

PENGARUH KRTEATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA JASA PENYEWAAN TENDA Q DI TENGGARONG

Sarah Pandan Arum¹⁾

¹Manajemen, Universitas Kutai Kartanegara

¹Tenggarong, Kutai Kartanegara, 75516

sarah.spasn@gmail.com¹⁾

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of creativity and innovation on business success in the Tenda Q rental business and to determine and analyze the effect of creativity on innovation.

This research is quantitative research, the data used is primary data from questionnaires. Respondents in this study were 37 people who were consumers of Tenda Q rental services. The data analysis technique used uses descriptive analysis and path analysis.

Based on the results of research, it can be concluded that the creativity variable has a positive and significant effect on business success, with a path coefficient of 0.440 ($p = 0.000$). Meanwhile, innovation also has a positive and significant effect on business success, with a path coefficient of 0.303 ($p = 0.025$). In addition, there is a strong relationship between creativity and innovation, with a coefficient value of 0.606 ($p = 0.000$). The overall analysis shows that the total contribution of creativity to business success reaches 0.721, which is greater than the influence of innovation at 0.322. These findings confirm that creativity does not merely serve as a supporting factor but rather acts as a key driver that fosters innovation and enhances business success.

Keywords: *Creativity, Innovation, Business Success, Rental Services*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam struktur ekonomi Indonesia, termasuk di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara. Sebagai pilar ekonomi kerakyatan, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai penyedia lapangan kerja, tetapi juga sebagai motor penggerak inovasi di tingkat lokal. Di tengah era disrupsi dan persaingan pasar yang semakin kompetitif, keberhasilan usaha tidak lagi dapat hanya bergantung pada penguasaan modal fisik atau aset tetap. Sebaliknya, kemampuan pelaku usaha dalam mengelola modal intelektual dan aset tak berwujud menjadi faktor pembeda yang kritis. Hal ini sangat relevan pada sektor jasa, di mana pengalaman pelanggan dan kualitas layanan menjadi komoditas utama yang ditawarkan kepada pasar.

Sektor jasa penyewaan alat pesta, khususnya penyewaan tenda, merupakan salah satu bidang usaha yang sangat dinamis dan memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap fluktuasi preferensi konsumen serta tren estetika. Tenda Q di Tenggarong, sebagai salah satu pelaku usaha yang telah lama beroperasi, kini dihadapkan pada tantangan besar akibat bermunculannya kompetitor baru yang menawarkan variasi produk dan harga yang kompetitif. Keberhasilan usaha dalam konteks ini tidak hanya diukur dari angka penjualan sesaat, tetapi dari keberlanjutan operasional yang tercermin dalam pertumbuhan volume penyewaan, stabilitas laba, dan loyalitas pelanggan yang terjaga. Menurut Kasmir (2017), keberhasilan usaha merupakan muara dari efektivitas manajemen dalam mengintegrasikan seluruh sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Dalam industri jasa, dua variabel yang sering dianggap sebagai katalis utama keberhasilan adalah kreativitas dan inovasi. Kreativitas dipandang sebagai kemampuan kognitif pemilik atau pengelola usaha dalam menghasilkan gagasan, konsep, atau solusi yang orisinal dan relevan terhadap kebutuhan pasar (Zimmerer, 2008). Sementara itu, inovasi merupakan manifestasi praktis dari kreativitas tersebut, di mana ide-ide kreatif diubah menjadi nilai ekonomi melalui pembaruan produk, layanan, maupun proses operasional (Suryana, 2013). Di Tenda Q, kreativitas dituntut

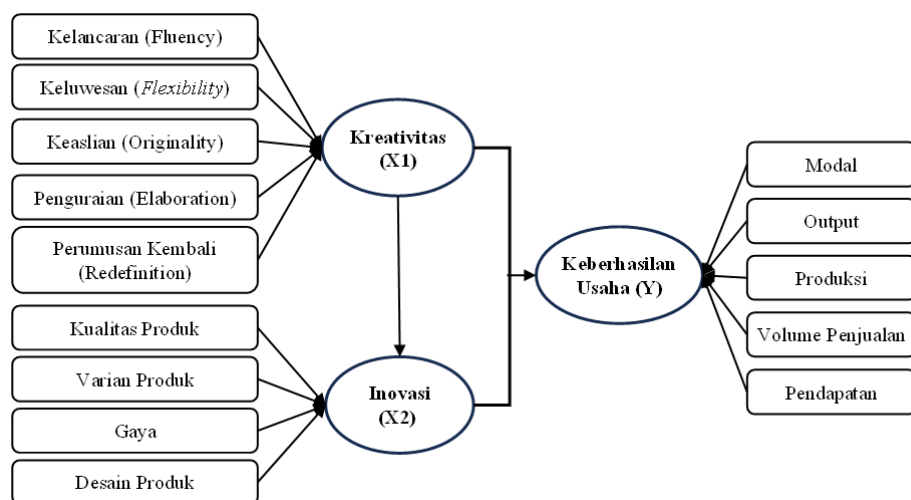
dalam perancangan dekorasi yang mampu menyesuaikan diri dengan tema acara yang beragam, sedangkan inovasi dituntut dalam hal efisiensi pemasangan dan penggunaan material tenda yang lebih modern dan aman.

Meskipun pentingnya kedua aspek ini telah diakui secara luas dalam literatur manajemen, terdapat *research gap* yang mendasari urgensi kajian ini secara lebih mendalam. Penelusuran terhadap berbagai literatur menunjukkan adanya inkonsistensi temuan antar peneliti. Di satu sisi, Wiranata (2016) dan Nainggolan *et al.* (2023) melaporkan bahwa kreativitas personal pemilik memiliki pengaruh paling dominan terhadap keberhasilan usaha kecil karena kemampuannya dalam menciptakan keunikan. Di sisi lain, Fitri (2021) dan Ginanjar (2022) berargumen bahwa inovasi fisik dan teknologi justru memberikan dampak yang lebih nyata terhadap kinerja UMKM dibandingkan sekadar ide kreatif. Lebih jauh lagi, studi oleh Syafaruddin *et al.*, (2024) mengindikasikan bahwa kreativitas tidak secara otomatis mendatangkan keuntungan finansial jika tidak dikelola melalui mekanisme inovasi yang sistematis.

Selain celah empiris tersebut, terdapat gap dalam aspek objek penelitian. Mayoritas studi mengenai kreativitas dan inovasi UMKM cenderung berfokus pada sektor manufaktur, industri kreatif, atau kuliner. Penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi ekosistem jasa penyewaan alat pesta pada level lokal daerah seperti di Tenggarong masih sangat jarang dilakukan. Padahal, usaha jasa memiliki karakteristik unik berupa *intangibility* (tidak berwujud), di mana nilai produk baru bisa dirasakan setelah proses konsumsi terjadi. Berdasarkan observasi awal di Tenda Q, terlihat adanya fenomena di mana modifikasi desain dekorasi yang sangat kreatif belum tentu berkorelasi langsung dengan peningkatan laba jika biaya operasional pemasangannya tidak efisien. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha secara simultan dan parsial dengan menggunakan pendekatan analisis jalur (*path analysis*) guna memetakan hubungan kausalitasnya secara komprehensif.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antar variabel yang diteliti. Kreativitas (X_1) dan Inovasi (X_2) diposisikan sebagai variabel independen, sedangkan Keberhasilan Usaha (Y) sebagai variabel dependen. Berdasarkan tinjauan teori dalam laporan ini, kreativitas dipandang sebagai pendorong munculnya ide-ide unik yang kemudian diimplementasikan melalui inovasi untuk mencapai keberhasilan usaha. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H_1 : Kreativitas berpengaruh terhadap Inovasi pada Jasa Penyewaan Tenda Q.
2. H_2 : Kreativitas berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Jasa Penyewaan Tenda Q.
3. H_3 : Inovasi berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha pada Jasa Penyewaan Tenda Q.

METODE PENELITIAN

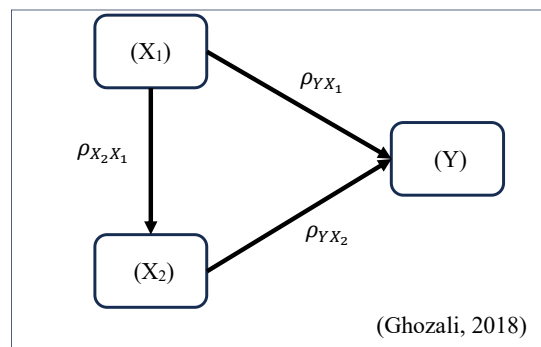
Teori penelitian yang melandasi kajian ini adalah manajemen kewirausahaan yang menekankan pada aspek kreativitas, inovasi, dan keberhasilan usaha. Kreativitas dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dalam memecahkan masalah (Zimmerer, 2008). Inovasi dijelaskan sebagai penerapan solusi kreatif untuk meningkatkan nilai tambah (Suryana, 2013). Keberhasilan usaha merupakan hasil akhir dari efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya (Kasmir, 2017).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antar variabel. Objek penelitian dalam kajian ini difokuskan pada unit usaha Jasa Penyewaan Tenda Q yang berlokasi di Tenggarong. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa Tenda Q di Tenggarong. Mengingat jumlah populasi yang fluktuatif, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 37 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, observasi dan dokumentasi. Variabel penelitian terdiri dari variabel independen yaitu Kreativitas (X_1) dan Inovasi (X_2), serta variabel dependen yaitu Keberhasilan Usaha (Y). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Kreativitas (X_1): kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan asli, baik berupa gagasan maupun karya nyata. Indikatornya antara lain Kelancaran (*Fluency*), Keluwesan (*Flexibility*), Keaslian (*Originality*), Penguraian (*Elaboration*) dan Perumusan Kembali (*Redefinition*).
2. Inovasi (X_2): kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Indikatornya antara lain Kualitas Produk, Varian Produk, Gaya dan Desain Produk.
3. Keberhasilan Usaha (Y): suatu keberhasilan dari bisnis demi mencapai tujuannya atau keadaan lebih baik dari sebelumnya. Indikatornya adalah Modal, *Output* Produksi, *Volume* Penjualan dan Pendapatan.

Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan bantuan program SPSS. Tahapan analisis meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas), serta uji hipotesis (uji t dan uji F). Model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Analisis Jalur
(Sumber : Diolah Peneliti)

Adapun bentuk persamaan struktural analisis jalur pada persamaan ini adalah

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \varepsilon \quad (1)$$

Keterangan:

X_1 = Kreativitas

X_2 = Inovasi

Y = Keberhasilan Usaha

$\rho_{X_2X_1}$ = Pengaruh X_1 terhadap X_2

ρ_{YX_1} = Pengaruh X_1 terhadap Y

ρ_{YX_2} = Pengaruh X_2 terhadap Y

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 37 responden pelanggan Jasa Penyewaan Tenda Q di Tenggarong. Data primer diolah untuk memastikan kelayakan model melalui pengujian statistik.

Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran dimana dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018)

Tabel 1. Nilai Validitas Tiap Butir Pertanyaan

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,787	0,325	Valid
X1.2	0,835	0,325	Valid
X1.3	0,790	0,325	Valid
X1.4	0,842	0,325	Valid
X1.5	0,819	0,325	Valid
X1.6	0,930	0,325	Valid
X1.7	0,803	0,325	Valid
X1.8	0,834	0,325	Valid
X1.9	0,780	0,325	Valid
X1.10	0,758	0,325	Valid
X1.11	0,888	0,325	Valid
X1.12	0,879	0,325	Valid
X1.13	0,805	0,325	Valid
X1.14	0,814	0,325	Valid
X1.15	0,869	0,325	Valid
X2.1	0,813	0,325	Valid
X2.2	0,872	0,325	Valid
X2.3	0,827	0,325	Valid
X2.4	0,911	0,325	Valid
X2.5	0,882	0,325	Valid
X2.6	0,855	0,325	Valid
X2.7	0,922	0,325	Valid
X2.8	0,878	0,325	Valid
X2.9	0,864	0,325	Valid
X2.10	0,880	0,325	Valid
X2.11	0,885	0,325	Valid
X2.12	0,805	0,325	Valid
Y1	0,878	0,325	Valid
Y2	0,822	0,325	Valid
Y3	0,852	0,325	Valid
Y4	0,849	0,325	Valid
Y5	0,902	0,325	Valid
Y6	0,907	0,325	Valid

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y7	0,844	0,325	Valid
Y8	0,790	0,325	Valid
Y9	0,867	0,325	Valid
Y10	0,862	0,325	Valid
Y11	0,820	0,325	Valid
Y12	0,785	0,325	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2025)

Untuk pengujian validitas per variabel dengan nilai skor total per variabel dalam penelitian ini (kreativitas, inovasi, dan keberhasilan usaha) sebanyak 39 pertanyaan didapatkan hasil nilai korelasi untuk item per variabel seperti ditampilkan pada tabel diatas. Nilai r tabel untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($p = 0,05$) yakni sebesar 0,325. Pada bagian *Item Total Statistics*, ternyata sebanyak 39 butir pertanyaan yang diajukan, semuanya telah memenuhi syarat **validitas**, dimana **r hitung** > **r tabel**.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Tabel 2. Nilai Uji Reabilitas Setiap Variabel

Variabel	N (Responden)	Item kuisisioner	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas (X_1)	37	15	0,967	Sangat Reliabel
Inovasi (X_2)	37	12	0,969	Sangat Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	37	12	0,964	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS (2025)

Pada bagian *Reliability Statistic* terlihat bahwa nilai *Alpha Cronbach* ketiga variabel adalah 0,967 (kreativitas) dengan jumlah pertanyaan 15 item, 0,969 (inovasi) dengan jumlah pertanyaan 12 item, dan 0,964 (keberhasilan usaha) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 12 item, dengan total sebanyak 39 pertanyaan. Nilai standar minimal untuk nilai reliabilitas adalah 0,600. Oleh karena nilai *Alpha Cronbach* ketiga variabel ternyata lebih dari 0,600 maka kuisisioner yang diuji terbukti sangat reliabel. Nilai *Alpha Cronbach* 0,994 - 0,969 terletak diantara 0,80 hingga 1,00, sehingga tingkat reliabilitasnya adalah sangat reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2018) mengemukakan bahwa statistic parametis mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal, untuk itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu. Uji normalitas dilakukan pada ketiga variabel yang akan diteliti dan distribusi normal jika $sig > 0,05$. Menggunakan *Test Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Pengujian validitas dilakukan dengan menguji nilai validitas ketiga variabel dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai Uji Normalitas Per Variabel

Variabel	N (Responden)	Item kuisisioner	Sig	Keterangan
Kreativitas (X ₁)	37	15	0.820	Normal
Inovasi (X ₂)	37	12	0,523	Normal
Keberhasilan Usaha (Y)	37	12	0,746	Normal

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 3 hasil dari uji normalitas dengan *Shapiro Wilk* dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2 Tailed) setiap variabel memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data terdistribusi dengan normal.

Uji Autokorelasi

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan yang lain pada model regresi. Pengujian autokorelasi biasanya menggunakan uji *Durbin-Watson* (uji DW). Di bawah ini merupakan uji autokorelasi ketiga variabel dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin- Watson
1	.925 ^a	.856	.847	3.76938	1.700

a. Predictors: (Constant), X2_Total, X1_Total

b. Dependent Variable: Y_Total

Sumber: Output SPSS (2025)

Dari tabel 4 nilai Durbin Watson menunjukkan nilai 1,700, dengan jumlah data (n) sebanyak 37 menunjukkan nilai dL sebesar 1,364 dan nilai dU sebesar 1,590. Dengan nilai $4 - dU$ sebesar 2,410. Maka diperoleh $dU < dw < 4 - dU$ yang artinya dapat dinyatakan tidak ada autokorelasi positif atau autokorelasi negatif.

Uji Multikolinearitas

Menurut Sugiyono (2018) Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independen. Salah satu cara untuk mengetahui apakah terdapat multikolinier dengan menggunakan model regresi. Analisis uji multikolinieritas membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan koefisien determinasi antar variabel. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan nilai *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Dengan kriteria jika Jika *VIF* > 10 dan nilai *Tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinearitas, namun Jika *VIF* < 10 dan nilai *Tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas.

Tabel 5

Hasil uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1_Total	.564	1.772
X2_Total	.564	1.772

Sumber: Output SPSS (2025)

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari masing-masing variabel lebih dari 0,1 yaitu sebesar 0,564 dan nilai VIF kurang dari 10 yaitu sebesar 1,772. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi tersebut.

Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2017:47) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, uji *gletser* dapat digunakan yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual variabel independen. Data dikatakan bebas heteroskedastisitas jika nilai signifikansi absolut residual dan variabel independen $> \alpha$ (0,05).

Tabel 6. Hasil uji heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.607	2.573		1.790	.082
X1 Total	.090	.088	.226	1.025	.313
X2 Total	-.146	.086	-.336	-1.523	.137

Sumber: Output SPSS (2025)

Analisis Jalur

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan teknik analisis jalur. Adapun analisis jalur menurut Ghozali (2018) adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*mode casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Pada penelitian ini analisis jalur digunakan untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q.

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan berdasarkan nilai estimasi dan nilai probability dari hasil pengolahan data variabel-variabel pada penelitian ini dengan bantuan program *AMOS 21*, sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 7. Analisis Data hasil Penelitian

Jalur	Koefisien Jalur	S.E	C.R	p
$X_1 \rightarrow X_2$	0,606	0,115	5,271	***
$X_1 \rightarrow Y$	0,440	0,124	3,538	***
$X_2 \rightarrow Y$	0,303	0,135	2,235	0,025

Sumber : Hasil Olah Data SPSS (2025)

Terlihat dari tabel 7 nilai *estimate* (koefisien jalur) dari kreativitas terhadap hasil keberhasilan usaha sebesar 0,440 dengan nilai p (taraf signifikan) nya adalah 0,000; nilai estimate (koefisien jalur) dari inovasi dengan keberhasilan usaha sebesar 0,303 dengan nilai p (taraf signifikan) nya adalah 0,025; dan nilai estimate (koefisien jalur) dari kreativitas dengan inovasi sebesar 0,606 dengan nilai p (taraf signifikan) nya adalah 0,000. Untuk menguji hipotesis digunakan taraf nyata $\alpha = 0,05$, H_0 ditolak jika $p < \alpha$.

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong. Dari hipotesis tersebut dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0 : \rho_{Y1} = 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

$H_1 : \rho_{Y1} \neq 0$: terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

Dari tabel 7 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak atau dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong. Dari hipotesis tersebut dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0 : \rho_{Y2} = 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

$H_1 : \rho_{Y2} \neq 0$: terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

Dari tabel 7 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,025 < 0,05$, maka H_0 ditolak atau dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan inovasi terhadap keberhasilan usaha pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap inovasi pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong. Dari hipotesis tersebut dapat disusun hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0 : \rho_{Y3} = 0$: tidak terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap inovasi pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

$H_1 : \rho_{Y3} \neq 0$: terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap inovasi pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

Dari tabel 7 diperoleh nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak atau dapat dikatakan terdapat pengaruh signifikan kreativitas terhadap inovasi pada jasa penyewaan Tenda Q di Tenggarong

Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total. Masing-masing dipertimbangkan terhadap hasil keberhasilan usaha pada jasa penyewaan. Hasil dari analisis pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Tabel Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
$X_1 \rightarrow Y$	0,509	0,212	0,721
$X_1 \rightarrow X_2$	0,660	0,000	0,660
$X_2 \rightarrow Y$	0,322	0,000	0,322

(Sumber: Data Hasil Penelitian 2025)

Berdasarkan hasil analisis data yang ditampilkan pada tabel 8 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung kreativitas terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,509; pengaruh langsung inovasi terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,322 dan pengaruh kreativitas terhadap inovasi sebesar 0,660. Pengaruh tidak langsung kreativitas terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,212. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha lebih dari pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha, dimana pengaruh total dari kreativitas sebesar 0,721 lebih dari pengaruh total inovasi sebesar 0,322 terhadap keberhasilan usaha.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Jasa Penyewaan Tenda Q di Tenggarong. Hal ini memberikan pengertian bahwa kreativitas yang dimiliki oleh pengusaha merupakan modal utama dalam mengelola usahanya. Temuan ini menegaskan bahwa ide-ide baru yang orisinal dalam perancangan desain dekorasi tenda sangat menarik minat pelanggan di Tenggarong. Kreativitas dalam melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, menciptakan keunggulan kompetitif yang berbeda dari pesaing.

Hal ini selaras dengan teori Zimmerer (2008) bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Pengaruh yang signifikan ini membuktikan bahwa pada Tenda Q, orisinalitas ide dekorasi dan fleksibilitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen merupakan faktor kunci. Dengan kreativitas yang tinggi, pemilik usaha dapat menemukan solusi atas keinginan pelanggan yang beragam, sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada keberhasilan usaha secara keseluruhan.

Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha Inovasi

Inovasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Inovasi merupakan penerapan secara praktis dari ide kreatif yang ada. Pada Jasa Penyewaan Tenda Q, inovasi diwujudkan melalui penerapan solusi-solusi praktis seperti pengadaan model tenda terbaru (inovasi produk) serta peningkatan efisiensi teknik pemasangan agar lebih cepat dan rapi (inovasi proses). Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelanggan sangat menghargai pembaruan layanan yang diberikan, yang membedakan Tenda Q dengan penyedia jasa lainnya di wilayah tersebut.

Hal ini mendukung pemikiran Suryana (2013) bahwa inovasi merupakan kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan orang-orang. Keberhasilan usaha Tenda Q dalam mempertahankan pangsa pasar dipengaruhi oleh kemauan pemilik untuk terus berinovasi mengikuti tren kebutuhan masyarakat. Inovasi yang dilakukan memberikan nilai tambah bagi jasa yang ditawarkan, sehingga pencapaian hasil usaha mengalami peningkatan dari sebelumnya, baik dalam hal laba maupun jumlah pelanggan.

Pengaruh Kreativitas terhadap Inovasi

Analisis jalur menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh kuat terhadap inovasi (koefisien = 0,606, $p = 0,000$). Koefisien yang besar ini menegaskan peran kreativitas sebagai sumber (input) utama bagi proses inovasi: semakin tinggi kapasitas kreatif individu/organisasi, semakin besar kemungkinan munculnya inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Temuan ini sesuai dengan pengertian inovasi sebagai penerapan kreativitas untuk pemecahan masalah dan penciptaan peluang (Mulyadi, 2011) serta definisi Zimmerer yang menekankan implementasi ide sebagai inti inovasi.

Pembacaan kualitatif atas konteks usaha memperlihatkan contoh konkret bagaimana kreativitas memicu inovasi: pengembangan variasi tenda, desain dekorasi, atau paket layanan baru yang menyesuaikan karakter acara lokal. Proses tersebut bermula dari gagasan (kreativitas) yang diuji skala kecil lalu dimatangkan menjadi produk/layanan (inovasi). Dengan demikian, menumbuhkan stok gagasan kreatif (mis. melalui benchmarking, workshop ideasi, atau kolaborasi dengan desainer) merupakan strategi efektif untuk memperkuat pipeline inovasi.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Fitri (2021), Wiranata (2021), dan Ginanjar (2022), yang sama-sama menemukan bahwa kreativitas merupakan faktor utama yang memicu lahirnya inovasi produk dan proses dalam berbagai sektor usaha kecil dan menengah. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Nainggolan (2023) yang menjelaskan bahwa kreativitas individu pelaku usaha mampu melahirkan inovasi produk yang sesuai dengan preferensi konsumen, sehingga meningkatkan daya saing usaha.

Sementara itu, penelitian Syafaruddin (2024) menegaskan bahwa kreativitas dan inovasi memiliki hubungan yang bersifat kausal, di mana kreativitas menjadi sumber ide yang kemudian diimplementasikan dalam bentuk inovasi nyata pada wirausaha muda. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa kreativitas tidak hanya berdampak langsung terhadap keberhasilan usaha, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam menciptakan inovasi yang berkelanjutan serta adaptif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

Keterkaitan antara kreativitas dan inovasi juga tercermin dari penilaian responden yang menunjukkan dominasi jawaban Setuju dan Sangat Setuju pada beberapa indikator yang menggambarkan kemampuan penyedia jasa menghadirkan gagasan kreatif dalam penyediaan desain maupun dekorasi tenda. Persepsi ini menunjukkan bahwa kreativitas yang dimiliki Tenda Q tidak berhenti pada tingkat gagasan, tetapi telah diterapkan dalam bentuk pilihan variasi tenda serta penyesuaian elemen estetis yang sesuai kebutuhan acara. Penilaian positif dari pelanggan tersebut memperlihatkan bahwa kreativitas memang memainkan peran sebagai pendorong lahirnya inovasi dalam praktik, sehingga hubungan keduanya tidak hanya terkonfirmasi melalui analisis jalur, tetapi juga tampak nyata pada pengalaman layanan yang dirasakan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut: Pertama, kreativitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Jasa Penyewaan Tenda Q di Tenggara, di mana ide-ide orisinal menjadi modal fundamental dalam memenangkan persaingan. Kedua, inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha melalui penerapan solusi praktis yang memberikan nilai tambah nyata bagi pelanggan. Ketiga, analisis jalur mengonfirmasi bahwa kreativitas berpengaruh kuat terhadap inovasi, yang menegaskan posisi kreativitas sebagai sumber (input) utama bagi proses inovasi layanan. Secara simultan, integrasi kreativitas dan inovasi memberikan kontribusi sebesar 57,9% terhadap keberhasilan usaha, membuktikan bahwa sinergi keduanya merupakan faktor determinan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis Tenda Q.

Saran

Disarankan bagi pengusaha untuk terus meningkatkan kreativitas dalam dekorasi dan inovasi dalam pelayanan pelanggan agar mampu mempertahankan serta meningkatkan keberhasilan usaha di masa yang akan datang. Pengusaha perlu peka terhadap perkembangan tren dekorasi dan keinginan pelanggan agar tetap kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitri, A. 2021. Strategi Inovasi dan Keunggulan Bersaing pada UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 18(2): 201-215.
- GINANJAR, A. 2022. Pengaruh Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro. *Jurnal Riset Bisnis* 5(1): 45-58.
- Kasmir. 2017. *Kewirausahaan*. PT RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Mulyadi. 2011. *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nainggolan, P., dkk. 2023. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM di Sektor Jasa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 11(2): 145-158.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat. Jakarta.
- Syafaruddin, dkk. 2024. Inovasi Sebagai Variabel Intervening dalam Hubungan Kreativitas dan Kinerja Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 15(1): 22-35.
- Wiranata, A. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil. *Jurnal Riset Manajemen* 4(3): 88-102.
- Zimmerer, T. W. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. 5th ed. Prentice Hall. New Jersey.