

MOTIVASI USAHA SEBAGAI MEDIATOR HUBUNGAN ANTARA PERILAKU INOVATIF DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENGUSAHA BATIK TULIS DI KABUPATEN KEBUMEN

Oleh:

Siti Nur Azizah¹⁾, Diana Ma'rifah²⁾

E-mail: sitinuraziz@yahoo.com, diana_marifah@yahoo.co.id

Dosen pada STIE Putra Bangsa

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of innovative behavior and creativity on the success of the business, mediated by business motivation. Respondents in this research are batik tulis entrepreneurs in Kebumen Regency. The number of samples tested was 58, and data analysis using Partial Least Square (PLS) test. The results show that creativity has an effect on the motivation and success of the business, and motivation mediates the relationship between creativity and business success. However, innovative behavior has no effect on motivation or business success. So motivation does not mediate the relationship between innovative behavior and business success.

Keywords: *Business Success, Business Motivation, Creativity, Innovative Behavior, Batik Tulis*

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh perilaku inovatif dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha, dengan dimediasi oleh motivasi usaha. Responden dalam penelitian ini adalah para pengusaha batik tulis di Kabupaten Kebumen. Jumlah sampel yang diujikan sebanyak 58 orang dan analisis data menggunakan uji *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha, dan motivasi memediasi hubungan antara kreativitas dengan keberhasilan usaha. Namun, perilaku inovatif tidak berpengaruh terhadap motivasi maupun keberhasilan usaha. Sehingga motivasi tidak memediasi hubungan antara perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha.

Kata kunci : Keberhasilan usaha, Motivasi usaha, Kreativitas, Perilaku Inovatif, Batik tulis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu langkah dalam mendukung tercapainya pembangunan nasional adalah pemberdayaan masyarakat melalui usaha kecil dan menengah (UKM). Pemberdayaan UKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UKM harus mampu menghadapi tantangan global seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran (Sudaryanto, 2011). Selain itu, perubahan selera masyarakat yang tidak dapat diprediksi membuat para pelaku usaha UKM dituntut untuk memiliki kreatifitas dan perilaku inovatif agar dapat terus menciptakan karya-karya yang bernilai dan memiliki identitas.

Pentingnya peran UKM dalam perekonomian Indonesia mendorong para pelaku usaha memberikan perhatian khusus terhadap berbagai faktor pendorong keberhasilan usaha.

Salah satu produk UKM di Indonesia yang memiliki prospek sangat baik dan berkembang di banyak wilayah adalah kain batik. Salah satu daerah yang potensial mengembangkan UKM Batik adalah kabupaten Kebumen yang berada di Provinsi Jawa

Tengah. Persoalan yang dihadapi para pengrajin Batik tulis Kebumen sekarang ini adalah keterbatasan kemampuan para pembatik terutama yang sudah tua. Mereka sudah kesulitan untuk menciptakan motif baru. Selain itu, perajin batik tulis dihadapkan pada pola perdagangan bebas yang cenderung merugikan. Salah satunya dengan munculnya printing motif batik baik dari pengusaha Indonesia maupun yang berasal dari Cina. Agar tidak kalah saing dengan batik printing, maka pengrajin batik harus terus berkreasi dan

berinovasi menciptakan corak batik yang berkarakter. Selain itu motivasi untuk berusaha agar UKM batik tulis terus tumbuh dan berkembang sangat perlu dimiliki oleh para pengrajin batik. Purnama (2010) menyatakan bahwa kemampuan membaca peluang pasar (*opportunity market*) dan penciptaan produk yang berdaya saing dengan melakukan diversifikasi produk (hal ini memerlukan kreativitas dan inovasi) yang ditunjang oleh motivasi usaha dan kemampuan usaha (kemampuan professional pengelolaannya), sangat menentukan keberhasilan industri kecil.

Berdasarkan hal tersebut, untuk mendorong keberhasilan usaha para pelaku UKM batik tulis di Kebumen agar produk yang mewakili ciri khas daerah Kebumen ini dapat terus maju dan berkembang, perlu dianalisis bagaimanakah daya kreatifitas, perilaku inovatif dan motivasi yang dimiliki para pelaku UKM batik tulis di kabupaten Kebumen

Perumusan Masalah

Sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan adanya sektor UKM, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UKM pun telah terbukti menjadi pilar perekonomian yang tangguh.

Kabupaten Kebumen memiliki potensi yang bagus untuk mengembangkan UKM batik tulis. Batik tulis Kebumen merupakan sebuah hasil karya yang memiliki kekhasan tersendiri yang menggambarkan kekayaan alam dan budaya masyarakatnya. Untuk mencapai keberhasilan usaha, para pengrajin batik tulis membutuhkan upaya ekstra keras dalam mengatasi berbagai kendala dan untuk dapat memenangkan persaingan usaha.

Kreativitas dan perilaku inovatif akan menumbuhkan motivasi berusaha bagi para wirausaha untuk mencapai keberhasilan dalam usahanya. Jika dalam berusaha tidak memiliki dasar motivasi berwirausaha yang kuat, tidak melakukan tindakan berupa inovasi, maka kecil kemungkinan bahwa suatu usaha akan mengalami pertumbuhan (Yunal, 2013). Berdasarkan hal tersebut, untuk mendorong keberhasilan usaha para pelaku UKM batik tulis di Kebumen agar produk yang mewakili ciri khas daerah Kebumen ini dapat terus maju dan berkembang, perlu dianalisis ***bagaimanakah daya kreatifitas, perilaku inovatif dan motivasi yang dimiliki para pelaku UKM batik tulis di kabupaten Kebumen.***

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis aspek kreativitas dan perilaku inovatif yang dimiliki para pengusaha UKM batik tulis di kabupaten Kebumen dan bagaimana pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha di UKM tersebut.

2. Menganalisis pengaruh motivasi yang dimiliki para pengusaha UKM batik tulis di kabupaten Kebumen terhadap keberhasilan usaha di UKM tersebut.
3. Menguji apakah motivasi yang dimiliki para pengusaha UKM batik tulis di kabupaten Kebumen dapat memediasi hubungan antara kreatifitas dan perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha di UKM tersebut.

Kajian Pustaka

Keberhasilan Usaha

Suryana (2003; dalam Lestari, 2013: 9) keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Menurut Daulay dan Ramadini (2013: 3) keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya. Menurut Ranto (2007; dalam Daulay dan Ramadini, 2013: 3) keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah.

Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Dari semua definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik daripada keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kasmir (2006; dalam Muchtar dan Ramadini, 2011: 200) keberhasilan usaha dapat diindikasikan dalam lima hal, yaitu:

- a. Jumlah penjualan meningkat.
- b. Hasil produksi meningkat.
- c. Keuntungan atau profit bertambah.
- d. Pertumbuhan usaha.
- e. Perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan.

Motivasi berusaha

Hasibuan (2001; dalam Sunyoto, 2012: 191) menyatakan motivasi adalah suatu perangsang keinginan (*want*) daya penggerak kemauan bekerja seseorang; setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Robbins (2001; dalam Purnama dan Suyanto, 2010: 179) mengatakan bahwa motivasi sebagai suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu. Menurut Goleman, (2006; dalam Ernawati, 2010: 77), motivasi yaitu kemampuan untuk mendorong dan menghasilkan energi untuk mencapai hasil atau tujuan. Dari semua definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu tindakan yang dapat mendorong seseorang ingin berusaha untuk mencapai tujuan atau sasaran usaha yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu.

Menurut Wirasmita (1994: 8), terdapat beberapa alasan mengapa seseorang menjadi wirausaha karena:

- a. Alasan keuangan, yaitu mencari nafkah, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, sebagai jaminan stabilitas keuangan.
- b. Alasan sosial, yaitu memperoleh gengsi/status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk menjadi panutan, agar dapat bertemu dengan orang banyak.

- c. Alasan pelayanan, yaitu memberi pekerjaan kepada masyarakat, membantu anak yatim, membahagiakan orang tua, demi masa depan keluarga.
- d. Alasan pemenuhan diri, yaitu menjadi atasan/ mandiri, untuk mencapai sesuatu yang diinginkan, untuk menghindari ketergantungan pada orang lain, untuk menjadi produktif dan untuk menggunakan kemampuan pribadi.

Kreativitas

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Atribut orang yang kreatif adalah : terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk men-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif. Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang kewirausahaan.

Peran sentral dalam kewirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to innovate*) sesuatu yang baru, misalnya: sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai organisasi baru, proses-proses manufaktur yang baru, produk-produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu, cara-cara baru dalam pengambilan keputusan. Suryana (2003) 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 suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya.

Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan). A. Roe dalam Frinces (2004) menyatakan bahwa syarat-syarat orang yang kreatif yaitu:

- a. Keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*).
- b. Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*observance seeing things in unusual ways*).
- c. Keinginan (*curiosity*) Toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance of apporites*)
- d. Kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan (*independence in judgement, thought and action*)
- e. Memerlukan dan menerima otonomi (*needing and assuming autonomy*)
- f. Kepercayaan terhadap diri sendiri (*self-reliance*)
- g. Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (*not being subject to group standart and control*).
- h. Ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (*willing to take calculated risks*).

Perilaku Inovatif

Perilaku inovatif sangat berkaitan dengan inovasi. Inovasi dan perilaku inovatif merupakan perubahan sosial. Perbedaannya hanya pada penekanan ciri dari perubahan tersebut. Inovasi menekankan pada ciri adanya sesuatu yang diamati sebagai hal yang baru bagi individu atau masyarakat. Sedangkan, perilaku inovatif menekankan pada adanya sikap kreatif agar terjadi proses perubahan sikap dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju.

Seseorang yang mempunyai perilaku inovatif adalah orang yang sikap kesehariannya selalu berfikir kritis, berusaha agar selalu terjadi perubahan di lingkungannya yang sifatnya menuju pembaharuan dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju dan diupayakan agar perubahan itu memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu. Orang yang berperilaku inovatif akan selalu berupaya agar melakukan upaya pemecahan masalah dengan cara yang berbeda-beda dengan biasanya tetapi lebih efektif dan efisien.

Menurut Inkeles, et.al. dalam Purba (2009) mengartikan proses modernisasi dikaitkan dengan perilaku inovatif sebagai proses perubahan kehidupan masyarakat, ditekankan bahwa perubahan kehidupan akibat perilaku inovatif modernisasi ini diikuti oleh perubahan sikap, sifat atau gaya hidup individu-individu dalam masyarakat. George dan Zhou (2001: 513-524) menyatakan tentang karakter dari individu yang memiliki perilaku inovatif adalah:

- a. Mencari tahu teknologi baru, proses, teknik dan ide-ide baru,
- b. Menghasilkan ide-ide kreatif,
- c. Memajukan dan memperjuangkan ide-ide ke orang lain,
- d. Meneliti dan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan ide-ide baru,
- e. Mengembangkan rencana dan jadwal yang matang untuk mewujudkan ide baru tersebut, dan
- f. Kreatif.

Inkeles et al dalam Purba(2009) mengemukakan secara detail tentang ciri-ciri manusia yang berperilaku inovatif berdasarkan penelitiannya yang mengemukakan ada 11 aspek yang menjadi tanda manusia yang berperilaku inovatif modern, yaitu:

- a) Bersikap terbuka terhadap inovasi,
- b) Mempunyai persepsi positif terhadap potensi inovasi,
- c) Menghargai kreatifitas inovasi seseorang,
- d) Selalu siap menghadapi perubahan sosial,
- e) Berpandangan yang luas,
- f) Memiliki dorongan ingin tahu yang kuat,
- g) Berorientasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang dari pada masa yang lampau,
- h) Berorientasi dan percaya pada perencanaan,
- i) Lebih percaya pada hasil perhitungan manusia dan pemikiran manusia dari pada takdir atau pembawaan,
- j) Menghargai keterampilan manusia seutuhnya,
- k) Menyadari sepenuhnya dampak keputusan yang dibuatnya.

Hubungan antar Variabel dan Hipotesis

Pengaruh dari Kreativitas ke Motivasi Usaha

Suryana (2003) menyatakan bahwa kreativitas adalah: “Berpikir sesuatu yang baru”. Sedangkan menurut Hadiyati (2011), kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu

produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristik yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu yang baru.

Hidayati (2011) dalam Rahman (2015) menjelaskan bahwa atribut orang dikatakan kreatif salah satunya adalah adanya motivasi karena motivasi merupakan dorongan yang diinginkan seseorang untuk melakukan perbuatan, dalam hal ini perbuatan yang dimaksud bisa berbentuk penciptaan ide-ide baru (berpikir kreatif). Hasil penelitian Rahman (2015) membuktikan bahwa kreativitas memberikan pengaruh yang positif terhadap motivasi para pengusaha. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H1 : Kreativitas berpengaruh positif terhadap motivasi usaha pelaku UKM batik tulis di kabupaten Kebumen

Pengaruh dari Perilaku Inovatif ke Motivasi Usaha

Sujarwo (2017) mengemukakan bahwa seseorang yang mempunyai perilaku inovatif adalah orang yang sikap kesehariannya selalu berfikir kritis, berusaha agar selalu terjadi perubahan di lingkungannya yang sifatnya menuju pembaharuan dari tradisional ke modern, atau dari sikap yang belum maju ke sikap yang sudah maju dan diupayakan agar perubahan itu memiliki kegunaan atau nilai tambah tertentu. Perilaku inovatif yang tinggi dengan ditunjangnya motivasi usaha yang tinggi pula akan menimbulkan efek baik bagi kemajuan usaha dan produk yang dihasilkan karena dengan munculnya perilaku inovatif tersebut, motif usaha akan turut serta muncul dalam mencari peluang yang berkesempatan menghasilkan keuntungan bagi usahanya, misalnya melekatkan ciri khas produk yang dihasilkan (Rahman, 2015). Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H2 : Perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap motivasi usahapelaku UKM batik tulis di Kabupaten Kebumen

Pengaruh dari Kreativitas ke Keberhasilan Usaha

Kreativitas adalah daya cipta yang bernilai 'lebih' tinggi dan positif dalam membuat atau menghasilkan suatu produk baru yang lebih pragmatis. Kreativitas tidak hanya sekedar keberuntungan tetapi merupakan kerja keras yang disadari (Fandi, 2015). Arifda (2014) mengemukakan bahwa kreativitas menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong keberhasilan usaha. Hasil penelitian Rahman (2015) membuktikan bahwa kreativitas yang tinggi akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha yang tinggi pula karena sikap rasa percaya diri mampu menuntaskan perasaan takut gagal dalam menjalani usaha dan dapat menimbulkan manfaat baik yaitu berhasil dengan masuk kategori produk yang dipercaya oleh publik sebagai produk kreatif.

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

H3 : Kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pelaku UKM batik tulis di kabupaten Kebumen

Pengaruh dari Perilaku Inovatif ke Keberhasilan Usaha

Drucker (1988) menekankan perlunya wirausaha melakukan inovasi karena inovasi adalah alat spesifik dari wirausaha. Perilaku inovatif menciptakan sumberdaya karena tidak ada sesuatu pun yang menjadi sumberdaya sampai orang menemukan manfaat dan sesuatu yang terdapat di dalam sehingga memberinya nilai ekonomis

seperti keberhasilan usaha. Alma (2003) menjelaskan bahwa inovasi adalah proses awalperintisan dan pengembangan dari kewirausahaan. Beberapa faktor personal yang mendorong inovasi adalah keinginan berprestasi, keinginan menanggung resiko, faktor pendidikan dan faktor pengalaman. Adanya inovasi yang berasal dari diri seseorang akan mendorongnya mencari pemicu ke arah memulai dan mengembangkan usaha sampai usahanya menjadi berhasil

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah
H4 : Perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pelaku UKM batik tulis di kabupaten Kebumen

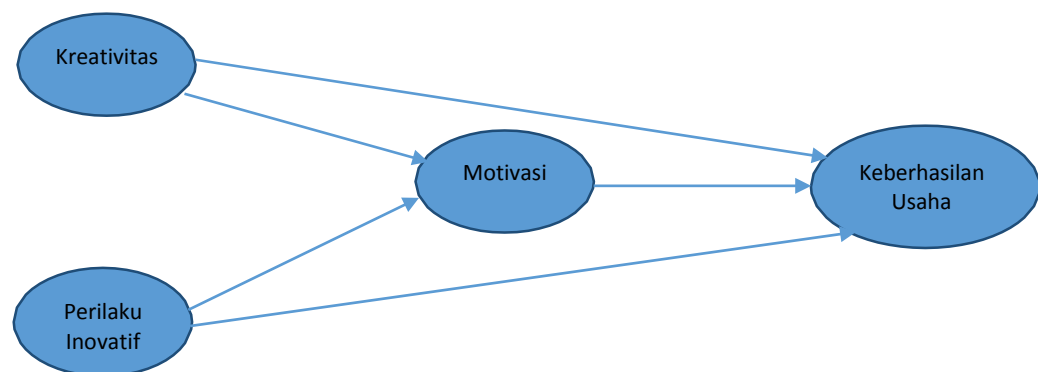
Pengaruh Mediasi dari Motivasi Usaha pada Hubungan antara Kreativitas dan Perilaku Inovatif terhadap Keberhasilan Usaha

Pickle (1989) menyatakan salah satu persyaratan keberhasilan usaha kecil adalah karakteristik pribadi yaitu keinginan atau dorongan kuat untuk bertindak dan kemampuan bertindak. Hal ini berarti motivasi usaha dibutuhkan untuk menunjang adanya keberhasilan usaha para pelaku UKM. Alma (2003) menjelaskan bahwa inovasi adalah proses awalperintisan dan pengembangan dari kewirausahaan. Sedangkan Arifda (2014) mengemukakan bahwa kreativitas menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong keberhasilan usaha. Hal tersebut berarti kreativitas dan perilaku berinovasi (perilaku inovatif) akan dapat mendorong adanya keberhasilan usaha ketika disertai dengan motivasi usaha yang tinggi.

Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah
H5 : Motivasi memediasi hubungan antara kreativitas dan perilaku inovatif terhadap keberhasilan usaha pelaku UKM batik tulis di kabupaten Kebumen

Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan tinjauan pustaka yang dikemukakan diatas maka model penelitian yang dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar: 1
Model Penelitian

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan melalui survey

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di Kabupaten Kebumen

Metode Penetapan Populasi dan Sampel

Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik acak sederhana (*simple randomsampling*), dipilih secara acak terhadap sampel penelitian yaitu seluruh pengusaha UMKM batik tulis yang merupakan pengrajin batik tulis ada di Kabupaten Kebumen yang tersebar di beberapa desa di wilayah kabupaten Kebumen dibawah bimbingan Dinas koperasi dan UMKM sebanyak 58 pengusaha

Metode Pengumpulan Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh langsung dari responden, dengan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada responden.

Hasil Uji Statistik

Uji Validitas

Pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment*. Berdasarkan hasil analisis dapat diringkas hasil uji validitas kuesioner seperti tertera pada tabel di bawah ini. Kriteria instrumen dinyatakan valid adalah jika nilai Sig. < 0,05.

Tabel: 1
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Inovatif

Variabel Perilaku Inovatif	Nilai Sig.	Hasil
P1	0,000	Valid
P2	0,040	Valid
P3	0,000	Valid
P4	0,000	Valid
P5	0,000	Valid
P6	0,000	Valid
P7	0,001	Valid
P8	0,000	Valid
P9	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah 2017

Tabel: 2
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi

Variabel Motivasi	Nilai Sig.	Hasil
M1	0,000	Valid
M2	0,000	Valid
M3	0,000	Valid
M4	0,000	Valid
M5	0,000	Valid
M6	0,000	Valid
M7	0,000	Valid
M8	0,000	Valid
M9	0,000	Valid
M10	0,000	Valid
M11	0,000	Valid
M12	0,000	Valid
M13	0,000	Valid
M14	0,000	Valid
M15	0,000	Valid
M16	0,000	Valid
M17	0,001	Valid

M18	0,000	Valid
M19	0,000	Valid
M20	0,000	Valid
M21	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah 2017

Tabel: 3
Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha

Variabel Keberhasilan Usaha	Nilai Sig.	Hasil
KU1	0,000	Valid
KU2	0,000	Valid
KU3	0,000	Valid
KU4	0,000	Valid
KU5	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah 2017

Tabel: 4
Hasil Uji Validitas Variabel Kreativitas

Variabel Kreativitas	Nilai Sig.	Hasil
K1	0,000	Valid
K2	0,007	Valid
K3	0,000	Valid
K4	0,000	Valid
K5	0,000	Valid
K6	0,000	Valid
K7	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapatdiketahuibahwanilaiSig.< 0,05.Dengandemikian, makainstrumen inidinyatakan*valid* dan dapatdigunakansebagaialatpengumpulan data.

a. Uji Realibilitas

Ujireliabilitasdilakukandenganmelihatnilai*composite reliability*dariblok indikator yang mengukurkonstruk. Hasil*compositereliability*akanmenunjukkannilai yang memuaskanjikadiatas 0,7. Hasil perhitungan dengan PLS menunjukkanbahwanilai*composite reliability* untuksemuakonstruktadalah di atas 0,7 yang menunjukkanbahwasemuakonstrukt pada model yang diestimasimemenuhikriteriadiscriminant validity. Nilai*composite reliability* yang terendahadalahsebesar 0,763padakonstruk kreativitas

UjireliabilitasjugabisadiperkuatdenganCronbach's Alpha di mana output SmartPLSVersi 2 memberikanhasil sbb:

Tabel: 5
Composite reliability coefficients

Kreativitas	Perilaku Inovatif	Motivasi Usaha	Keberhasilan Usaha
0.763	0.782	0.924	0.885

Sumber: Data diolah, Juni 2017

Tabel 6. Cronbach's alpha coefficients

Kreativitas	Perilaku Inovatif	Motivasi Usaha	Keberhasilan Usaha
0.641	0.689	0.912	0.836

Sumber: data diolah, 2017

Nilai yang disarankan adalah di atas 0,6 dan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua konstruk berada di atas 0,6 sehingga pada model penelitian ini realibilitasnya memadai (*reliabel*). Nilai terendah adalah sebesar 0,641 pada konstruk kreativitas.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dalam penelitian berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui uji kolmogornov smirnov dengan output sebagai berikut :

Tabel: 7
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Standardized Residual
N	58
Mean	.0000000
Std. Deviation	.97332853
Absolute	.108
Positive	.108
Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z	.826
Asymp. Sig. (2-tailed)	.503

a Test distribution is Normal.
b Calculated from data.

Kriteria uji normalitas dengan metode kolmogornov smirnov adalah nilai Sig. > 0,05 (alpha). Dilihat dari output tersebut, nilai Sig. sebesar 0,503, yang berarti nilainya lebih besar dari alpha. Dengan demikian, data dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal

c. Uji Jalur (Path Analysis)

Hasil uji jalur dengan menggunakan PLS adalah sebagai berikut:

* Path coefficients and P values *

Tabel: 8
Path coefficient

Kreativ	PInov	Motiv	Kb Usaha
---------	-------	-------	----------

Kreativ			
P Inov			
Motivasi	0.681	-0.002	
Kb Usaha	0.372	0.102	0.264

Sumber: data primer diolah, 2017

Tabel: 9
p Value

P values

	Kreativ	PInov	Motiv	Kb Usaha
Kreativ				
P Inov				
Motivas	<0.001	0.495		
Kb Usah	0.027	0.318	0.100	

Sumber: data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

Persamaan regresi struktural 1 adalah $Y1 = 0,681 X1 - 0,002 X2 + e$

Persamaan regresi struktural 2 adalah $Y2 = 0,372 X1 + 0,102 X2 + 0,264 Y1 + e$

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1: “Kreativitas dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi usaha” terbukti, karena $p < 0,1$. Hal ini berarti kreativitas yang tinggi pada pengusaha batik tulis di Kebumen mendorong adanya benih motivasi yang tinggi juga sehingga dapat meningkatkan taraf hidup yang lebih baik dari sebelumnya. Diterimanya hipotesis pertama mendukung hasil penelitian sebelumnya yang juga memberikan hasil yang sama, antara lain yang dilakukan oleh Amanu dan Fauzi (2013).

Para pengrajin batik telah menekuni usaha ini secara turun temurun dari keluarganya, dan telah melakukan upaya untuk melakukan perbaikan motif agar sesuai dengan perkembangan zaman disamping penggunaan kain yang baik kualitasnya menyesuaikan dengan permintaan konsumen.

Hipotesis 2 menunjukkan perilaku inovatif tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi ($p=0,495$) bahkan koefisiennya bernilai negatif $\beta=-0,00$. Hal ini tidak mendukung hasil penelitian sebelumnya milik Yunal dan Indriyani (2013). Ini menunjukkan bahwa perilaku inovatif para pengusaha batik tulis di Kabupaten Kebumen belum menumbuhkan motivasi berusaha. Sehingga upaya-upaya untuk menumbuhkan perilaku inovatif harus dilakukan misalnya melalui berbagai kegiatan *benchmarking* dan melakukan kegiatan kunjungan ke industri sejenis, pameran dengan pengusaha-pengusaha batik tulis di berbagai wilayah.

Pada hipotesis 3, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha ($p=0,027$). Hal ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Lestari (2009).

Sedangkan pada hipotesis 4 perilaku inovatif tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha ($p=0,319$). Hal ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) yang menyatakan bahwa perilaku inovatif memberi kontribusi yang positif dan signifikan pada keberhasilan usaha

Pada hipotesis 5 motivasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha $p=0,10$. Ini menunjukkan bahwa motivasi usaha para pengusaha batik tulis harus dikelola agar dapat meningkatkan keberhasilan usaha mereka, karena motivasi usaha adalah faktor yang mendorong pengusaha untuk mendapatkan keberhasilan.

Penelitian menunjukkan motivasi usaha menjadi pemediasi hubungan antara kreativitas dengan keberhasilan usaha, dikarenakan pada saat pengujian awal, kreativitas secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha dengan nilai $p<0,01$ dengan $\beta=0,49$. Namun setelah dilakukan pengujian pengaruh tidak langsung melalui variabel motivasi, pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha menjadi tidak signifikan dengan nilai $p=0,03$ dan koefisien β menurun menjadi 0,37. Namun, motivasi usaha tidak memediasi hubungan antara perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha.

4. Uji Determinasi

Pada tabel dibawah ini menunjukkan variabilitas variabel independent terhadap variabel dependent:

Tabel 10. R-squared coefficient

<u>Kreativ</u>	<u>P Inov</u>	<u>Motiv</u>	<u>Kb Usaha</u>
	0.465	0.390	

Sumber: data primer diolah, 2017

Nilai R^2 sebesar 0,465 pada struktural 1 menunjukkan variansi keberhasilan usaha sebesar 46,5 % dapat dijelaskan oleh variansi kreativitas dan perilaku inovatif. Sedangkan nilai R^2 sebesar 0,39 pada struktural 2 menunjukkan variansi keberhasilan usaha sebesar 39% dapat dijelaskan oleh variansi kreativitas, motivasi dan perilaku inovatif, sisanya (100-39) sebesar 61 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap motivasi dan keberhasilan usaha. Motivasi menjadi mediator hubungan antara kreativitas dan keberhasilan usaha, hal ini berarti tingginya kreativitas yang dimiliki para pengrajin batik akan meningkatkan keberhasilan usaha mereka dengan didukung motivasi usaha yang tinggi pula. Sedangkan perilaku inovatif tidak berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha. Sehingga, motivasi tidak memediasi hubungan antara perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha.

Keterbatasan dan Rekomendasi Penelitian

Seperti umumnya sebuah proses yang akan terus membutuhkan penyempurnaan, dalam penelitian ini pun terdapat beberapa keterbatasan yang sifatnya bukan disengaja

peneliti atau didesain saat penyusunan rencana penelitian. Pertama, dilihat dari populasi hanya mencakup pengrajin binaan Dinas Koperasi dan UKM. Kedua, observasi dan wawancara pendahuluan yang dilaksanakan pada pengrajin di suatu wilayah saja sehingga bisa saja faktor-faktor penentu keberhasilan usaha masih belum tercakup dalam penelitian ini dilihat dari koefisien determinasi sebesar 39 % sehingga masih banyak variabel yang lain masih dapat diteliti sebagai penentu keberhasilan usaha pengrajin batik tulis di Kebumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Fandi. 2015. *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Tauko Medan*. Repository USU.
- Arifda, Dafiq Muflih. Effendi, Mellita. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha UKM di Kawasan Kambang Iwak di Kota Palembang*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bina Darma
- Daulay, Rina W. dan Frida Ramadini. 2013. *Efikasi Diri dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Fotocopy dan Alat Tulis Kantor di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal*, Diambil dari: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCoQFjAA&url=http%3A%2F%2Fjurnal.usu.ac.id%2Findex.php%2Fjmmim%2Farticle%2Fdownload%2F2368%2Fpdf&ei=fRe3UqXEAYGMrQfIsYD4Bg&usq=AFQjCNE95iOOe7unM1eLfmM6S0pT_DsW4g&sig=2=C-8X8z-ZBFEuYr3-_KnYoA&bvm=bv.58187178,d.bmk
- Ernawati. 2010. *Pengaruh Kompetensi, Kecerdasan Emosional dan Efikasi Diri terhadap Kenyamanan Pimpinan dalam Melakukan Penilaian Kinerja Karyawan, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol.10 No. 1 pp. 74 – 82.
- Frinces, Heflin. 2004. *Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Penerbit Darusalam
- Hadiyati, Ernani. 2011. *Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 13 No. 1. pp. 8-16.
- Haeruman, H., 2000, *Peningkatan Daya Saing Industri Kecil untuk Mendukung Program PEL*, Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing, Graha Sucofindo, Jakarta.
- Hafsah, Muhammad Jaffar. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Infokop. No. 25 pp. 40-44