THE INFLUENCE OF CREATIVITY THOURGH THE COMPETITIVENESS OF BUSINESS

B Lena Nuryanti S dan Jajang Nurjaman
Pendidikan Manajemen Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia
Email : lenanuryanti@upi.edu, Jajang103@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to explore the influence of creativity on the Knitting industry business owners Binong Jati Bandung and its effect on the competitiveness of businesses. This type of research is descriptive and the method used as the explanatory survey with saturated sample technique, with the number of samples as many as 76 people are business owners. Data analysis technique used is simple with linear regression tools computer software SPSS 22.0 for windows. The results of this research in the form of findings that creativity has a considerable influence on innovation conducted business owners for the progress of his efforts. Innovations made by entrepreneurs to result in profits for the company, one of which improves the competitiveness that is owned by the company. The company's strategy, structure and rivalry, the condition factor of production, demand, condition and related industries become a tool to determine competitiveness. The originality of this research is the development of an innovative business enterprise for its contents to contribute to the improvement of power competitive efforts.

Keywords : Creativity, innovation, competitiveness, entrepreneurship, the knitting industry Bandung

---

PENGARUH KREATIVITAS TERHADAP DAYA SAING USAHA

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengeksplorasi pengaruh kreativitas pada para pemilik usaha di Industri Rajut Binong Jati Bandung dan efeknya pada daya saing usaha yang dimiliki.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif, verifikatif, dan metode yang digunakan yaitu explanatory survey dengan teknik sampel jenuh, Dengan jumlah sampel sebanyak 76 orang pemilik usaha. Teknik analisa data yang digunakan adalah regresi liniear sederhana dengan alat bantu software komputer SPSS 22.0 *for windows*.

Hasil dari penelitian ini berupa temuan bahwa kreativitas memiliki pengaruh yang cukup besar pada inovasi yang dilakukan para pemilik usaha untuk kemajuan usahanya. Inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha mengakibatkan keuntungan bagi perusahan, salah satunya meningkatkan kemampuan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi perusahaan, struktur dan persaingan, kondisi faktor produksi, kondisi permintaan, dan industri terkait menjadi alat untuk menentukan daya saing.. Orisinalitas dari penelitian ini membicarakan tentang kreativitas yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha yang terintegrasi untuk meningkatkan inovasi yang dilakukan pelaku usaha bagi perusahaannya untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing usahanya.

Kata kunci : Kreativitas, inovasi, daya saing, wirausaha, industri rajut Bandung

PENDAHULUAN

Ekonomi suatu negara dapat berkembang dengan baik jika jumlah pengusaha minimal bejumlah 2% dari total penduduk suatu Negara tersebut. Karena itu demi meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia, berbagai pihak termasuk pemerintah terus berusaha agar masyarakat Indonesia berkeinginan untuk berwirausaha. Sampai tahun 2015 jumlah masyarakat yang berwirausaha belum terbilang banyak. Jumlah pengusaha di Indonesia hanya berjumlah sekitar 1,6% dari jumlah penduduk yang kalah dari negara tetangga seperti Singapura yang memiliki 7% pengusaha dari jumlah penduduk, Malaysia 5%, serta Thailand 4% (m.kompasiana.com). Selama beberapa tahun terakhir, para pengusaha dalam bidang industri pakaian di Indonesia tengah mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan. Minat masyarakat yang tinggi terhadap penampilan cenderung mempengaruhi pertumbuhan industri pakaian/*fashion*.

Besarnya antusias masyarakat terhadap *fashion* menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi antar perusahaan yang bergerak di bidang yang sama (*fashion*). Produsen pakaian dan pelengkap busana dihadapkan pada peningkatan daya saing agar dapat membuat/menjual produk yang dapat menarik minat konsumen. Untuk mencapai tujuan perusahaan secara optimal perusahaan perlu menentukan strategi untuk meningkatkan daya saing agar mampu bersaing dengan para kompetitor (Denis Towill, 2002). Seorang wirausaha harus dapat meningkatkan sumber daya yang tersedia mampu bersaing dan berkompetitif dengan pelaku usaha lain (Hari, Irawan, 2016). Oleh karena itu sangat penting dikatakan bahwa daya saing yang rendah adalah permasalahan serius bagi setiap perusahaan terutama yang bergerak di bidang *fashion*. Kota bandung merupakan kiblat *fashion* di Indonesia dan memiliki gelar *Paris Van Java*. Dengan adanya beberapa industri unggulan di kota Bandung, Industri Rajut Binong Jati menjadi salah satu yang berkecimpung di industri *fashion*. Sentra Industri Rajut Binong Jati merupakan salah satu Industri di Kota Bandung yang sangat potensial menggerakan per-ekonomian rakyat. Meskipun sebagai sentra unggulan dan posisi Kota Bandung sebagai kiblatnya industri fashion, Industri Rajut Binong Jati mengalami masalah dalam daya saingnya.

Permasalahan pada Industri Rajut Binong Jati disebabkan oleh eksistensi Kota Bandung di dunia internasional sebagai Ibu Kota Asia Afrika, dan adanya perdagangan bebas ACFTA (Asean China Free Trade Agreement) yang diberlakukan oleh pemerinatah dan menyebabkan banyaknya produk luar negri yang masuk terutama ke Kota Bandung. Menurut ketua paguyuban rajut muda Bandung, Cepi Andriana (2016), perilaku konsumen yang konsumtif menyebabkan lebih memilih produk impor yang memiliki harga lebih murah dengan desain yang beragam. Masalah lainnya adalah masih sulitnya akses menuju ke perusahaan dan kualitas jalan yang kurang memadai, tidak adanya tempat untuk memperlihatkan produk-produk yang dihasilkan (*showroom*).

Kemampuan para pemilik usaha di Industri Rajut Binong Jati untuk mencapai keberhasilan tentu diantaranya dipengaruhi oleh faktor daya saing yang dimiliki. Pada umumnya organisasi memiliki sumber daya yang relatif sama , sehingga daya saing pada umumnya dapat ditingkatkan dengan menentukan keuntungan potensial yang tinggi dan mempelajai bagaimana menggunakan sumber daya itu untuk menyusun dan menerapkan strategi yang diperlukan sesuai dengan karakteristik industri tersebut (Rahayu, 2010). Apabila pemilik usaha ingin berhasil dalam menghadapi persaingan yang terbuka dalam era global saat ini harus memiliki jiwa wirausaha yang kreatif dan inovatif, terlebih melihat kondisii saat ini tentu diperlukan *entrepreneur* yang modern, lebih memiliki wawasan, berpikir jauh ke depan, selalu mengikuti perkembangan, dan terbuka terhadap ide dan konsep baru (Wahab & Sudirham, 2012). Keinginan dan kebutuhan

konsumen merupakan peluang yang terbuka bagi perusahaan untuk memulai berinovasi (Lena, 2007).

Suatu kenyataan bahwa para pemilik usaha rajut pada umumnya masih memiliki pendidikan yang rendah, tidak memiliki keterampilan manajemen dan bisnis yang memadai, dan meski sebagian dari mereka telah memiliki semangat serta pengalaman dalam berwirausaha pada tingkat tertentu, tetapi tanpa keterampilan teknis di bidang manajemen, pengorganisasian produksi, penguasaan teknologi dan informasi, akan mengalami kesulitan untuk berinteraksi dan bersaing dengan pelaku bisnis lain yang sudah terbiasa menerapkan keterampilan. Namun demikian, jiwa kreativitas yang dimiliki para pengusaha dapat dibina untuk melakukan proses inovasi bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing usahanya, seperti yang telah dilakukan paguyuban rajut muda Bandung dengan mengadakan pelatihan kreativitas kepada para pemilik usaha maupun karyawan (Cepi Andriana, 2016). Keunggulan bersaing pada suatu perusahaan dapat dilihat dari ketepatan menempatkan kreativitas dan inovasi kepada produknya secara terus menerus

TINJAUAN PUSTAKA

Kreativitas

Secara konseptual, kreativitas merupakan sebuah hasil pemikiran yang menghasilkan gagasan atau ide-ide baru yang belum pernah terpikirkan dan merupakan sesuatu yang baru dalam menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dan lebih baik (Hubeis, 2007; West, 2006) dalam (Kartib, 2013). Kreativitas merupakan suatu sikap yang dimiliki oleh sebagian besar wirausahawan yang berfungsi sebagai pertumbuhan usaha berdasarkan identifikasi peluang (Lena, 2014). Secara kognitif kreativitas bisa dikatakan sebagai kemampuan berpikir dengan lancar, keluwesan, keaslian, dan perincian (Lena, 2004). Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang telah ada sebelumnya. Kreativitas merupakan kemampuan atau kecakapan yang ada dalam diri seseorang, hal ini erat kaitannya dengan bakat. Sebuah pemikiran kreatif seseorang dapat mendorong suatu organisasi untuk mencapai target yang diinginkan.

kreativitas dibagi menjadi empat bagian yang dikenal sebagai "*the four P's creativity"* (Rhodes, 1961), Keempat P tersebut yang pertama *Person* Yaitu upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus kepada individu yang dapat disebut kreatif. Kedua *Process* mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada proses berpikir sehingga memunculkan ide-ide unik atau kreatif. Ketiga *Press* menekankan pada faktor press atau dorongan, baik dorongan internal diri sendiri berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta atau bersibuk diri secara kreatif, maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis. Yang keempat dan terakhir *Product* mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru/original atau sebuah elaborasi/peng-gabungan yang inovatif.

Inovasi

Dalam konsep definisinya, inovasi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bagi bisnis yang berbeda atau jasa yang berbeda (Kartib, 2013). Inovasi dapat dikatakan proses pelaksanaan kreativitas yang di praktikan pada suatu kultur dalam proses teknologi, manajerial, dan sosial yang dapat mengubah peluang menjadi gagasan atau ide-ide yang dapat dijual dan merupakan hal atau terobosan baru (Basrowi, 2014);(Hartini, 2012). Sehingga dapat dikatakan bahwa inovasi merupakan pelaksanaan sesuatu yang baru yang secara signifikan meningkatkan produk (barang atau jasa), proses, metode pemasaaran baru, atau metode organisasi yang baru dalam praktek

bisnis, lingkungan organisasi, atau hubungan eksternal.

Dalam upaya mengembangkan usaha termasuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha, perusahaan baik kecil, maupun besar dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan beberapa dimensi (Kartib, 2013) yaitu pertama dimensi finansial, memperhatikan pengembalian investasi inovasi, pembagian pasar, penghematan biaya, dan biaya total pekerjaan. Yang kedua dimensi konsumen, memperhatikan pengguna pelanggan dalam pengembangan, kepuasan konsumen, tingkat retensi konsumen, dan penambahan konsumen baru. Keempat dimensi proses internal bisnis, memperhatikan keberhasilan keseluruhan tim pengembangan, waktu pengembangan, total jam kerja karyawan/pekerja. Dan yang kelima dimensi pembelajaran dan pertumbuhan, berupa keterampilan baru yang dikenalkan perusahaan, pengembangan teknologi inti, rata-rata investasi waktu karyawan/pekerja mengikuti pelatihan.

Daya saing

Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja (Porter, 2008). Daya saing merupakan suatu kemampuan perusahaan maupun industri untuk bersaing dan bertahan terhadap persaingan usaha yang sejenis untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada (Doli, 2011); (Andrea, 2010); (Tambunan, 2014).

Model *diamond* dari Michael E. Porter merupakan model yang sering digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing suatu industri, berikut merupakan model *diamond* (Porter, 2008):

Gambar 1 Model *Diamond* Porter

Dalam gambar 1 Pada dimensi **kondisi faktor produksi** Unsur biaya tenaga kerja dan biaya bahan sudah termasuk dalam penghitungan biaya per unit produk. Perusahaan akan lebih berdaya saing manakala menggunakan bahan baku lokal dan tenaga kerja lokal, karena lebih efisien.

Unsur ukuran pasar pada dimensi kondisi permintaan lebih menggambarkan kinerja bukan menggambarkan daya saing.

Pada dimensi **kondisi permintaan** unsur akses atau cakupan pasar lebih menggambarkan potensi daya saing. Sehingga bagi perusahaan yang mempunyai akses pasar ke pasar internasional akan lebih berdaya saing.

Unsur inovasi dimaknai sebagai penerapan hasil dari gagasan kreatif dalam perusahaan. Didalam lingkungan yang dinamis dewasa ini, Perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan gagasan baru secara kreatif dengan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Inovasi menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan usaha dan peningkatan daya saing.

Perusahaan akan lebih berdaya saing manakala mempunyai kemampuan menjalin kerjasama secara baik dengan perusahaan lain, seperti: penyedia bahan, para perantara, media promosi, dan sebagainya.

METODE PENELITIAN

Unit analisis yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha pada Industri Rajut Binong Jati Bandung. Oleh karena itu akan diteliti pengaruh kreativitas terhadap inovasi serta implikasinya pada daya saing. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah cross sectional method, pengumpulan informasi dari subjek penelitian hanya dilakukan satu kali dalam satu periode waktu, sehingga penelitian ini merupakan cross sectional. Penelitian ini dilakukan pada bulan

Desember 2015 hingga Mei 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha pada Industri Rajut Binong Jati Bandung yang berjumlah 259 orang. Menurut Koperasi Rajut Binong Jati Bandung (KIRBI), hanya ada 76 unit usaha yang mengalami permasalahan daya saing dari jumlah keseluruhan sebanyak 259. Berdasarkan pendapat tersebut, yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pemilik usaha di Industri Rajut Binong Jati Bandung yang berukuran 76 orang.

Dikarenakan jumlah pemilik usaha yang mengalami masalah daya saing di Industri Rajut Binong Jati Bandung kurang dari 100 orang, maka sampel yang diambil adalah seluruh jumlah populasi atau sensus pemilik usaha yang bermasalah di Industri Rajut Binong Jati Bandung sebanyak 76 orang.

Temuan

Berdasarkan hasil penelitian yang bersifat empirik mengenai pelaksanaan kreativitas pada pemilik perusahaan di Industri Rajut Binong Jati Bandung, dihasilkan temuan bahwa dimensi *press* telah meberikan kontribusi yang cukup tinggi bagi para penusaha untuk mencapai kreativitas.

Selanjutnya hasil penelitian yang bersifat empirik mengenai pelaksanaan inovasi pada pemilik perusahaan di Industri Rajut Binong Jati Bandung, dihasilkan temuan bahwa dimensi finansial telah memberikan kontribusi yang cukup tinggi bagi para penusaha untuk melaksanakan inovasi.

Sedangkan hasil penelitian yang bersifat empirik mengenai pelaksanaan daya saing pada pemilik perusahaan di Industri Rajut Binong Jati Bandung, dihasilkan temuan bahwa dimensi strategi perusahaan, struktur dan persaingn telah memberikan kontribusi yang cukup tinggi bagi para penusaha untuk mencapai daya saing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

TABEL 1 MODEL REGRESI LINEAR SEDERHANA KREATIVITAS TERHADAP INOVASI

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	63.255	7.054		8.967	.000
	kreativitas	.562	.045	.826	12.590	.000

a. Dependent Variable: inovasi

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Inovasi= 63,255 + 0,562 Kreativitas

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana di atas, konstanta sebesar 63,255 menyatakan bahwa jika tidak ada kreativitas, maka besarnya inovasi sebesar 63,255. Koefesien regresi sebesar 0,562 satu satuan nilai artinya setiap terjadi peningkatan kreativitas akan meningkatkan inovasi sebesar 0,562 satu satuan nilai dan sebaliknya, jika terjadi penurunan inovasi, kreativitas akan menurunkan inovasi sebesar 0,562 satu satuan nilai.

TABEL 2 OUTPUT MODEL SUMMARY KREATIVITAS TERHADAP INOVASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826[a]	.682	.677	10.613

a. Predictors: (Constant), kreativitas

b. Dependent Variable: inovasi

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Model *summary* pada Tabel 4.22 menunjukkan adanya nilai R-Square sebesar 0,682 atau 68,2%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi kreativitas terhadap inovasi sebesar 68,2%, artinya 68,2% inovasi dipengaruhi oleh kreativitas dan sisanya yaitu sebesar 31,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

TABEL 3 MODEL REGRESI LINEAR SEDERHANA INOVASI TERHADAP DAYA SAING

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	41.519	12.167		3.412	.001
	Inovasi	.782	.080	.750	9.758	.000

a. Dependent Variable: dayasaing

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Daya saing = 41,519 + 0,782 Inovasi

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana di atas, konstanta sebesar 41,519 menyatakan bahwa jika tidak ada inovasi dalam perusahaan, maka besarnya daya saing sebesar 41,519. Koefesien regresi sebesar 0,782 satu satuan nilai artinya setiap terjadi peningkatan inovasi akan meningkatkan daya saing sebesar 0,782 satu satuan nilai dan sebaliknya, jika terjadi penurunan daya saing, inovasi akan menurunkan daya saing sebesar 0,782 satu satuan nilai.

TABEL 4 OUTPUT MODEL SUMMARY INOVASI TERHADAP DAYA SAING

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750[a]	.563	.557	12.964

a. Predictors: (Constant), inovasi

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Model *summary* pada Tabel 4 menunjukkan adanya nilai R-Square sebesar 0,563 atau 56,3%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi inovasi terhadap daya saing sebesar 56,3%, artinya 56,3% daya saing dipengaruhi oleh inovasi dan sisanya yaitu sebesar 43,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

TABEL 5 MODEL REGRESI LINEAR SEDERHANA KREATIVITAS TERHADAP DAYA SAING

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	88.207	9.965		8.852	.000
	kreativitas	.457	.063	.644	7.248	.000

a. Dependent Variable: dayasaing

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2016

Daya saing = 88,207 + 0,457 Kreativitas

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana di atas, konstanta sebesar 88,207 menyatakan bahwa jika tidak ada kreativitas, maka besarnya daya saing sebesar 88,207. Koefesien regresi sebesar 0,457 satu satuan nilai artinya setiap kreativitas yang berjalan dengan lebih baik akan meningkatkan daya saing sebesar 0,457 satu satuan nilai dan sebaliknya, jika terjadi penurunan daya saing, kreativitas akan menurunkan daya saing sebesar 0,457 satu satuan nilai.

TABEL 6 OUTPUT MODEL SUMMARY KREATIVITAS TERHADAP DAYA SAING

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644[a]	.415	.407	14.992

a. Predictors: (Constant), kreativitas

b. Dependent Variable: dayasaing

Sumber: Hasil Perolehan Data, 2016

Model summary pada Tabel 6 menunjukkan adanya nilai R-*Square* sebesar 0,415 atau 41,5%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya kontribusi kreativitas terhadap daya saing sebesar 41,5%, artinya 41,5% daya saing dipengaruhi oleh kreativitas dan sisanya yaitu sebesar 68,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji hipotesi

TABEL 7 NILAI SIGNIFIKANSI UJI

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	63.255	7.054		8.967	.000
	kreativitas	.562	.045	.826	12.590	.000

a. Dependent Variable: inovasi

Sumber: Hasil Perolehan Data, 2016

Perhitungan uji-t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 12,590 dengan tingkat signifikansi 5%. Dibandingkan dengan nilai t_{tabel}, perolehan nilai t_{hitung} memiliki angka yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} (12,590 > 1,665), maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif kreativitas terhadap inovasi industri rajut Binong Jati Bandung

TABEL 8 NILAI SIGNIFIKANSI UJI t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	41.519	12.167		3.412	.001
	inovasi	.782	.080	.750	9.758	.000

a. Dependent Variable: dayasaing

Sumber: Hasil Perolehan Data, 2016

Perhitungan uji-t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,758 dengan tingkat signifikansi 5%. Dibandingkan dengan nilai t_{tabel}, perolehan nilai t_{hitung} memiliki angka yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} (9,758 > 1,665), maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif inovasi terhadap daya saing Industri Rajut Binong Jati Bandung.

TABEL 9 NILAI SIGNIFIKANSI UJI t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	88.207	9.965		8.852	.000
	kreativitas	.457	.063	.644	7.248	.000

a. Dependent Variable: dayasaing

Sumber: Hasil Perolehan Data, 2016

Perhitungan uji-t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 7,248 dengan tingkat signifikansi 5%. Dibandingkan dengan nilai t_{tabel}, perolehan nilai t_{hitung} memiliki angka yang lebih besar daripada nilai t_{tabel} (7,248 > 1,65723), maka dapat diambil keputusan bahwa hipotesis nol (H0) ditolak dan Ha diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh positif kreativitas terhadap daya saing Industri Rajut Binong Jati Bandung.

SIMPULAN

Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi dengan pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas para pemilik usaha, maka semakin tinggi juga tingkat inovasi yang dimiliki para pemilik usaha untuk perusahaannya. Inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat inovasi para pemilik usaha, maka semakin tinggi juga tingkat daya saing yang dimiliki perusahaan. Kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya saing dengan pengaruh yang kuat. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat kreativitas para pemilik usaha, maka semakin tinggi juga tingkat daya saing perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Andrea, N. (2010). Competitiveness of small and medium sized enterprises - a possible analytical framework, 1–14.

Basrowi. (2014). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. bogor: Ghalia Indonesia.

Denis Towill, M. C. (2002). Developing market-specific supply chain strategies, *13*(1), 1–14.

Doli, inneke Q. (2011). (Pengusaha Kuliner Skala Kecil Di Jalan Dr . Mansur Medan), *14*, 20–25.

Hari, Irawan, M. (2016). USAHA (Studi Kasus pada Distro Anggota Kreative Independent Clothing Kommunity di Kota Bandung), *1*(1), 213–223.

Hartini, S. (2012). Peran Inovasi : Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis, 82–88.

Kartib, dan yuyus. (2013). Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.

Lena. (2007). (Survei pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia), 31–43.

Lena. (2014). Intensi Berwirausaha yang dapat memicu Orientasi Kewirausahaan (Survey pada Mahasiswa Pendidikan Manajemen Bisnis 2014 di Universitas Pendidikan Indonesia), 1–12.

Lena, N. (2004). Model Pembelajaran E-Learning melalui Homepage sebagai Media Pembelajaran sehingga diharapkan dapat Meningkatkan Minat dan Kreativitas Siswa, 1–7.

Porter. (2008). *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tangerang: Karisma Publishing Group.

Rahayu, Agus. (2010). Analisis Sumber Daya Sekolah dan Program Penciptaan Nilai dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah, *IV*(1), 48–56.

Rhodes. (1961). An analysis of creativity. In Frontiers of Creativity Research: Beyond the Basics, 22–216.

Tambunan, T. (2014). UKURAN DAYA SAING KOPERASI DAN UKM, (1997), 1–30.

Wahab, D. A., & Sudirham, J. J. (2012). Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil, *11*(1).