung Palas
6. Tanjung Palas Barat
7. Tanjung Palas Tengah
8. Tanjung Palas Timur

9. Tanjung Palas Utara

10. Tanjung Selor

Peta Wilayah
Kabupaten Bulungan

Gambar 4.1. Peta Kabupaten Bulungan

4.2. Gambaran Umum Responden

Untuk mendapat gambaran mengenai pelaku UMKM yang menjadi responden, dilihat berdasarkan : jenis kelamin, usia, pendidikan, jenis usaha dan lama berdirinya usaha. Setelah melihat hasil penyebaran kuesioner sebanyak 120 responden, maka dapat diketahui gambaran umum pelaku UMKM Kabupaten Bulungan sebagai berikut :

4.2.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuseioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

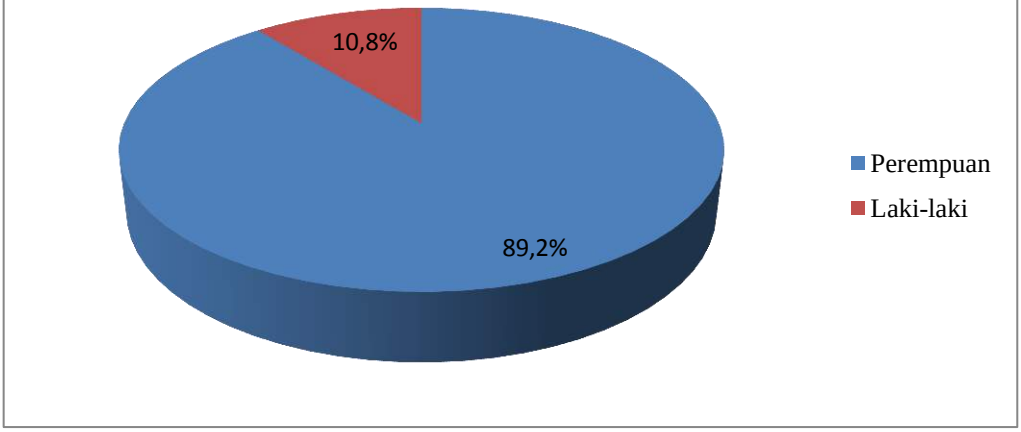
Keterangan	Jumlah	%
Wanita	107	89,2
Pria	13	10,8
Jumlah	120	100

Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku UMKM adalah wanita yang merupakan responden terbanyak sebesar 89,2% dan sisanya sebesar 10,8% adalah pelaku UMKM pria. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM Kabupaten Bulungan rata-rata didominasi oleh wanita.

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut :

Gambar 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

4.2.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuseioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan pendidikan yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

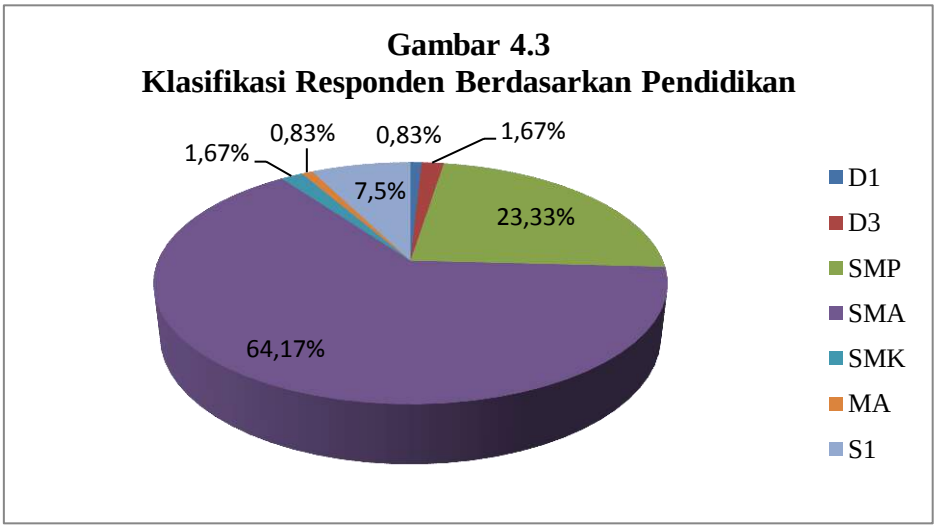
Keterangan	Jumlah	%
D1	1	0,83
D3	2	1,67
SMP	28	23,33
SMA	77	64,17
SMK	2	1,67
MA	1	0,83
S1	9	7,5
Total	120	100

Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kabupaten Bulungan berlatar belakang pendidikan SMA yaitu sebanyak 77 orang (64,17%), pendidikan SMP sebanyak 28 orang (23,33%), pendidikan S1 sebanyak 9 orang (7,5%), pendidikan MA dan D3 sebanyak masing-masing 2 orang (1,67%) dan MA dan D1 sebanyak masing-masing 1 orang (0,83%).

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut :

Gambar 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

4.2.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuseioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

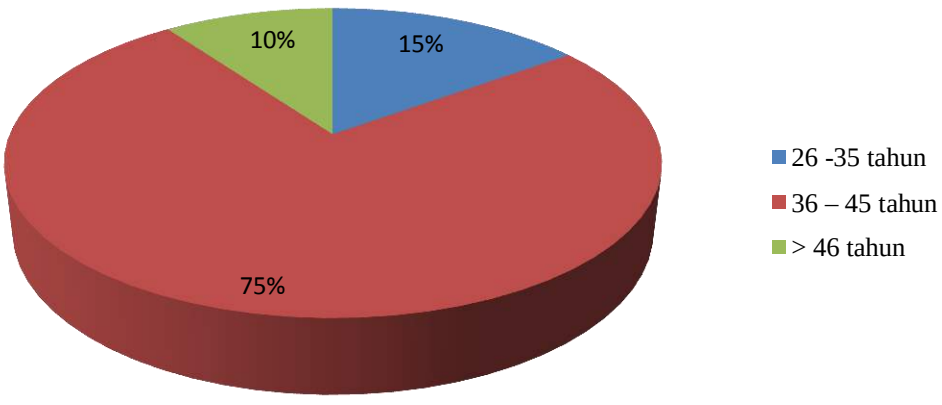
Keterangan	Jumlah	%
26 -35 tahun	18	15
36 – 45 tahun	90	75
> 46 tahun	12	10
Total	120	100

Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa responden yang berusia antara 26-35 tahun berjumlah 18 orang (15%), 36-45 tahun sebanyak 90 orang (75%), dan usia lebih dari 46 tahun berjumlah 12 orang (10%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berusia antara 36 - 45 tahun.

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut :

Gambar 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

4.2.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Dari rekapitulasi data yang didapatkan berdasarkan pengisian kuseioner didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan lama bekerja yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja

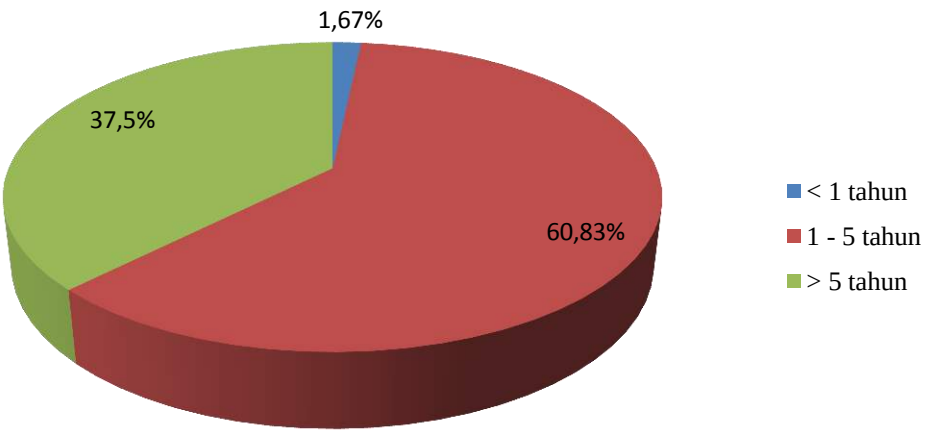
Keterangan	Jumlah	%
< 1 tahun	2	1,67
1 - 5 tahun	73	60,83
> 5 tahun	45	37,5
Total	120	100

Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kabupaten Bulungan memiliki masa kerja antara 1-5 tahun yaitu sebanyak 73 orang (60,83%), masa kerja lebih dari 5 tahun 45 orang (37,5%) dan masa kerja kurang dari 1 tahun 2 orang (1,67%).

Dapat diterangkan lebih jelas lagi dengan diagram sebagai berikut :

Gambar 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja



Sumber: Kuesioner Penelitian (2021)

4.3. Uji Instrument Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Uji tingkat validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel* untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam penelitian ini jumlah sample (n) = 120 dan besarnya df = 120-2 = 118, dan *alpha* 0,05 di dapat *r tabel* 0.1793 (dengan uji dua sisi).

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Inovasi (X1)	Produk (X1)	0,506	0.1793	VALID
	Pelayanan (X2)	0,583	0.1793	VALID
	Proses (X3)	0,600	0.1793	VALID

	Pasar (X4)	0,652	0.1793	VALID
	Logistik (X5)	0,589	0.1793	VALID
	Organisasi (X6)	0,641	0.1793	VALID
Kreativitas (X2)	Keahlian (X7)	0,836	0.1793	VALID
	Kemampuan (X8)	0,877	0.1793	VALID
	Motivasi (X9)	0,772	0.1793	VALID
Kinerja Usaha (Y)	Tujuan (Y1)	0,465	0.1793	VALID
	Standar (Y2)	0,610	0.1793	VALID
	Umpan Balik (Y3)	0,617	0.1793	VALID
	Alat atau Sarana (Y4)	0,604	0.1793	VALID
	Kompetensi (Y5)	0,638	0.1793	VALID
	Motif (Y6)	0,540	0.1793	VALID
	Peluang (X7)	0,530	0.1793	VALID

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 3)

Dari tabel 4.5 diatas terlihat bahwa *r hitung* pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki *r hitung* lebih besar dan positif dibandingkan r tabel untuk df = 120-2 = 118 dan *alpha* 0,05 dengan uji dua sisi di dapat *r tabel* sebesar 0.1793, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari seluruh variabel adalah valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,6 (> 0,6).

Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS 23. Adapun hasil output dapat diketahui sebagaimana dalam tabel berikut :

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi (X1)	6 Item	0,636	Reliabel
Kreativitas (X2)	3 Item	0,773	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	7 Item	0,657	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 3)

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel diatas setelah di uji realibitas adalah reliabel.

4.4. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini diukur dengan instrumen kuesioner dengan pertanyaan tertutup menggunakan lima pilihan jawaban yaitu; Sangat Tidak Setuju (skor 1), Tidak Setuju (skor 2), Kurang Setuju (skor 3), Setuju (skor 4), dan

Sangat Setuju (skor 5). Tujuan dari deskripsi variabel penelitian yang merupakan bagian dari analisis statistika deskriptif adalah untuk mengetahui distribusi frekuensi jawaban responden terhadap kuisoner yang dibagikan dan menggambarkan secara mendalam mengenai variabel Inovasi (X1), Kreativitas (X2) dan Kinerja Usaha (Y) yang dianalisis dalam penelitian ini. Distribusi frekuensi tersebut diperoleh dari hasil tabulasi skor jawaban responden.

Adapun penilaian kualitatif terhadap hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tabel Nilai dan Predikat

Nilai	Kualifikasi
0.1 – 1.0	Sangat Buruk
1.1 – 2.0	Buruk
2.1 – 3.0	Cukup
3.1 – 4.0	Baik
4.1 - 50	Sangat Baik

Sumber: Tontowi (2016)

4.4.1. Deskripsi Variabel Inovasi (X1)

Pada variabel Pelatihan (X1) terdiri 6 indikator yaitu produk (X1), pelayanan (X2), proses (X3), pasar (X4), logistik (X5) dan organisasi usaha (X6). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8

Deskripsi Variabel Inovasi (X1)

No	Indikator	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata Rata
		1	2	3	4	5		
1	X1	0	0	2	62	56	120	4.45
		0%	0%	1.7%	51.7%	46.7%	100%	
2	X2	0	0	0	66	54	120	4.45
		0%	0%	0%	55%	45%	100%	
3	X3	0	0	4	65	51	120	4.39
		0%	0%	3.3%	54.2%	42.5%	100%	
4	X4	0	0	4	66	50	120	4.38
		0%	0%	3.3%	55%	41.7%	100%	
5	X5	0	0	4	75	41	120	4.31
		0%	0%	3.3%	62.5%	34.2%	100%	
6	X6	0	0	3	70	47	120	4.37
		0%	0%	2.5%	58.3%	39.2%	100%	
Rata Rata								4.39

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 4)

Dari tabel diatas dapat diketahui indikator produk (X1), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 62 responden atau 51.7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.45 dan di katakan variabel (X1) ini Sangat Baik.

Pada indikator kedua tentang pelayanan (X2), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 66 responden atau 55%. Hal ini

menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.45 dan di katakan variabel (X2) ini Sangat Baik.

Pada indikator ketiga tentang proses (X3), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 65 responden atau 54.2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.39 dan dikatakan variabel (X3) ini Sangat Baik.

Pada indikator keempat tentang pasar (X4), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 66 responden atau 55%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.38 dan di katakan variabel (X4) ini Sangat Baik.

Pada indikator kelima tentang logistik (X5), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 75 responden atau 62.5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.31 dan dikatakan variabel (X5) ini Sangat Baik.

Pada indikator keenam tentang organisasi usaha (X6), responden merasa bahwa didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 70 responden atau 58.3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada

pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.37 dan dikatakan variabel (X6) ini Sangat Baik.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel Inovasi rata-rata jawaban responden pada lima indikator berkisar antara 4.31 hingga 4.45 dengan rata-rata secara keseluruhan 4.39. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pandangan responden terhadap Inovasi pada saat pandemic covid 19 di Kabupaten Bulungan pada kriteria sangat baik.

4.4.2. Deskripsi Variabel Kreativitas (X2)

Pada variabel kreativitas (X2) terdiri 3 indikator yaitu keahlian (X7), kemampuan (X8) dan motivasi (X9). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.9

Deskripsi Variabel Kreativitas (X2)

No	Indikator	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata Rata
		1	2	3	4	5		
1	X7	0	4	19	48	49	120	4.18
		0%	3.3%	15.8%	40%	40.8%	100%	
2	X8	0	6	15	53	46	120	4.16
		0%	5%	12.5%	44.2%	38.3%	100%	
3	X9	1	5	11	75	28	120	4.03
		0.8%	4.2%	9.2%	62.5%	23.3%	100%	
Rata Rata								4.12

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 4)

Dari tabel di atas dapat diketahui indikator pertama tentang keahlian (X7), didominasi oleh jawaban sangat setuju dengan jumlah 49 responden atau 40.8%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.18 dan dikatakan variabel (X7) ini Sangat Baik.

Pada indikator kedua tentang kemampuan (X8), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 53 responden atau 44.2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.16 dan dikatakan variabel (X8) ini Sangat Baik.

Pada indikator ketiga tentang motivasi (X9), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 75 responden atau 62.5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.03 dan dikatakan variabel (X9) ini Baik.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel Kreativitas rata-rata jawaban responden pada tiga indikator berkisar antara 4.03 hingga 4,18 dengan rata-rata secara keseluruhan 4.12. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pandangan responden terhadap Kreativitas yang diberikan adalah Sangat Baik.

4.3.3. Deskripsi Variabel Kinerja Usaha (Y)

Pada variabel kinerja usaha (Y) terdiri 7 indikator yaitu tujuan (X10), standar (X11), umpan balik (X12), alat atau sarana (X13), kompetensi (X14), motif (X15) dan peluang (X16). Hasil distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel ini disajikan sebagaimana Tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10.

Deskripsi Variabel Kinerja Usaha (Y)

No	Indikator	Skor Jawaban Responden					Jumlah	Rata Rata
		1	2	3	4	5		
1	X10	0	0	3	70	47	120	4.37
		0%	0%	2.5%	58.3%	39.2%	100%	
2	X11	0	0	1	65	54	120	4.44
		0%	0%	0.8%	54.2%	45%	100%	
3	X12	0	0	2	74	44	120	4.35
		0%	0%	1.7%	61.7%	36.7%	100%	
4	X13	0	1	6	60	53	120	4.38
		0%	0.8%	5%	50%	44.2%	100%	
5	X14	0	0	5	57	58	120	4.44
		0%	0%	4.2%	47.5%	48.3%	100%	
6	X15	0	0	3	59	58	120	4.46
		0%	0%	2.5%	49.2%	48.3%	100%	
7	X16	0	0	0	67	53	120	4.44
		0%	0%	0%	55.8%	44.2%	100%	
Rata Rata								4.41

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 4)

Dari tabel di atas dapat diketahui indikator pertama tentang tujuan (Y1), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 70 responden atau 58.3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.37 dan dikatakan variabel (Y1) ini Sangat Baik.

Pada indikator kedua tentang standar (Y2), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 65 responden atau 54.2% Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.44 dan dikatakan variabel (Y2) ini Sangat Baik.

Pada indikator ketiga tentang umpan balik (Y3), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 74 responden atau 61.7%. Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pertanyaan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.35 dan dikatakan variabel (Y3) ini Sangat Baik.

Pada indikator keempat tentang alat atau sarana (Y4), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 60 responden atau 50% Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.38 dan dikatakan variabel (Y4) ini Sangat Baik.

Pada indikator kelima tentang kompetensi (Y5), didominasi oleh jawaban sangat sangat setuju dengan jumlah 58 responden atau 48.3% Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon sangat setuju pada pernyataan tersebut. Dan memiliki rata-rata 4.44 dan dikatakan variabel (Y5) ini Sangat Baik.

Pada indikator keenam tentang motif (Y6), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 59 responden atau 49.2% Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut, Dan memiliki rata-rata 4.46 dan dikatakan variabel (Y6) ini Sangat Baik.

Pada indikator keenam tentang peluang (Y7), didominasi oleh jawaban setuju dengan jumlah 67 responden atau 55.8%. Hal ini menunjukkan bahwa

responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut, Dan memiliki rata-rata 4.44 dan dikatakan variabel (Y7) ini Sangat Baik.

Dari hasil jawaban secara keseluruhan pada variabel Kinerja Usaha rata-rata jawaban responden pada tujuh indikator berkisar antara 4.35 hingga 4.46 dengan rata-rata secara keseluruhan 4.41. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pandangan responden terhadap kinerja usaha yang diberikan adalah Sangat Baik.

4.5. Hasil Pengujian Analisis SEM

Terdapat beberapa pengujian asumsi yang dilakukan dalam SEM, yaitu *normalitas, linieritas* dan *outlier*.

4.5.1. Normalitas

Asumsi normalitas *multivariate* diuji dengan bantuan *software* AMOS 23 pada Lampiran 5. Hasil pengujian diperoleh nilai *critical ratio* sebesar 1.007 dengan nilai kritis Z_{hitung} untuk α 5% adalah sebesar 4.411. Karena nilai mutlak CR untuk multivariate sebesar 1.007 < 4.411 maka asumsi normalitas multivariate terpenuhi.

4.5.2. Outlier

Untuk menguji ada tidaknya *outlier*, dapat dilihat dengan *mahalanobis distanc*e (Md). *Mahalanobis distance* adalah suatu jarak yang mengukur jauh dekatnya titik pusat data "rata-rata" dengan masing-masing titik observasi. Dalam kasus ini titik observasi adalah nomor kuisioner dari responden. Pemeriksaan

terhadap *outliers multivariat* dilakukan menggunakan kriteria mahalanobis pada tingkat p < 0.001. *Mahalanobis distance* dievaluasi menggunakan χ^2 pada derajat bebas sebesar banyaknya paramater dalam model yang digunakan yaitu 120 dimana dari tabel statistik diperoleh x^2_{120} = 240,901441 Kaidah pengambilan keputusan, jika Md dari titik obeservasi > 240,901441 maka dikatakan bahwa titik observasi itu adalah *outlier*, sedangkan jika Md dari titik observasi < 240,901441 maka dikatakan bahwa titik observasi itu bukan suatu *outlier*.

Dari tabel *Mahalanobis distance* (Lampiran 5) dapat dilihat bahwa titik observasi yang paling jauh adalah responden ke 45 dengan nilai Md = 34.446. Jika dibandingkan dengan nilai x^2_{120} = 240,901441 maka nilai Md titik ke-45 < 240,901441, maka disimpulkan bahwa semua titik observasi bukan merupakan *outlier*. Tidak ada jawaban responden yang dapat merusak data.

4.5.3. Linieritas

Pengujian asumsi linieritas menggunakan metode *curve fit* yang dilakukan dengan *software* SPSS. Rujukan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jika nilai Sig model linier < 0.05 maka asumsi linieritas terpenuhi (Tantowi,2016:135). Hasil pengujian linieritas hubungan antar variabel baik yang secara langsung maupun secara tidak langsung ditampilkan dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Asumsi Linieritas

Hubungan Antar Variabel		Hasil Pengujian	Standar Pengujian	Keputusan
Inovasi (X1)	Kinerja Usaha (Y1)	0.000	< 0.05	Linier
Kreativitas (X2)	Kinerja Usaha (Y1)	0.187	< 0.05	Non Linier
Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2)	Kinerja Usaha (Y1)	0.001	< 0.05	Linier

Sumber : Data diolah (2021) (Lampiran 5)

Dari data tabel 4.11 diatas terlihat bahwa terdapat satu hubungan yang tidak linier dan dua hubungan yang linier. Yang artinya dapat diprediksi bahwa satu hubungan tidak signifikan dan dua hubungan yang signifikan.

4.6. Goodness of Fit Model

Model teoritis pada kerangka konseptual penelitian, dikatakan *fit* jika didukung oleh data empirik. Hasil pengujian *goodness of fit overall model*, sesuai dengan hasil analisis SEM pada Lampiran 6, guna mengetahui apakah model hipotetik didukung oleh data empirik, diberikan pada Tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.12

Hasil Pengujian *Goodness Of Fit Overall Model*

Kriteria	*Cut-of value*	Hasil Model	Keterangan
Chi Kuadrat	≥ 0.05	169.948	Model Tidak Baik
P-*Value*	≥ 0.05	0.000	Model Tidak Baik
GFI	≥ 0.90	0.850	Model Tidak Baik
CMIN/DF	≤ 2.00	1.683	Model Baik
AGFI	≥ 0.90	0.798	Model Tidak Baik
TLI	≥ 0.95	0.745	Model Tidak Baik
CFI	≥ 0.95	0.785	Model Tidak Baik
RMSEA	≤ 0.08	0.076	Model Baik

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 6)

Hasil pengujian *Goodness of Fit Overall* berdasarkan Gambar dan Tabel di atas, Menurut Arbuckle dan Wothke, dalam Tegar (2020:76), kriteria terbaik yang digunakan sebagai indikasi kebaikan model adalah nilai *Chi Square/DF* yang kurang dari 2, dan RMSEA yang di bawah 0.08. Pada penelitian ini, nilai CMIN/DF dan RMSEA memenuhi nilai cut off. Oleh karena itu model SEM pada penelitian ini cocok dan layak untuk digunakan, sehingga dapat dilakukan interpretasi guna pembahasan lebih lanjut.

4.7. Model Pengukuran (CFA)

Menurut Tontowi (2016:18) Model pengukuran diukur dari nilai *loading factor* pada setiap indikator ke variabel laten. Nilai *loading factor* menunjukkan bobot dari setiap indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Indikator dengan *loading factor* besar menunjukkan bahwa indikator tersebut sebagai pengukur variabel yang terkuat (dominan).

4.7.1. Variabel Inovasi (X1)

Variabel pertama Inovasi, variabel ini diukur oleh lima indikator. Berikut disajikan hasil *measurement model* pada variabel Inovasi sebagaimana Tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13

Hasil Pengujian *Measurement Model* Variabel Inovasi (X1)

Indikator	*Standardize*	P-Value	Keterangan
X1 = Produk	0.30	0.000	Signifikan
X2 = Pelayanan	0.55	0.000	Signifikan
X3 = Proses	0.38	0.000	Signifikan
X4 = Pasar	0.67	0.000	Signifikan
X5 = Logistik	0.37	0.000	Signifikan
X6 = Organisasi Usaha	0.55	0.000	Signifikan

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 6)

Dari Tabel 4.13 di atas, diperoleh hasil *measurement model* pada variabel Inovasi (X1) diukur oleh 6 indikator yaitu Pada variabel Inovasi (X1) terdiri 6 indikator yaitu Produk (X1), Pelayanan (X2), Proses (X3), Pasar (X4), Logistik (X5) dan Organisasi Usaha (X6).

Dari enam indikator tersebut signifikan mengukur pelatihan (X1), karena nilai P-*value* < 0.05. Dari nilai *Standardize outer loading* didapatkan indikator yang memiliki nilai tertinggi pada indikator Pasar (X4) dengan nilai koefisien *Standardize* atau *loading factor* bernilai sebesar 0.67 dan nilai P-*value* sebesar 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator ini signifikan dan paling dominan dalam mengukur Inovasi. Mengingat koefisien *Standardize* bertanda positif mengindikasikan semakin meningkat nilai *Standardize* maka hasil pengukuran variabel Inovasi juga akan semakin meningkat dan ini juga

menunjukan bahwa indikator Pasar (X4) yang dipandang paling berpengaruh dalam mengukur variabel Inovasi.

4.7.2. Variabel Kreativitas (X2)

Variabel Kreativitas, variabel ini diukur oleh tiga indikator. Berikut disajikan hasil *measurement model* pada variabel kompensasi sebagaimana Tabel 4.14 berikut ini:

Tabel 4.14

Hasil Pengujian *Measurement Model* Variabel Kreativitas (X2)

Indikator	*Standardize*	P-Value	Keterangan
X7 = Keahlian	0.72	0.000	Signifikan
X8 = Kemampuan	0.88	0.048	Signifikan
X9 = Motivasi	0.60	0.000	Signifikan

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 6)

Dari Tabel 4.14 di atas, diperoleh hasil *measurement model* pada variabel Kreativitas (X2) diukur oleh 3 indikator yaitu Pada variabel Kreativitas (X2) terdiri 3 indikator yaitu Keahlian (X7), Kemampuan (X8) dan Motivasi (X9).

Dari tiga indikator tersebut signifikan mengukur Kreativitas (X2), karena nilai P-*value* < 0.05. Dari nilai *Standardize outer loading* didapatkan indikator yang memiliki nilai tertinggi pada indikator Kemampuan (X8) dengan nilai koefisien *Standardize* atau *loading factor* bernilai sebesar 0.88 dan nilai P-*value* sebesar 0.048 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator ini signifikan dan paling dominan dalam mengukur Kreativitas. Mengingat koefisien *Standardize* bertanda positif mengindikasikan semakin meningkat nilai *Standardize* maka hasil pengukuran variabel Kreativitas juga akan semakin

meningkat dan ini juga menunjukan bahwa indikator Kemampuan (X8) yang dipandang paling berpengaruh dalam mengukur variabel Kreativitas.

4.7.3. Variabel Kinerja Usaha (Y1)

Variabel Kinerja Usaha, variabel ini diukur oleh enam indikator. Berikut disajikan hasil *measurement model* pada variabel motivasi sebagaimana Tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15

Hasil Pengujian *Measurement Model* Variabel Kinerja Usaha (Y1)

Indikator	*Standardize*	P-Value	Keterangan
Y1 = Tujuan	0.34	0.000	Signifikan
Y2 = Standar	0.52	0.000	Signifikan
Y3 = Umpan Balik	0.58	0.000	Signifikan
Y4 = Alat atau Sarana	0.51	0.000	Signifikan
Y5 = Kompetensi	0.46	0.000	Signifikan
Y6 = Motif	0.46	0.000	Signifikan
Y7 = Peluang	0.38	0.000	Signifikan

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 6)

Dari Tabel 4.15 di atas, diperoleh hasil *measurement model* pada variabel Kinerja Usaha (Y1) diukur oleh 7 indikator yaitu Pada variabel Kinerja Usaha (Y1) terdiri 7 indikator yaitu Tujuan (Y1), Standar (Y2), Umpan Balik (Y3), Alat atau Sarana (Y4), Kompetensi (Y5), Motif (Y6) dan Peluang (Y7).

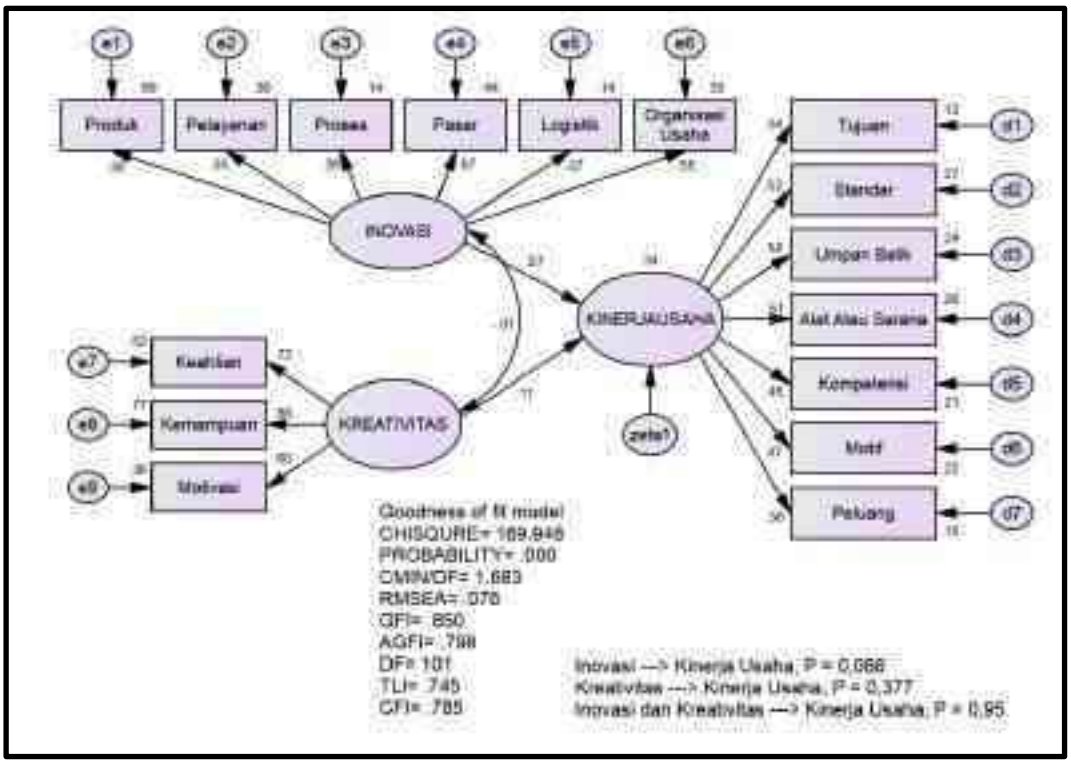
Dari tiga indikator tersebut signifikan mengukur Kinerja Usaha (Y1), karena nilai P-*value* < 0.05. Dari nilai *Standardize outer loading* didapatkan indikator yang memiliki nilai tertinggi pada indikator Umpan Balik (Y3) dengan nilai koefisien *Standardize* atau *loading factor* bernilai sebesar 0.58 dan nilai P-*value* sebesar 0.000 < 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator ini signifikan

dan paling dominan dalam mengukur Kinerja Usaha. Mengingat koefisien *Standardize* bertanda positif mengindikasikan semakin meningkat nilai *Standardize* maka hasil pengukuran variabel Kinerja Usaha juga akan semakin meningkat dan ini juga menunjukan bahwa indikator Umpan Balik (Y3) yang dipandang paling berpengaruh dalam mengukur variabel Kinerja Usaha.

4.8. Model Struktural

Dalam model struktural ini, diuji tiga hipotesis hubungan antar variabel (pengaruh langsung). Berikut disajikan secara lengkap hasil pengujian hubungan antar variabel penelitian sebagai berikut:

Gambar 4.6
Hasil Pengukuran dengan Model SEM
"Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan"



Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 6)

Tabel 4.16

Hasil Analisis Jalur : Pengaruh Langsung

NO	Hubungan Antar Variabel	Koefi-sien	P-*value*	Keterangan
1.	Inovasi (X1) → Kinerja Usaha (Y1)	0.57	0.066	Tidak Signifikan
2.	Kreativitas (X2) → Kinerja Usaha (Y1)	0.11	0.377	Tidak Signifikan
3.	Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) → Kinerja Usaha (Y1)	-0.01	0.95	Tidak Signifikan

Sumber: Data Diolah (2021) (Lampiran 6)

Keterangan : Tanda * menyatakan signifikan pada tingkat 5%
Tanda ns menyatakan hubungan yang tidak signifikan (non signifikan).

Berdasarkan atas Tabel di atas, maka hasil pengujian model struktural disajikan sebagai berikut :

1. Inovasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja kerja. Hal ini terlihat dari p-*value* sebesar 0.066 > (0.05) dan dengan nilai koefisien 0.57. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Namun pengaruh inovasi sangat kecil sekali terhadap kinerja usaha.
2. Kreativitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja kerja. Hal ini terlihat dari p-*value* sebesar 0.377 > (0.05) dan dengan nilai koefisien 0.11. Karena koefisien bertanda positif mengindikasikan hubungan keduanya searah. Namun pengaruh kreativitas sangat kecil sekali terhadap kinerja usaha.
3. Inovasi dan kreativitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja kerja. Hal ini terlihat dari p-*value* sebesar 0.95 > (0.05) dan dengan nilai koefisien -0.01. Karena koefisien bertanda negatif mengindikasikan hubungan

keduanya tidak searah. Namun pengaruh inovasi dan kreativitas sangat kecil sekali terhadap kinerja usaha.

4.9. Pengujian Hipotesis

4.9.1. Pengaruh Langsung antara Inovasi (X1) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (X1) dengan Kinerja Usaha (Y1) adalah sebesar 0,57 dengan p-*value* sebesar 0.066. Karena nilai p-*value* > 0.05 mengindikasikan bahwa Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya berapapun nilai Inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha.

Berdasarkan uraian diatas, maka H1 : berapapun nilai Inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hipotesis ditolak.

4.9.2. Pengaruh Langsung antara Kreativitas (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Kreativitas (X2) dengan Kinerja Usaha (Y1) adalah sebesar 0,11 dengan p-value sebesar 0.377. Karena nilai p-value > 0.05 mengindikasikan bahwa Kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya berapapun nilai Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha.

Berdasarkan uraian diatas, maka H2 : berapapun nilai Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hipotesis ditolak.

4.9.3. Pengaruh Langsung antara Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) dengan Kinerja Usaha (Y1) adalah sebesar -0,01 dengan p-value sebesar 0.95. Karena nilai p-value > 0.05 mengindikasikan bahwa Inovasi dan Kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya berapapun nilai Inovasi dan Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha.

Berdasarkan uraian diatas, maka H3 : berapapun nilai Inovasi dan Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hipotesis ditolak.

4.10. Pembahasan

4.10.1. Semakin Baik Inovasi Akan Semakin Tinggi Kinerja Usaha

Pengujian hipotesis antara hubungan Inovasi (X1) terhadap Kinerja Usaha (Y) adalah seperti berikut; berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (X1) dengan Kinerja Usaha (Y) adalah sebesar 0.57 dengan p-value sebesar 0.066. Karena nilai p-value > 0.05 mengindikasikan bahwa Inovasi berpengaruh positif tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya berapapun nilai Inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hipotesis ini dinyatakan di tolak.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Inovasi diukur oleh 6 indikator yaitu produk, pelayanan, proses, pasar, logistic

dan organisasi usaha, dimana terdapat indikator yang paling dominan yaitu pasar yang paling utama sebagai pengukur Inovasi. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Inovasi terlihat dari Pasar.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kinerja Usaha diukur oleh 7 indikator yaitu tujuan, standar, umpan balik, alat atau sarana, kompetensi, motif dan peluang, dimana terdapat indikator yang paling dominan dalam mengukur kinerja usaha yang diberikan umpan balik maka hasil pengukuran variabel kinerja usaha juga akan semakin meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai kinerja usaha terlihat dari umpan balik.

Dari analisis menyatakan bahwa semakin baik Inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada Inovasi yang terjadi pada peran indikator pasar, akan mengakibatkan tingginya kinerja usaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.

4.10.2. Semakin Baik Kreativitas Akan Semakin Tinggi Kinerja Usaha

Pengujian hipotesis antara hubungan Inovasi (X1) terhadap Kinerja Usaha (Y) adalah seperti berikut; berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (X1) dengan Kinerja Usaha (Y) adalah sebesar 0.11 dengan p-value sebesar 0.377. Karena nilai p-value > 0.05 mengindikasikan bahwa Kreativitas berpengaruh positif tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya berapapun nilai Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hipotesis ini dinyatakan di tolak.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kreativitas diukur oleh 3 indikator yaitu keahlian, kemampuan dan motivasi, dimana terdapat indikator yang paling dominan yaitu kemampuan yang paling utama sebagai pengukur Kreativitas. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Kreativitas terlihat dari Kemampuan.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kinerja Usaha diukur oleh 7 indikator yaitu tujuan, standar, umpan balik, alat atau sarana, kompetensi, motif dan peluang, dimana terdapat indikator yang paling dominan dalam mengukur kinerja usaha yang diberikan umpan balik maka hasil pengukuran variabel kinerja usaha juga akan semakin meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai kinerja usaha terlihat dari umpan balik.

Dari analisis menyatakan bahwa semakin baik Kreativitas berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada Kreativitas yang terjadi pada peran indikator kemampuan, akan mengakibatkan tingginya kinerja usaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.

4.10.3. Semakin Baik Inovasi dan Kreativitas Akan Semakin Tinggi Kinerja Usaha

Pengujian hipotesis antara hubungan Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y) adalah seperti berikut; berdasarkan hasil analisis, koefisien hubungan antara Inovasi (X1) dan Kreativitas (X2) dengan Kinerja Usaha (Y) adalah sebesar -0.01 dengan p-value sebesar 0.95. Karena nilai p-value

> 0.05 mengindikasikan bahwa Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Usaha. Artinya berapapun nilai Inovasi dan Kreativitas tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hipotesis ini dinyatakan di tolak.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Inovasi diukur oleh 6 indikator yaitu produk, pelayanan, proses, pasar, logistic dan organisasi usaha, dimana terdapat indikator yang paling dominan yaitu pasar yang paling utama sebagai pengukur Inovasi. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Inovasi terlihat dari Pasar.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kreativitas diukur oleh 3 indikator yaitu keahlian, kemampuan dan motivasi, dimana terdapat indikator yang paling dominan yaitu kemampuan yang paling utama sebagai pengukur Kreativitas. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai Kreativitas terlihat dari Kemampuan.

Berdasarkan atas model pengukuran dalam SEM memperlihatkan bahwa Kinerja Usaha diukur oleh 7 indikator yaitu tujuan, standar, umpan balik, alat atau sarana, kompetensi, motif dan peluang, dimana terdapat indikator yang paling dominan dalam mengukur kinerja usaha yang diberikan umpan balik maka hasil pengukuran variabel kinerja usaha juga akan semakin meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya nilai kinerja usaha terlihat dari umpan balik.

Dari analisis menyatakan bahwa semakin baik Inovasi dan Kreativitas berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada Inovasi dan Kreativitas yang terjadi pada peran

indikator pasar dan kemampuan, akan mengakibatkan tingginya kinerja usaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Variabel Inovasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Kinerja Usaha. Yang artinya berapapun nilai Inovasi, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada Inovasi yang terjadi pada peran indikator pasar, akan mengakibatkan tingginya kinerja usaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.
b. Variabel Kreativitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Kinerja Usaha. Yang artinya berapapun nilai Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada Kreativitas yang terjadi pada peran indikator kemampuan, akan mengakibatkan tingginya kinerja usaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.
c. Variabel Inovasi dan Kreativitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Kinerja Usaha. Yang artinya berapapun nilai Inovasi dan Kreativitas, tidak akan berpengaruh pada tinggi rendahnya tingkat Kinerja Usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa jika terjadi perbaikan pada Inovasi dan

Kreativitas yang terjadi pada peran indikator pasar dan kemampuan, akan mengakibatkan tingginya kinerja usaha yang akan diperoleh, yang utamanya terlihat dari tingginya umpan balik yang didapatkan.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diajukan/diberikan berdasarkan hasil penelitian ini, adalah sebagai berikut:

a. Bagi Pelaku UMKM

   Disarankan kepada setiap pelaku UMKM untuk meningkatkan inovasinya agar tingkat kesejahteraan menjadi lebih baik, tentu dengan kreativitas agar ditingkatkan untuk pengembangan usahanya sehingga terjadi kinerja usaha yang lebih optimal.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Disarankan peneliti selanjutnya untuk meneliti judul skripsi ini dengan tambahan variabel independent yaitu dampak lingkungan bisnis dalam situasi pandemi covid 19 terhadap kinerja usaha agar penelitian skripsi ini bisa lebih sempurna.

c. Bagi Pemerintah Setempat

   Pemerintah Kabupaten Bulungan dapat menjaga keselamatan dan kesehatan masyarakat sebagai fokus utama dan menjaga laju pertumbuhan ekonomi adalah tugas besar yang dipikul oleh pemerintah terkait dengan pandemi Covid 19 ini. Untuk membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini pemerintah harus memformulasikan kebijakan yang ideal untuk pelaku Usaha

Mikro Kecil dan Menengah agar ekonomi mereka dapat kembali pulih. Kebijakan yang bisa dilakukan dengan memberikan Bantuan Langsung Tunai (cash money) atau dengan cara memberikan keringanan membayar pajak pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Pemerintah juga harus mengadakan pelatihan agar pelaku usaha mikro kecil dan menengah ini paham dengan adanya perubahan pemasaran konvensional menjadi pemasaran online, sehingga materi yang diberikan kaitannya untuk meningkatkan pemasaran secara digital agar pelaku usaha mikro kecil dan menengah tetap aksis di tengah pandemi covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Hajjaj, Yusuf Abu. (2010). Kreatif atau mati. (Lilik Rochmat, penerjemah). Surakarta: Al-Jadid

Abdullah Sani, Ridwan. 2013. Inovasi Pembelajaran. Jakarta: Bumi Aksara

Agus Tri Basuki. Cetakan Pertama, 2015. Regresi Dalam Penelitian Ekonomi Dan Bisnis. Yogyakarta : Danisa Media

Agusty Ferdinand, 2012, Metode Penelitian Manajemen, Badan. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

B. Hurlock Elizabet, 2015, Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Rentang Hidup. Jakarta: Erlangga.

Brata, A. G. 2019. "Konflik di Masa Krisis: Studi Empiris Determinasi Ketidakadilan Sosial-Ekonomi". Analisis CSIS Th XXXI No.3

Eddy Soeryanto Soegoto. 2012. Enterpreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung Edisi Revisi. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo

Everett, Rogers M. (2013). Diffusion of Innovations Third Edition, New York: The Free Press

Hadiyati, Ernani. 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen dan Kewirausahan Vol 13, 8-16. Diakses dari: http://ced.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240

Hair, Joseph E, Jr et al. 2016 A Primer on Partial Squares Structural Equation Modeeling {PLS-SEM}. SAGE Publications, Inc. California. USA

Hamali, Arif Yusuf. 2010. Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group

Handoko, T. Hani. 2014. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. BPFE, Yogyakarta.

Hasibuan, Malayu S.P. 2017. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Larsen, P. & A. Lewis. (2015). How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation.Journal Creativity and Innovation Management, page: 141-151.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2013. Manajemen Sumber Daya Manusia. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Mulyadi. 2017. Sistem Akuntansi. Edisi empat. Jakarta: Salemba Empat

Mulyanto, Agus. (2017). Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Munandar,Utami.(2012). Pengembangan kreativitas anak berbakat. Jakarta: Rineka cipta.

Munandar,S.C.Utami.(2019). Mengembangkan bakat dan kreativitas anak sekolah (Petunjuk Bagi Para Guru dan Orang Tua). Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Notoatmodjo. Soekidjo. (2019). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Cetakan Keempat. Edisi Revisi. Jakarta: Rineka Cipta.

Prawirosentono, Suryadi. (2012). Kinerja. Bandung: Alfabeta.

Priyatno, Duwi. 2015. SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis.Yogyakarta: CV Andi Offset.

Rogers, Everett M. 2012. Diffusion of Innovations (Fourth Edition). The Free Press. New York.

Schumpeter, J. (2018), Capitalism, Socialism and Democracy (New York: Harper).

Stephen C. Smith. 2016. Pembangunan Ekonomi (edisi kesembilan, jilid I). Jakarta : Erlangga

Suci R.Mar'ih Koesomowidjojo. (2016). Panduan Praktis Menyusun Analisis Beban Kerja (1st ed.). Jakarta: Penebar Suadaya

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Suryana. (2013). Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menunju Sukses. Edisi Revisi, Jakarta: Salemba Empat.

Tontowi, A.E., 2016. Desain Produk Inovatif dan Inkubasi Bisnis Kompetitif. Gadjah Mada Press, Yogyakarta

Tontowi Jauhar Arif. (2016). Penelitian Kuantitatif dan Analisis Data Menggunakan SEM (SPSS AMOS 20). Dapur Buku: Jakarta.

Wibowo. (2014) . Manajemen Kinerja. Edisi Keempat . Jakarta : Rajawali Pers

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER

Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan

Dengan hormat,

Terima kasih atas kesediaan Saudara/i dalam berpartisipasi untuk mengisi dan menjawab pertanyaan yang ada dikuesioner ini. Penelitian ini digunakan untuk menyusun skripsi yang berjudul "Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan." Untuk itu, para responden diharapkan dapat memberikan jawaban yang benar demi membantu penelitian ini. Atas kesediaan Saudara/i, penelitimengucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

1) Nama Pemilik :
2) Usia :
3) Pendidikan Terakhir :
4) Jenis Kelamin : L / P (coret yang tidak perlu)
5) Nama Usaha :

6) Jenis/Bidang Usaha :

7) Lama Berdirinya Usaha :

8) No. Telepon :

9) Alamat Usaha :

II. Petunjuk Pengisian

Anda diminta untuk memilih salah satu dari 5 alternatif jawaban yang ada dengan cara memberi tanda centang (√) lalu memberikan contoh yang sesuai dengan setiap pertanyaan.

Jawaban yang tersedia:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Variabel Inovasi

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	UMKM saya selalu					

	membuat/mengembangkan variasi produk baru					
2	UMKM saya teru mengembangkan pelayanan baru yang semakin berkualitas					
3	UMKM saya terus mengembangkan proses produksi sehingga menghasilkan produk yang semakin cepat, efisien dan berkualitas					
4	UMKM saya terus mengembangkan segmen-segmen pasar (pelanggan-pelanggan) baru					
5	UMKM saya selalu mengembangkan pasokan bahan baku dari pemasar-pemasar baru dengan kualitas bahan baku yang lebih baik					
6	UMKM saya terus mengembangkan organisasi usaha dengan tujuan untuk pengolahan produksi yang lebih baik					

Variabel Kreativitas

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
7	Saya sangat ahli/berpengalaman dalam menjalankan UMKM					
8	Saya mampu menjalankan UMKM dengan sangat baik					
9	Saya memiliki dorongan/motivasi yang sangat hebat dalam mengelola/menjalankan UMKM					

Variabel Kinerja Usaha

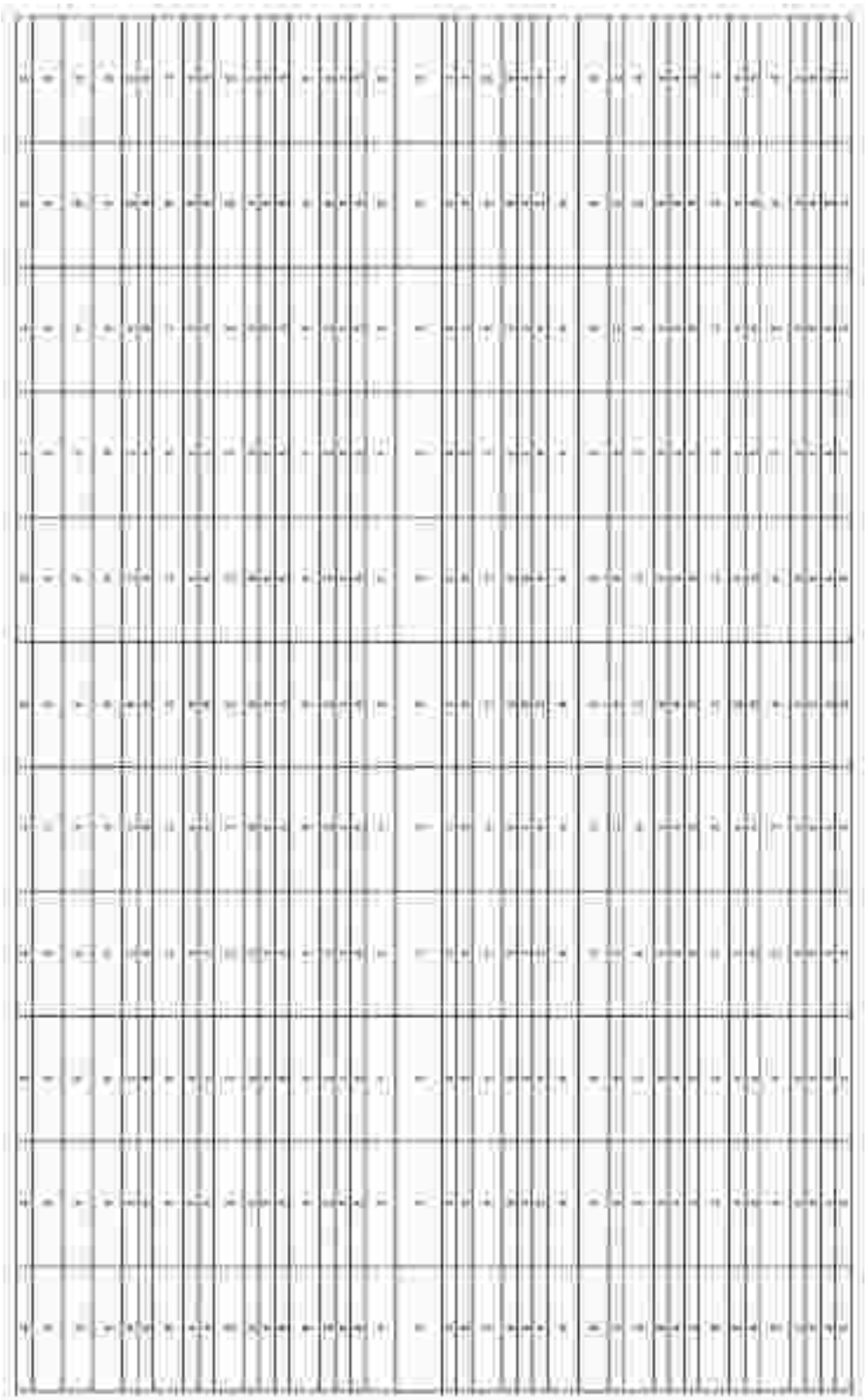
No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
10	UMKM saya memiliki tujuan/target bisnis yang besar dan menantang					
11	UMKM saya memiliki ukuran standar kualitas yang tinggi					
12	UMKM saya selalu memberikan umpan balik (feedback) kepada mitra dan pelanggan					
13	UMKM saya terus meningkatkan peralatan dan sarana usaha					
14	UMKM saya terus meningkatkan					

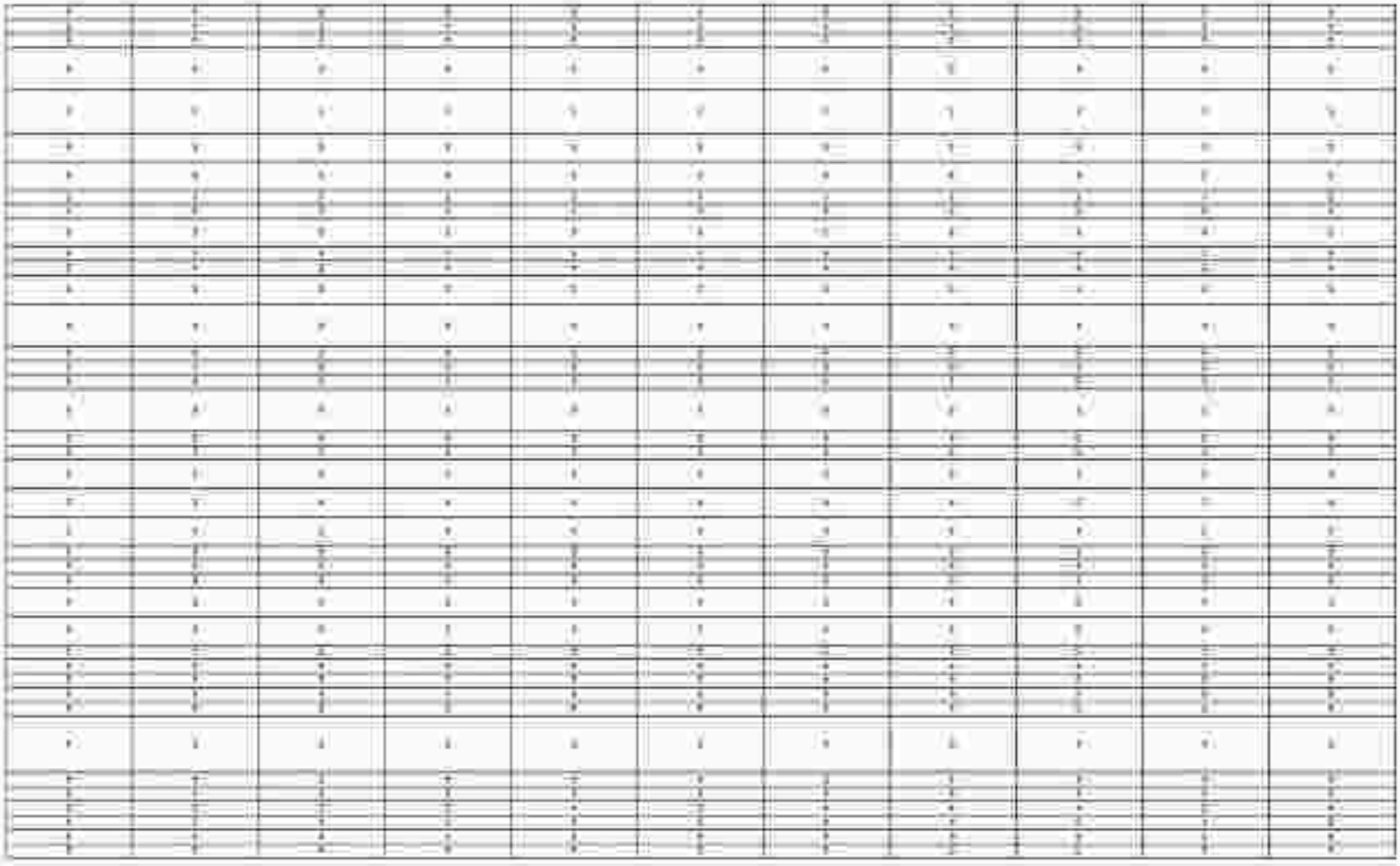
	kapasitas (kompetensi) dalam mengelola usaha					
15	UMKM saya dijalankan dengan motivasi untuk meningkatkan penghasilan (ekonomi) dan membuka lapangan kerja					
16	Usaha yang dikembangkan oleh UMKM saya memiliki peluang yang sangat besar					

LAMPIRAN 2. IDENTITAS DAN JAWABAN KUESIONER RESPONDEN

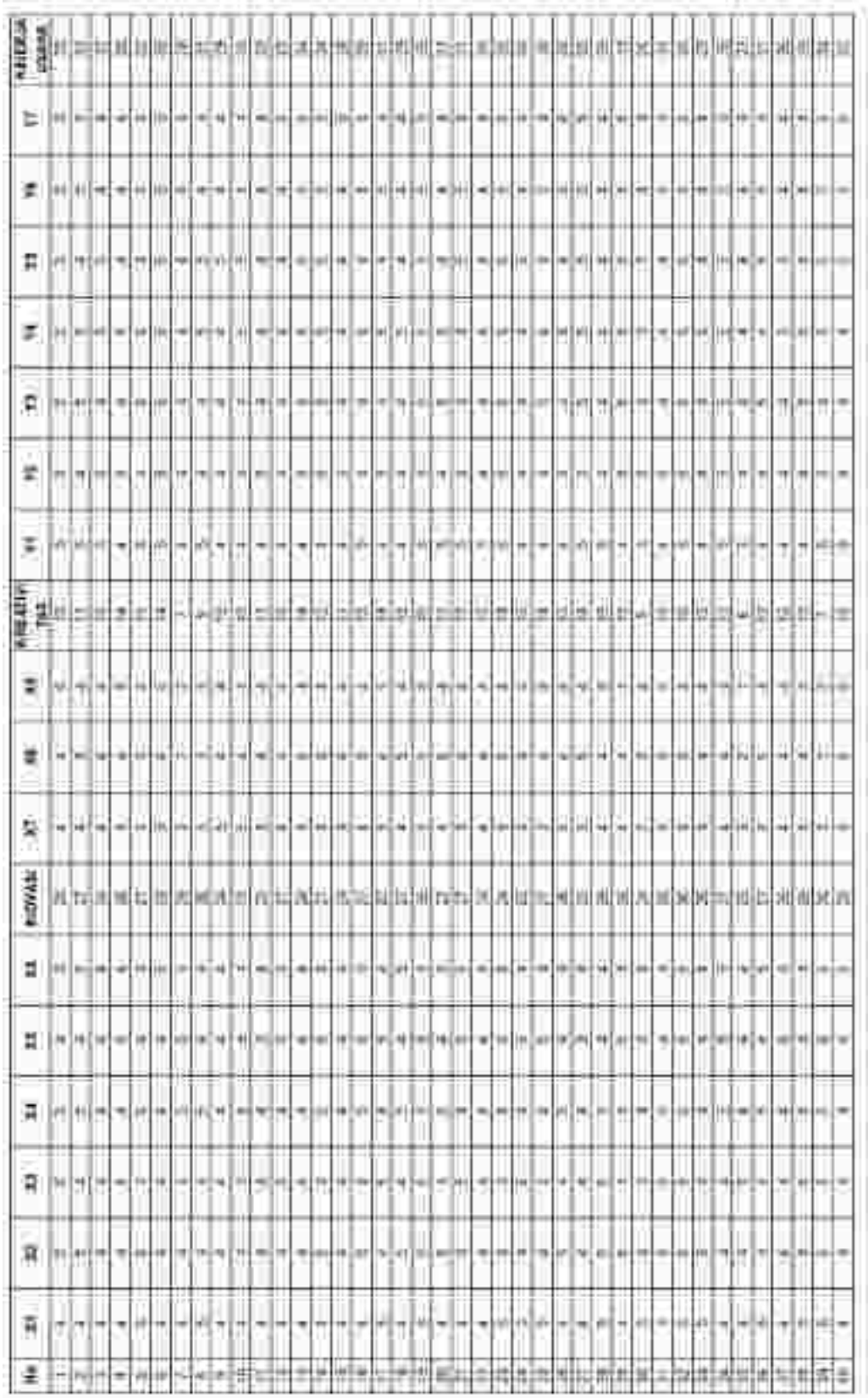
No.	Name/Product	Unit	Quantity per Assembly	Material	Finish / Coating	Heat Treatment	Notes
1	Hex Bolt M8×40	pc	4	Steel	Zinc plated	None	Grade 8.8
2	Flat Washer M8	pc	4	Steel	Zinc plated	None	
3	Spring Washer M8	pc	4	Steel	Zinc plated	None	
4	Hex Nut M8	pc	4	Steel	Zinc plated	None	
5	Base Plate	pc	1	Steel	Powder coated	None	300×200×10
6	Motor Mount	pc	1	Steel	Powder coated	None	
7	Shaft Ø20	pc	1	Steel	Machined	Quenched & tempered	
8	Bearing 6204	pc	2	Steel	Plain	None	
9	Coupling	pc	1	Aluminum	Anodized	None	
10	Key 6×6×25	pc	1	Steel	Plain	None	
11	Gear Z=40	pc	1	Steel	Machined	Induction hardened	
12	Pinion Z=12	pc	1	Steel	Machined	Induction hardened	
13	Idler Gear	pc	1	Steel	Machined	None	
14	Gear Shaft	pc	1	Steel	Machined	None	
15	Retaining Ring	pc	2	Spring steel	Plain	None	
16	Housing	pc	1	Cast iron	Painted	None	
17	Cover Plate	pc	1	Steel	Powder coated	None	
18	Gasket	pc	1	Rubber	—	None	
19	Oil Seal	pc	2	Rubber	—	None	
20	Dowel Pin Ø6×30	pc	2	Steel	Plain	None	
21	Socket Head Cap Screw M6×20	pc	6	Steel	Black oxide	None	
22	Lock Washer M6	pc	6	Steel	Plain	None	
23	Nameplate	pc	1	Aluminum	Engraved	None	
24	Rivet 3×8	pc	4	Aluminum	Plain	None	
25	Grease Nipple M6	pc	1	Steel	Plain	None	
26	Breather Plug	pc	1	Plastic	—	None	
27	Oil Level Gauge	pc	1	Glass / Steel	Plain	None	
28	Drain Plug M12	pc	1	Steel	Plain	None	
29	Thrust Washer	pc	2	Steel	Plain	None	
30	Circlip Ø20	pc	2	Spring steel	Plain	None	
31	Wear Strip	pc	2	Bronze	Machined	None	
32	Adjusting Screw M8	pc	1	Steel	Plain	None	
33	Lock Nut M8	pc	1	Steel	Plain	None	
34	Tension Spring	pc	1	Spring steel	Plain	Heat treated	
35	Guide Roller	pc	2	Steel	Hardened	None	
36	Roller Pin Ø8×40	pc	2	Steel	Ground	None	
37	Cam Follower	pc	1	Steel	Hardened	None	
38	Eccentric Shaft	pc	1	Steel	Machined	Quenched & tempered	
39	Connecting Rod	pc	1	Steel	Machined	None	
40	Piston Pin Ø12×50	pc	1	Steel	Ground	Case hardened	
41	Piston	pc	1	Aluminum	Machined	None	
42	Piston Ring	pc	3	Cast iron	Plain	None	
43	Cylinder Liner	pc	1	Cast iron	Honed	None	
44	Cylinder Head	pc	1	Cast iron	Painted	None	
45	Head Gasket	pc	1	Graphite composite	—	None	
46	Valve Spring	pc	2	Spring steel	Plain	Heat treated	
47	Valve Retainer	pc	2	Steel	Plain	None	
48	Valve Cotter	pc	4	Steel	Plain	None	
49	Intake Valve	pc	1	Steel	Ground	None	
50	Exhaust Valve	pc	1	Steel	Ground	None	
51	Valve Guide	pc	2	Bronze	Machined	None	
52	Rocker Arm	pc	2	Steel	Machined	None	
53	Rocker Shaft	pc	1	Steel	Machined	None	
54	Push Rod	pc	2	Steel	Machined	None	
55	Tappet	pc	2	Steel	Hardened	None	
56	Camshaft	pc	1	Steel	Machined	Induction hardened	
57	Timing Gear	pc	1	Steel	Machined	None	
58	Timing Chain	pc	1	Steel	Plain	None	
59	Chain Tensioner	pc	1	Steel	Plain	None	
60	Oil Pump Body	pc	1	Cast iron	Machined	None	
61	Oil Pump Gear	pc	2	Steel	Machined	None	
62	Oil Pump Cover	pc	1	Cast iron	Machined	None	
63	Oil Pump Shaft	pc	1	Steel	Machined	None	
64	Oil Pump Relief Valve	pc	1	Steel	Plain	Heat treated	
65	Oil Pump Spring	pc	1	Spring steel	Plain	Heat treated	
66	Oil Pump Plug	pc	1	Steel	Plain	None	
67	Oil Pump Gasket	pc	1	Paper	—	None	
68	Oil Pump Screw M5×16	pc	4	Steel	Black oxide	None	
69	Oil Pump Lock Washer M5	pc	4	Steel	Plain	None	
70	Oil Pump Dowel Pin Ø5×20	pc	2	Steel	Plain	None	
71	Oil Pump Inlet Screen	pc	1	Steel	Plain	None	
72	Oil Pump Outlet Fitting	pc	1	Steel	Plain	None	
73	Oil Pump Hose Clamp	pc	2	Steel	Plain	None	
74	Oil Pump Hose	pc	1	Rubber	—	None	
75	Oil Pump Adapter	pc	1	Steel	Plain	None	
76	Oil Pump Union	pc	1	Steel	Plain	None	
77	Oil Pump Elbow	pc	1	Steel	Plain	None	
78	Oil Pump Tee	pc	1	Steel	Plain	None	
79	Oil Pump Cross	pc	1	Steel	Plain	None	
80	Oil Pump Plug M10	pc	1	Steel	Plain	None	
81	Oil Pump Plug M12	pc	1	Steel	Plain	None	
82	Oil Pump Plug M14	pc	1	Steel	Plain	None	
83	Oil Pump Plug M16	pc	1	Steel	Plain	None	
84	Oil Pump Plug M18	pc	1	Steel	Plain	None	
85	Oil Pump Plug M20	pc	1	Steel	Plain	None	
86	Oil Pump Plug M22	pc	1	Steel	Plain	None	
87	Oil Pump Plug M24	pc	1	Steel	Plain	None	
88	Oil Pump Plug M26	pc	1	Steel	Plain	None	
89	Oil Pump Plug M28	pc	1	Steel	Plain	None	
90	Oil Pump Plug M30	pc	1	Steel	Plain	None	
91	Oil Pump Plug M32	pc	1	Steel	Plain	None	
92	Oil Pump Plug M34	pc	1	Steel	Plain	None	
93	Oil Pump Plug M36	pc	1	Steel	Plain	None	
94	Oil Pump Plug M38	pc	1	Steel	Plain	None	
95	Oil Pump Plug M40	pc	1	Steel	Plain	None	
96	Oil Pump Plug M42	pc	1	Steel	Plain	None	
97	Oil Pump Plug M44	pc	1	Steel	Plain	None	
98	Oil Pump Plug M46	pc	1	Steel	Plain	None	
99	Oil Pump Plug M48	pc	1	Steel	Plain	None	
100	Oil Pump Plug M50	pc	1	Steel	Plain	None	

1	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
2	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
3	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
4	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
5	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
6	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
7	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
8	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
9	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
10	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
11	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
12	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
13	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
14	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
15	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
16	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
17	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
18	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
19	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
20	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
21	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
22	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
23	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
24	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
25	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
26	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
27	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
28	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
29	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
30	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
31	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
32	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
33	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
34	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
35	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
36	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
37	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
38	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
39	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
40	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
41	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
42	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
43	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
44	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
45	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
46	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
47	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
48	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
49	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
50	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]





LAMPIRAN 3. DATA KUESIONER (SPSS dan AMOS)



| | | |

| | | |

LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS DAN REALIBITAS

UJI VALIDITAS

Inovasi (X1)

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 INOVASI
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	INOVASI
X1	Pearson Correlation	1	.180*	.167	.151	.218*	.095	.506**
	Sig. (2-tailed)		.049	.069	.099	.017	.303	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X2	Pearson Correlation	.180*	1	.147	.435**	.074	.290**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.049		.109	.000	.419	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X3	Pearson Correlation	.167	.147	1	.246**	.357**	.192*	.600**
	Sig. (2-tailed)	.069	.109		.007	.000	.035	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X4	Pearson Correlation	.151	.435**	.246**	1	.109	.374**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.099	.000	.007		.235	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X5	Pearson Correlation	.218*	.074	.357**	.109	1	.339**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.017	.419	.000	.235		.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120

X6	Pearson Correlation	.095	.290**	.192*	.374**	.339**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.303	.001	.035	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120
INOVASI	Pearson Correlation	.506**	.583**	.600**	.652**	.589**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kreativitas (X2)

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X7 X8 X9 KREATIVITAS
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

		X7	X8	X9	KREATIVITAS
X7	Pearson Correlation	1	.636**	.424**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120
X8	Pearson Correlation	.636**	1	.528**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120
X9	Pearson Correlation	.424**	.528**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120
KREATIVITAS	Pearson Correlation	.836**	.877**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kinerja Usaha (Y)

```
CORRELATIONS
  /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 KINERJAUSAHA
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
```

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	KINERJAUSAHA
Y1	Pearson Correlation	1	.048	.080	.164	.261**	.139	.176	.465**
	Sig. (2-tailed)		.603	.386	.073	.004	.130	.055	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y2	Pearson Correlation	.048	1	.364**	.265**	.243**	.259**	.314**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.603		.000	.003	.008	.004	.000	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y3	Pearson Correlation	.080	.364**	1	.375**	.212*	.261**	.212*	.617**
	Sig. (2-tailed)	.386	.000		.000	.020	.004	.020	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y4	Pearson Correlation	.164	.265**	.375**	1	.284**	.157	.058	.604**
	Sig. (2-tailed)	.073	.003	.000		.002	.087	.533	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y5	Pearson Correlation	.261**	.243**	.212*	.284**	1	.205*	.309**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.004	.008	.020	.002		.025	.001	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
Y6	Pearson Correlation	.139	.259**	.261**	.157	.205*	1	.145	.540**
	Sig. (2-tailed)	.130	.004	.004	.087	.025		.115	.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120

Y7	Pearson Correlation	.176	.314**	.212*	.058	.309**	.145	1	.530**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000	.020	.533	.001	.115		.000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120
KINERJAUSAHA	Pearson Correlation	.465**	.610**	.617**	.604**	.638**	.540**	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120	120	120	120

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI REALIBITAS

Inovasi (X1)

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.636	.635	6

Kreativitas (X2)

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=X7 X8 X9
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.773	.771	3

Kinerja Usaha (Y)

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	120	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	120	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.657	.658	7

LAMPIRAN 5. UJI DESKRIPSI VARIABEL

Inovasi (X1)

```
FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6
  /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5	X6
N	Valid	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4.45	4.45	4.39	4.38	4.31	4.37
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4
Sum		534	534	527	526	517	524

Frequency Table

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1.7	1.7	1.7
	4	62	51.7	51.7	53.3
	5	56	46.7	46.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	66	55.0	55.0	55.0
	5	54	45.0	45.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	3.3	3.3	3.3
	4	65	54.2	54.2	57.5
	5	51	42.5	42.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	3.3	3.3	3.3
	4	66	55.0	55.0	58.3
	5	50	41.7	41.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	3.3	3.3	3.3
	4	75	62.5	62.5	65.8
	5	41	34.2	34.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	2.5	2.5	2.5
	4	70	58.3	58.3	60.8
	5	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Kreativitas (X2)

```
FREQUENCIES VARIABLES=X7 X8 X9
  /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Statistics

		X7	X8	X9
N	Valid	120	120	120
	Missing	0	0	0
Mean		4.18	4.16	4.03
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		5	4	4
Sum		502	499	484

Frequency Table

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3.3	3.3	3.3
	3	19	15.8	15.8	19.2
	4	48	40.0	40.0	59.2
	5	49	40.8	40.8	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5.0	5.0	5.0
	3	15	12.5	12.5	17.5
	4	53	44.2	44.2	61.7
	5	46	38.3	38.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.8	.8	.8
	2	5	4.2	4.2	5.0
	3	11	9.2	9.2	14.2
	4	75	62.5	62.5	76.7
	5	28	23.3	23.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Kinerja Usaha (Y)

```
FREQUENCIES VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7
  /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
N	Valid	120	120	120	120	120	120	120
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.37	4.44	4.35	4.38	4.44	4.46	4.44
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	5	4	4
Sum		524	533	522	525	533	535	533

Frequency Table

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	2.5	2.5	2.5
	4	70	58.3	58.3	60.8
	5	47	39.2	39.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	.8	.8	.8
	4	65	54.2	54.2	55.0
	5	54	45.0	45.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1.7	1.7	1.7
	4	74	61.7	61.7	63.3
	5	44	36.7	36.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.8	.8	.8
	3	6	5.0	5.0	5.8
	4	60	50.0	50.0	55.8
	5	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	4.2	4.2	4.2
	4	57	47.5	47.5	51.7
	5	58	48.3	48.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	2.5	2.5	2.5
	4	59	49.2	49.2	51.7
	5	58	48.3	48.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	67	55.8	55.8	55.8
	5	53	44.2	44.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6. UJI ASUMSI LINIERITAS

```
MEANS TABLES=KINERJA USAHA BY INOVASI KREATIVITAS
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.
```

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KINERJA USAHA * INOVASI	120	100.0%	0	0.0%	120	100.0%
KINERJA USAHA * KREATIVITAS	120	100.0%	0	0.0%	120	100.0%

KINERJAUSAHA * INOVASI

Report

KINERJA USAHA

INOVASI	Mean	N	Std. Deviation
25	34.00	1	.
26	27.50	2	2.121
27	28.00	3	1.000
28	29.73	15	2.219
29	30.36	14	2.560
30	31.19	16	1.940
31	30.89	37	1.595
32	31.24	17	1.921
33	32.50	6	2.258
34	30.75	4	2.062
35	34.00	5	1.732
Total	30.87	120	2.183

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KINERJA USAHA * INOVASI	Between Groups	(Combined)	149.163	10	14.916	3.890	.000
		Linearity	82.246	1	82.246	21.449	.000
		Deviation from Linearity	66.918	9	7.435	1.939	.054
	Within Groups		417.962	109	3.835		
	Total		567.125	119			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KINERJA USAHA * INOVASI	.381	.145	.513	.263

KINERJA USAHA * KREATIVITAS

Report

KINERJA USAHA

KREATIVITAS	Mean	N	Std. Deviation
6	30.67	3	4.041
7	31.67	3	3.215
9	29.50	4	2.646
10	31.89	9	1.833
11	30.10	10	1.729
12	30.18	17	2.378
13	30.45	40	1.739
14	31.46	24	2.265
15	32.60	10	1.955
Total	30.87	120	2.183

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KINERJA USAHA * KREATIVITAS	Between Groups	(Combined)	78.274	8	9.784	2.222	.031
		Linearity	7.752	1	7.752	1.760	.187
		Deviation from Linearity	70.522	7	10.075	2.288	.032
	Within Groups		488.851	111	4.404		
	Total		567.125	119			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KINERJA USAHA * KREATIVITAS	.117	.014	.372	.138

KINERJA USAHA * INOVASI DAN KREATIVITAS

```
MEANS TABLES=KINERJAUSAHA BY INOVASIDANKREATIVITAS
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.
```

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KINERJA USAHA * INOVASI DAN KREATIVITAS	120	100.0%	0	0.0%	120	100.0%

Report

KINERJA USAHA

INOVASI DAN KREATIVITAS	Mean	N	Std. Deviation
34	28.50	2	2.121
35	30.00	2	5.657
37	31.00	2	2.828
38	30.57	7	2.637
39	30.33	3	2.082
40	29.80	10	2.300
41	30.14	7	1.464
42	30.43	14	2.652
43	31.37	16	2.473
44	30.75	20	1.446
45	31.56	18	1.617
46	30.10	10	1.370
47	33.50	2	.707
48	31.00	1	.
49	32.00	1	.
50	34.00	5	1.732
Total	30.87	120	2.183

ANOVA Table

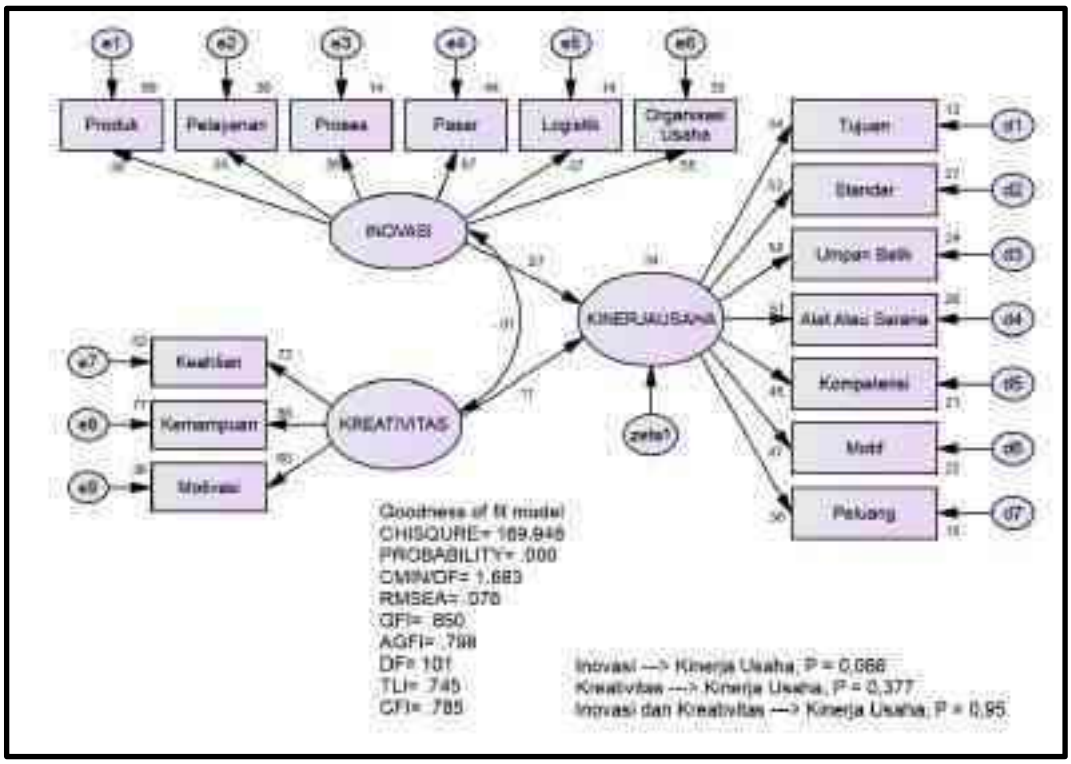
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KINERJA USAHA * INOVASI DAN KREATIVITAS	Between Groups	(Combined)	115.014	15	7.668	1.764	.050
		Linearity	53.698	1	53.698	12.352	.001
		Deviation from Linearity	61.316	14	4.380	1.007	.452
	Within Groups		452.111	104	4.347		
	Total		567.125	119			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KINERJA USAHA * INOVASI DAN KREATIVITAS	.308	.095	.450	.203

LAMPIRAN 7. HASIL ANALISIS SEM

Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku Umkm Pada Saat Pandemi Covid 19 Di Kabupaten Bulungan



Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
Y7	4.000	5.000	.235	1.051	-1.945	-4.349
Y6	3.000	5.000	-.295	-1.320	-1.017	-2.275
Y5	3.000	5.000	-.431	-1.927	-.749	-1.675
Y4	2.000	5.000	-.672	-3.006	.527	1.179
Y3	3.000	5.000	.250	1.116	-1.088	-2.433
Y2	3.000	5.000	.049	.221	-1.552	-3.471
Y1	3.000	5.000	.046	.207	-.981	-2.195
X7	2.000	5.000	-.716	-3.201	-.185	-.414
X8	2.000	5.000	-.833	-3.723	.219	.489
X9	1.000	5.000	-1.113	-4.976	2.396	5.358
X6	3.000	5.000	.046	.207	-.981	-2.195
X5	3.000	5.000	.136	.606	-.684	-1.529
X4	3.000	5.000	-.129	-.577	-.886	-1.980
X3	3.000	5.000	-.159	-.709	-.892	-1.995

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X2	4.000	5.000	.201	.899	-1.960	-4.382
X1	3.000	5.000	-.136	-.609	-1.256	-2.808
Multivariate					**4.411**	**1.007**

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
45	**34.446**	**.005**	**.434**
69	32.201	.009	.312
30	32.161	.010	.108
67	29.195	.023	.289
26	27.711	.034	.392
35	26.103	.053	.608
64	25.050	.069	.728
78	24.921	.071	.628
98	24.381	.082	.651
51	23.614	.098	.752
68	23.472	.102	.686
31	23.245	.107	.646
62	22.923	.116	.643
61	22.793	.119	.579
111	22.643	.124	.523
71	22.078	.141	.631
36	21.943	.145	.581
5	21.492	.160	.659
85	21.175	.172	.690
24	21.154	.173	.606
2	21.124	.174	.524
72	20.564	.196	.671
105	20.419	.202	.646
108	20.353	.205	.587
23	20.015	.220	.651
11	19.784	.230	.671
39	19.273	.255	.802
7	19.239	.256	.750
15	19.078	.265	.747
55	18.740	.282	.812
74	18.548	.293	.823
63	18.469	.297	.796

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
75	18.131	.316	.858
80	17.849	.333	.895
4	17.832	.334	.860
81	17.800	.336	.822
42	17.472	.356	.882
97	17.301	.366	.891
8	17.294	.367	.852
27	17.230	.371	.827
93	17.099	.379	.827
66	17.075	.381	.784
56	17.024	.384	.748
79	16.808	.398	.786
25	16.785	.400	.739
6	16.668	.407	.734
47	16.661	.408	.673
54	16.619	.411	.627
83	16.616	.411	.557
95	16.600	.412	.493
101	16.548	.415	.450
52	16.421	.424	.453
104	16.205	.439	.509
99	16.142	.443	.474
10	16.019	.452	.477
119	15.985	.454	.425
17	15.959	.456	.370
113	15.870	.462	.353
89	15.849	.464	.299
57	15.849	.464	.239
46	15.832	.465	.193
37	15.821	.466	.151
38	15.617	.480	.185
120	**15.521**	**.487**	**.177**
117	15.450	.492	.159
96	15.396	.496	.137
77	15.311	.502	.127
41	15.151	.514	.142
115	15.080	.519	.127
60	14.984	.526	.121
118	14.935	.529	.101
76	14.658	.550	.155

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
14	14.546	.558	.155
28	14.461	.564	.144
110	14.435	.566	.114
109	14.301	.576	.120
92	13.837	.611	.277
49	13.588	.629	.357
1	13.572	.631	.298
33	13.535	.633	.255
21	13.459	.639	.235
53	13.456	.639	.181
3	13.093	.666	.311
86	12.944	.677	.332
102	12.929	.678	.272
59	12.891	.681	.229
70	12.810	.687	.211
88	12.763	.690	.177
43	12.734	.692	.140
29	12.673	.696	.119
90	12.630	.700	.094
12	12.414	.715	.123
20	12.326	.721	.111
94	12.317	.722	.078
34	12.269	.725	.060
114	12.011	.743	.091
40	11.932	.749	.077
103	11.801	.758	.077
18	11.792	.758	.051
112	11.634	.769	.054

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments:	136
Number of distinct parameters to be estimated:	35
Degrees of freedom (136 - 35):	101

Result (Default model)

Minimum was achieved
Chi-square = 169.948
Degrees of freedom = 101
Probability level = .000

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KINERJA USAHA	<---	INOVASI	.658	.358	1.839	.066	par_1
KINERJA USAHA	<---	KREATIVITAS	.045	.051	.883	.377	par_2
X1	<---	INOVASI	1.000				
X2	<---	INOVASI	1.729	.709	2.439	.015	par_4
X3	<---	INOVASI	1.317	.590	2.234	.025	par_5
X4	<---	INOVASI	2.323	.944	2.462	.014	par_6
X5	<---	INOVASI	1.255	.563	2.231	.026	par_7
X6	<---	INOVASI	1.842	.760	2.424	.015	par_8
X9	<---	KREATIVITAS	1.000				
X8	<---	KREATIVITAS	1.614	.294	5.490	***	par_9
X7	<---	KREATIVITAS	1.308	.225	5.804	***	par_10
Y1	<---	KINERJAUSAHA	1.000				
Y2	<---	KINERJAUSAHA	1.475	.586	2.516	.012	par_11
Y3	<---	KINERJAUSAHA	1.629	.625	2.608	.009	par_12
Y4	<---	KINERJAUSAHA	1.739	.660	2.637	.008	par_13
Y5	<---	KINERJAUSAHA	1.460	.551	2.649	.008	par_14
Y6	<---	KINERJAUSAHA	1.395	.537	2.596	.009	par_15
Y7	<---	KINERJAUSAHA	1.049	.441	2.381	.017	par_16

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
KINERJAUSAHA	<---	INOVASI	.571
KINERJAUSAHA	<---	KREATIVITAS	.112
X1	<---	INOVASI	.298
X2	<---	INOVASI	.549
X3	<---	INOVASI	.377
X4	<---	INOVASI	.666
X5	<---	INOVASI	.375
X6	<---	INOVASI	.548
X9	<---	KREATIVITAS	.599
X8	<---	KREATIVITAS	.879
X7	<---	KREATIVITAS	.722
Y1	<---	KINERJAUSAHA	.343
Y2	<---	KINERJAUSAHA	.523
Y3	<---	KINERJAUSAHA	.581
Y4	<---	KINERJAUSAHA	.511
Y5	<---	KINERJAUSAHA	.463
Y6	<---	KINERJAUSAHA	.465
Y7	<---	KINERJAUSAHA	.385

Covariances: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
INOVASI	<-->	KREATIVITAS	-.001	.009	-.063	.950	par_3

Correlations: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
INOVASI	<-->	KREATIVITAS	-.008

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
INOVASI	.025	.018	1.362	.173	par_17
KREATIVITAS	.203	.063	3.212	.001	par_18
zeta1	.022	.014	1.571	.116	par_19
e1	.256	.035	7.354	***	par_20
e2	.173	.028	6.133	***	par_21
e3	.262	.037	7.079	***	par_22
e4	.168	.035	4.749	***	par_23
e5	.241	.035	6.833	***	par_24
e6	.198	.032	6.165	***	par_25
e9	.363	.055	6.582	***	par_26
e8	.155	.078	1.979	.048	par_27
e7	.319	.065	4.945	***	par_28
d1	.249	.035	7.154	***	par_29
d2	.191	.030	6.326	***	par_30
d3	.173	.029	5.916	***	par_31
d4	.284	.044	6.457	***	par_32
d5	.259	.039	6.720	***	par_33
d6	.234	.035	6.735	***	par_34
d7	.210	.030	7.059	***	par_35

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
KINERJAUSAHA	.338
Y7	.148
Y6	.216
Y5	.214
Y4	.261
Y3	.337
Y2	.274
Y1	.118
X7	.521
X8	.773
X9	.359
X6	.300
X5	.140
X4	.444
X3	.142

	Estimate
X2	.301
X1	.089

Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	Y7	Y6	Y5	Y4	Y3	Y2	Y1	X7	X8	X9	X6	X5	X4	X3	X2	X1
KREATIVITAS	.003	.003	.003	.004	.005	.004	.002	.137	.348	.092	-.002	-.001	-.003	-.001	-.002	-.001
INOVASI	.010	.012	.011	.012	.019	.016	.008	-.001	-.002	-.001	.069	.039	.102	.037	.074	.029
KINERJAUSAHA	.049	.058	.055	.060	.092	.075	.039	.002	.006	.002	.019	.011	.028	.010	.020	.008

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
KINERJAUSAHA	.045	.658	.000
Y7	.048	.691	1.049
Y6	.063	.918	1.395
Y5	.066	.962	1.460
Y4	.079	1.145	1.739
Y3	.074	1.073	1.629
Y2	.067	.971	1.475
Y1	.045	.658	1.000
X7	1.308	.000	.000
X8	1.614	.000	.000
X9	1.000	.000	.000
X6	.000	1.842	.000
X5	.000	1.255	.000

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
X4	.000	2.323	.000
X3	.000	1.317	.000
X2	.000	1.729	.000
X1	.000	1.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
KINERJAUSAHA	.112	.571	.000
Y7	.043	.220	.385
Y6	.052	.266	.465
Y5	.052	.264	.463
Y4	.057	.292	.511
Y3	.065	.332	.581
Y2	.059	.299	.523
Y1	.039	.196	.343
X7	.722	.000	.000
X8	.879	.000	.000
X9	.599	.000	.000
X6	.000	.548	.000
X5	.000	.375	.000
X4	.000	.666	.000
X3	.000	.377	.000
X2	.000	.549	.000
X1	.000	.298	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
KINERJAUSAHA	.045	.658	.000
Y7	.000	.000	1.049
Y6	.000	.000	1.395
Y5	.000	.000	1.460
Y4	.000	.000	1.739
Y3	.000	.000	1.629
Y2	.000	.000	1.475

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
Y1	.000	.000	1.000
X7	1.308	.000	.000
X8	1.614	.000	.000
X9	1.000	.000	.000
X6	.000	1.842	.000
X5	.000	1.255	.000
X4	.000	2.323	.000
X3	.000	1.317	.000
X2	.000	1.729	.000
X1	.000	1.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
KINERJAUSAHA	.112	.571	.000
Y7	.000	.000	.385
Y6	.000	.000	.465
Y5	.000	.000	.463
Y4	.000	.000	.511
Y3	.000	.000	.581
Y2	.000	.000	.523
Y1	.000	.000	.343
X7	.722	.000	.000
X8	.879	.000	.000
X9	.599	.000	.000
X6	.000	.548	.000
X5	.000	.375	.000
X4	.000	.666	.000
X3	.000	.377	.000
X2	.000	.549	.000
X1	.000	.298	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
KINERJAUSAHA	.000	.000	.000
Y7	.048	.691	.000
Y6	.063	.918	.000
Y5	.066	.962	.000
Y4	.079	1.145	.000
Y3	.074	1.073	.000
Y2	.067	.971	.000
Y1	.045	.658	.000
X7	.000	.000	.000
X8	.000	.000	.000
X9	.000	.000	.000
X6	.000	.000	.000
X5	.000	.000	.000
X4	.000	.000	.000
X3	.000	.000	.000
X2	.000	.000	.000
X1	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	KREATIVITAS	INOVASI	KINERJAUSAHA
KINERJAUSAHA	.000	.000	.000
Y7	.043	.220	.000
Y6	.052	.266	.000
Y5	.052	.264	.000
Y4	.057	.292	.000
Y3	.065	.332	.000
Y2	.059	.299	.000
Y1	.039	.196	.000
X7	.000	.000	.000
X8	.000	.000	.000
X9	.000	.000	.000
X6	.000	.000	.000
X5	.000	.000	.000
X4	.000	.000	.000
X3	.000	.000	.000
X2	.000	.000	.000
X1	.000	.000	.000

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	35	169.948	101	.000	1.683
Saturated model	136	.000	0		
Independence model	16	441.251	120	.000	3.677

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.030	.850	.798	.631
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.072	.640	.593	.565

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.615	.542	.797	.745	.785
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.842	.517	.661
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	68.948	36.879	108.902
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	321.251	260.765	389.316

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.428	.579	.310	.915
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	3.708	2.700	2.191	3.272

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.076	.055	.095	.021
Independence model	.150	.135	.165	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	239.948	251.614	337.510	372.510
Saturated model	272.000	317.333	651.099	787.099
Independence model	473.251	478.584	517.850	533.850

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	2.016	1.747	2.352	2.114
Saturated model	2.286	2.286	2.286	2.667
Independence model	3.977	3.469	4.549	4.022

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	88	96
Independence model	40	43

Execution time summary

Minimization:	.062
Miscellaneous:	1.958
Bootstrap:	.000
Total:	2.020