

# Motivasi usaha sebagai mediator hubungan antara perilaku inovatif dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pengusaha batik tulis di Kabupaten Kebumen

Siti Nur Azizah\* & Diana Ma'rifah

Fakultas Ekonomi, STIE Putra Bangsa, Kebumen, Indonesia

\*Email of corresponding author: sitinuraziz@yahoo.com



## Performance

Vol. 24 No. 2, 2017  
pp. 10-18  
Published by Faculty of  
Economics and Business  
Universitas Jenderal  
Soedirman  
on 3 July 2017

DOI:  
[10.20884/1.performance.  
2017.24.2.695](https://doi.org/10.20884/1.performance.2017.24.2.695)

ISSN:  
1829-6467 (Print)  
2615-8094 (Online)

**How to cite this article:**  
Azizah, S.N & Ma'rifah, D.  
(2017). Motivasi usaha  
sebagai mediator  
hubungan antara perilaku  
inovatif dan kreativitas  
terhadap keberhasilan  
usaha pengusaha batik  
tulis di Kabupaten  
Kebumen. *Performance*,  
24(1), 10-18.  
[https://doi.org/10.20884/  
/1.performance.2017.24.2.  
.695](https://doi.org/10.20884/1.performance.2017.24.2.695).

This article is available at:  
[http://jos.unsoed.ac.id/in  
dex.php/performance/art  
icle/view/695](http://jos.unsoed.ac.id/index.php/performance/article/view/695)

or scan this with your  
mobile device



Received 16 May 2016  
Revised 30 May 2016  
Accepted 13 Juni 2016

## Abstrak

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku inovatif dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha dengan dimediasi oleh motivasi usaha.

**Metodologi:** 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:** 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.

## Abstract

**Purpose:** This study aims to analyze the influence of innovative behavior and creativity on business success mediated by business motivation.

**Methodology:** Respondents in this research were batik entrepreneurs in Kebumen Regency. The number of samples tested is 58 people and data analysis used *Partial Least Square* (PLS) test.

**Findings:** The results show that creativity has an effect on motivation and business success, 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, painted batik.

## PENDAHULUAN

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 dan Wijayanti, 2014). 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 Tiongkok. 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 (*market opportunity*) 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 profesional 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.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Keberhasilan usaha**

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. [Mughtar \(2013: 200\)](#) menyatakan bahwa keberhasilan usaha dapat diindikasikan dalam lima hal, yaitu (1) jumlah penjualan meningkat, (2) hasil produksi meningkat, (3) keuntungan atau profit bertambah, (4) pertumbuhan usaha, dan (5) perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan.

### **Motivasi berusaha**

[Sunyoto \(2012: 191\)](#) menyatakan bahwa motivasi adalah suatu perangsang keinginan (*want*) daya penggerak kemauan bekerja seseorang; setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. [Purnama \(2010: 179\)](#) 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 [Purwanto \(2010: 77\)](#), 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.

Terdapat beberapa alasan mengapa seseorang menjadi wirausaha, yaitu karena: (1) Alasan keuangan, yaitu mencari nafkah, untuk menjadi kaya, untuk mencari pendapatan tambahan, dan sebagai jaminan stabilitas keuangan. (2) Alasan sosial, yaitu memperoleh gengsi/status, untuk dapat dikenal dan dihormati, untuk menjadi panutan, dan agar dapat bertemu dengan orang banyak. (3) Alasan pelayanan, yaitu memberi pekerjaan kepada masyarakat, membantu anak yatim, membahagiakan orang tua, dan demi masa depan keluarga. (4) 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 *heuristic*, 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 meng-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, dan 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, dan cara-cara baru dalam pengambilan keputusan. Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan 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). Syarat-syarat orang yang kreatif yaitu (1) keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*), (2) pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*observance seeing things in unusual ways*), (3) keinginan (*curiosity*), (4) toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance of apporites*), (5) kemandirian dalam penilaian, pikiran, dan tindakan (*independence in judgement, thought, and action*), (6) memerlukan dan menerima otonomi (*needing and assuming autonomy*), (7) kepercayaan terhadap diri sendiri (*self-reliance*), (8) tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (*not being subject to group standart and control*), dan (9) ketersediaan untuk mengambil resiko yang diperhitungkan (*willing to take calculated risk*).

### **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.

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. Karakter dari individu yang memiliki perilaku inovatif adalah: (1) mencari tahu teknologi baru, proses, teknik, dan ide-ide baru; (2) menghasilkan ide-ide kreatif; (3) memajukan dan memperjuangkan ide-ide ke orang lain; (4) meneliti dan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan ide-ide baru; (5) mengembangkan rencana dan jadwal yang matang untuk mewujudkan ide baru tersebut; dan (6) kreatif. 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 (1) bersikap terbuka terhadap inovasi, (2) mempunyai persepsi positif terhadap potensi inovasi, (3) menghargai kreatifitas inovasi seseorang, (4) selalu siap menghadapi perubahan sosial, (5) berpandangan yang luas, (6) memiliki dorongan ingin tahu yang kuat, (7) berorientasi pada masa sekarang dan masa yang akan datang dari pada masa yang lampau, (8) berorientasi dan percaya pada perencanaan, (9) lebih percaya pada hasil perhitungan manusia dan pemikiran manusia dari pada takdir atau pembawaan, dan (10) menghargai keterampilan manusia seutuhnya, (11) menyadari sepenuhnya dampak keputusan yang dibuatnya.

## **PERUMUSAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh dari kreativitas ke motivasi usaha**

Kreativitas adalah "berpikir sesuatu yang baru". Sedangkan menurut Hadiyahati (2011), 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 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:

H<sub>1</sub>: 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:

H<sub>2</sub>: Perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap motivasi usaha pelaku 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. Arifda dan Effendi (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:

H<sub>3</sub>: Kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pelaku UKM batik tulis di Kabupaten Kebumen.

### **Pengaruh dari perilaku inovatif ke keberhasilan usaha**

Wirausaha perlu melakukan inovasi, karena inovasi adalah alat spesifik dari wirausaha. Perilaku inovatif menciptakan sumber daya karena tidak ada sesuatu pun yang menjadi sumber daya sampai orang menemukan manfaat dan sesuatu yang terdapat di alam, sehingga memberinya nilai ekonomis seperti keberhasilan usaha. Inovasi adalah proses awal perintisan 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:

H<sub>4</sub>: Perilaku inovatif berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha pelaku UKM batik tulis di Kabupaten Kebumen.

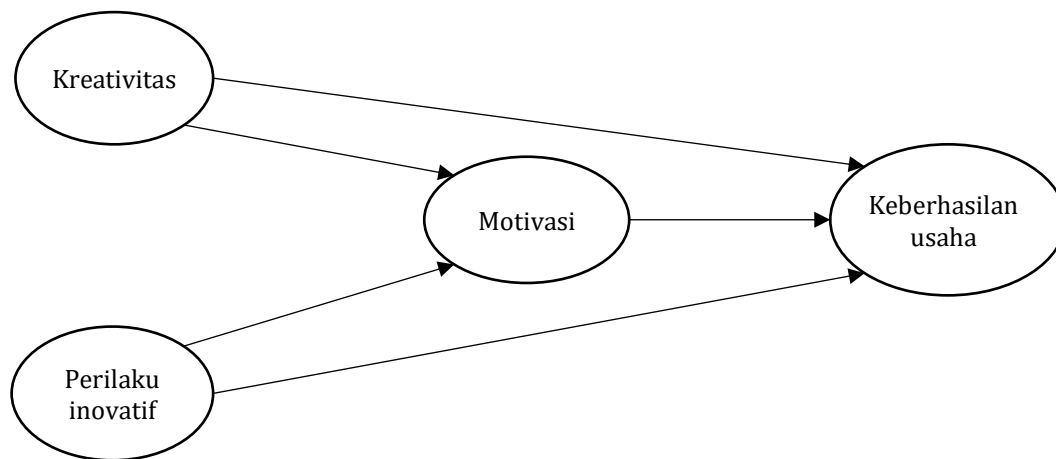
### **Pengaruh mediasi dari motivasi usaha pada hubungan antara kreativitas dan perilaku inovatif terhadap keberhasilan usaha**

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. Bahwa inovasi merupakan proses awal perintisan dan pengembangan dari kewirausahaan. Sedangkan, Arifda dan Effendi (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:

H<sub>5</sub>: 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 di atas, maka model penelitian yang dikembangkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.** Model penelitian

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan melalui survei. Lokasi penelitian di Kabupaten Kebumen. Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik acak sederhana (*simple random sampling*), 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 di bawah bimbingan Dinas koperasi dan UMKM sebanyak 58 pengusaha. 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 DAN PEMBAHASAN

### 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
P <sub>1</sub>	0,000	Valid
P <sub>2</sub>	0,040	Valid
P <sub>3</sub>	0,000	Valid
P <sub>4</sub>	0,000	Valid
P <sub>5</sub>	0,000	Valid
P <sub>6</sub>	0,000	Valid
P <sub>7</sub>	0,001	Valid
P <sub>8</sub>	0,000	Valid
P <sub>9</sub>	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

**Tabel 2.** Hasil uji validitas variabel kreativitas

Variabel kreativitas	Nilai Sig.	Hasil
K <sub>1</sub>	0,000	Valid
K <sub>2</sub>	0,007	Valid
K <sub>3</sub>	0,000	Valid
K <sub>4</sub>	0,000	Valid
K <sub>5</sub>	0,000	Valid
K <sub>6</sub>	0,000	Valid
K <sub>7</sub>	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

**Tabel 3.** Hasil uji validitas variabel motivasi

Variabel motivasi	Nilai Sig.	Hasil
M <sub>1</sub>	0,000	Valid
M <sub>2</sub>	0,000	Valid
M <sub>3</sub>	0,000	Valid
M <sub>4</sub>	0,000	Valid
M <sub>5</sub>	0,000	Valid
M <sub>6</sub>	0,000	Valid
M <sub>7</sub>	0,000	Valid
M <sub>8</sub>	0,000	Valid
M <sub>9</sub>	0,000	Valid
M <sub>10</sub>	0,000	Valid
M <sub>11</sub>	0,000	Valid
M <sub>12</sub>	0,000	Valid
M <sub>13</sub>	0,000	Valid
M <sub>14</sub>	0,000	Valid
M <sub>15</sub>	0,000	Valid
M <sub>16</sub>	0,000	Valid
M <sub>17</sub>	0,001	Valid
M <sub>18</sub>	0,000	Valid
M <sub>19</sub>	0,000	Valid
M <sub>20</sub>	0,000	Valid
M <sub>21</sub>	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

**Tabel 4.** Hasil uji validitas variabel keberhasilan usaha

Variabel keberhasilan usaha	Nilai Sig.	Hasil
KU <sub>1</sub>	0,000	Valid
KU <sub>2</sub>	0,000	Valid
KU <sub>3</sub>	0,000	Valid
KU <sub>4</sub>	0,000	Valid
KU <sub>5</sub>	0,000	Valid

Sumber: data primer diolah 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Sig. < 0,05. Dengan demikian, maka instrumen ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

### Uji realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Hasil *composite reliability* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7. Hasil perhitungan dengan PLS menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk semua konstruk adalah di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model yang diestimasi memenuhi kriteria *discriminant validity*. Nilai *composite reliability* yang terendah adalah sebesar 0,763 pada konstruk kreativitas. Uji reliabilitas juga bisa diperkuat dengan Cronbach's *alpha* di mana *output* SmartPLS versi 2 memberikan hasil sebagai berikut:

**Tabel 5.** Cronbach's *alpha coefficients*

Kreativitas	Perilaku inovatif	Motivasi usaha	Keberhasilan usaha
0,641	0,689	0,912	0,836

Sumber: Data diolah, 2017

**Tabel 6.** *Composite reliability coefficients*

Kreativitas	Perilaku Inovatif	Motivasi Usaha	Keberhasilan Usaha
0,763	0,782	0,924	0,885

Sumber: Data diolah, 2017

Nilai yang disarankan adalah di atas 0,6 dan 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.

## 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 Kolmogorov-Smirnov dengan *output* sebagai berikut:

**Tabel 7.** *One-sample Kolmogorov-Smirnov test*

Variabel	Nilai Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig.	Keterangan
1 Standardized Residual	0,826	0,503	Distribusi Normal

Kriteria uji normalitas dengan metode Kolmogorov-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.

## Uji jalur (*path analysis*)

Hasil uji jalur dengan menggunakan PLS adalah sebagai berikut:

**Tabel 8.** *Path coefficient*

Kreativitas	Perilaku inovatif	Motivasi usaha	Keberhasilan usaha
Kreativitas			
Perilaku inovatif			
Motivasi usaha	0,681	-0,002	
Keberhasilan usaha	0,372	0,102	0,264

Sumber: Data primer diolah, 2017

**Tabel 9.** *p value*

Kreativitas	Perilaku inovatif	Motivasi usaha	Keberhasilan usaha
Kreativitas			
Perilaku inovatif			
Motivasi usaha	<0.001	0.495	
Keberhasilan usaha	0.027	0.318	0.100

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

Persamaan regresi struktural 1 adalah  $Y_1 = 0,681 X_1 - 0,002 X_2 + e$

Persamaan regresi struktural 2 adalah  $Y_2 = 0,372 X_1 + 0,102 X_2 + 0,264 Y_1 + e$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang menyebutkan bahwa kreativitas 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 di samping 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 (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 dan 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  $\beta$  menurun menjadi 0,37. Namun, motivasi usaha tidak memediasi hubungan antara perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha.

## Uji determinasi

Tabel dibawah ini menunjukkan variabilitas variabel independen terhadap variabel dependen:

**Tabel 10. R square coefficient**

Kreativitas	Perilaku inovatif	Motivasi usaha	Keberhasilan usaha
	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.

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

- Agustina, S. (2013). Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(1).
- Arifda, D.M. dan Effendi, M. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha UKM di kawasan Kambang Iwak di Kota Palembang. *Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bina Darma*.
- Daulay, R.W. dan Ramadini, F. (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=AFQjCNE95i00e7unM1eLfmM6S0pT\\_DsW4g&sig2=C-8X8z-ZBFuYr3-KnYoA&bvm=bv.58187178,d.bmk](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=AFQjCNE95i00e7unM1eLfmM6S0pT_DsW4g&sig2=C-8X8z-ZBFuYr3-KnYoA&bvm=bv.58187178,d.bmk)
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Hidayati, N.D. (2011). Pattern of corporate social responsibility programs: A case study. *Social Responsibility Journal*, 7(1), 104-117.
- Muchtar, Y. (2013). Pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha pedagang makanan kaki lima di kawasan Gedung Johor, Kecamatan Medan Johor. *Seminar Internasional "Towards Excellent Small Business"*, 1(1).
- Purba, H.H. (2009). *Inovasi nilai pelanggandalam perencanaan dan pengembangan produk: aplikasi strategi samudra biru dalam meraih keunggulan* (edisi pertama). Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.



- 
- Purnama, C. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil: Studi pada industri kecil sepatu di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Purwanto, E.D. (2010). Pengaruh kompetensi, kecerdasan emosional dan efikasi diri terhadap kenyamanan pimpinan dalam melakukan penilaian kinerja karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(1), 74-82.
- Rahman, D.K. (2015). Pengaruh kreativitas dan perilaku inovatif terhadap keberhasilan usaha industri kecil melalui motivasi usaha sebagai variabel mediasi: Studi kasus pada pengusaha UKM kerajinan bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi. *Universitas Jember Digital Repository*.
- Ranto, B. (2007). Korelasi antara motivasi, knowledge of entrepreneurship, independensi, dan the entrepreneur's performance pada kawasan industri kecil. *Manajemen Usahawan Indonesia*, 36(10), 17-33.
- Sudaryanto, R. dan Wijayanti, R.R. (2014). Jakarta: Pusat Kebijakan Ekonomi BKF Jakarta Kemenkeu.
- Sujarwo, A. (2017). Pengaruh motivasi kerja dan perilaku inovatif terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi: Studi kasus pada LKP Alfabank Semarang. *Jurnal AMIK JTC*, 13(1).
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: CAPS.
- Yunal, V.O. (2013). Analisa pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi produk terhadap pertumbuhan usaha kerajinan gerabah di Lombok. *Jurnal Mahasiswa Manajemen Bisnis*.