

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha adalah suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dengan tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada seseorang atau lebih yang bertanggung jawab dan punya kewenangan untuk mengelola usaha tersebut (<https://www.bps.go.id>). Untuk memasuki dunia usaha seseorang harus memiliki jiwa kewirausahaan karena wirausahawan adalah orang yang mengorganisasikan, mengelola, dan memiliki keberanian menghadapi resiko. Sebagai pengelola dan pemilik usaha, wirausahawan harus memiliki kecakapan untuk bekerja, mengorganisasikan, kreatif, dan lebih menyukai tantangan. Untuk bisa mempertahankan usahanya, wirausahawan harus bekerja keras dan mampu berkompetisi dengan para kompetitor.

Dewasa ini, wirausaha memegang peran pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian suatu negara. Ketangguhan wirausaha sebagai penggerak perekonomian terletak pada kreasi baru untuk menciptakan nilai secara terus menerus. Seperti saat ini, pemerintah sangat menggerakkan para pelaku usaha untuk turut mendorong penguatan struktur ekonomi. Wirausaha memberikan kontribusi yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah ekonomi dan sosial seperti tingginya tingkat kemiskinan dan besarnya jumlah pengangguran. Seorang wirausaha bisa menciptakan lapangan pekerjaan dengan bekerja sesuai kemampuan, keterampilan, pengetahuan, serta pengalaman yang dimiliki.

Usaha papan bunga atau karangan papan bunga merupakan usaha yang menyediakan jasa dengan menawarkan rangkaian papan bunga untuk acara-acara tertentu. Banyaknya permintaan karangan papan bunga dari berbagai pihak, menjadikan usaha ini sangat potensial untuk dirintis dan merupakan peluang usaha yang menghasilkan. Usaha papan bunga melayani permintaan konsumen dengan kualitas rangkaian yang menarik, gaya tulisan, kerapian, desain dan dengan harga

yang standar. Kegunaan papan bunga yaitu untuk memberikan ucapan/pesan dalam acara tertentu.



Gambar 1.1
Karangan Papan Bunga

Diantara jasa yang ditawarkan adalah papan bunga untuk acara pernikahan, acara peresmian, acara ulang tahun, wisuda, dukacita, dan masih banyak lagi. Dahulu orang masih menggunakan surat, mengirim pesan, menelepon untuk memberikan ucapan. Dengan menggunakan cara tersebut, hanya si pengirim dan penerima yang mengetahuinya. Kini ada inovasi yang baru dalam memberikan ucapan dengan seni yaitu melalui karangan papan bunga. Dimana, ucapan yang diberikan dapat dilihat, dinilai oleh orang lain dan memeriahkan acara tersebut. Dan beberapa rangkaian papan bunga menjadi cara promosi untuk perusahaan-perusahaan. Di Kota Medan sudah banyak pelaku usaha yang membuka usaha papan bunga, bahkan mereka membentuk suatu komunitas/perkumpulan yang bernama Asosiasi Florist Medan (AFM). Data yang peneliti peroleh dari Asosiasi Florist Medan (AFM) terdapat sebanyak 120 anggota.

Setiap usaha pasti ingin memperoleh keberhasilan usaha karena hal tersebut sesuai dengan segala kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan usahanya. Menurut Noor (2013) keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari sebuah bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas didalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan. Keberhasilan usaha menurut Suryana (2017) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Pada pengertian lainnya, keberhasilan memberikan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Menurut Zimmerer dalam Suryana (2017:110), bahwa keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat bergantung pada kemampuan pribadi wirausahawan itu sendiri.

Salah satu kemampuan pribadi wirausahawan itu sendiri adalah kreativitas. Para wirausahawan akan berhasil apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru, atau sesuatu yang lama dikerjakan dengan cara baru. Kreativitas menurut Suryana (2017:15), adalah proses berpikir untuk menghasilkan ide-ide, pemikiran, dan gagasan-gagasan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang berbeda inilah yang dikenal dengan nilai tambah, keunggulan, daya saing, dan peluang. Pendapat lain menurut Zimmerer dalam Suryana (2017:11), Kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara

baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Dengan kreativitas, wirausahawan dapat melihat sesuatu yang lama dan berpikir sesuatu yang baru serta berbeda.

Lingkungan bisnis juga merupakan faktor penting dalam meraih keberhasilan usaha. Pada penelitian terdahulu, keberhasilan suatu usaha sebagian ditentukan oleh lingkungannya. Lingkungan bisnis yang dapat mempengaruhi jalannya usaha adalah lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dalam lingkungan bisnis yang tidak menentu dimana perubahan lingkungan bisnis dapat terjadi kapan saja. Keadaan tersebut menjadi bisa berdampak terhadap munculnya berbagai kesempatan usaha atau pun menjadi suatu kendala dalam berusaha. Lingkungan bisnis tidak dapat diabaikan begitu saja. Lingkungan bisnis dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya perusahaan (Suryana, 2017:134).

Bisnis papan bunga merupakan usaha yang berkembang cukup pesat, tidak hanya di kota-kota besar saja, tetapi juga masuk ke daerah-daerah dan banyak yang mencari untuk keperluan acara-acara tertentu. Dengan semakin berkembangnya zaman dan banyaknya pesaing, pemilik usaha papan bunga dituntut untuk kreatif sehingga memiliki keunggulan dari pada pesaing. Dalam merangkai papan bunga tidaklah mudah yaitu bagaimana membuat desain/*background* papan bunga, merangkai ratusan bunga plastik di papan tentunya dengan gaya penulisan/model yang berbeda-beda, sampai pada papan bunga dipasang di lokasi.

Menurut observasi di lapangan terdapat papan bunga yang sudah dimodifikasi menjadi lebih menarik dan unik yaitu, tidak lagi menggunakan bunga *artificial*/plastik tetapi menggunakan *styrofoam* yang dibentuk menjadi huruf dan dibuat dengan desain yang lebih menarik atau mereka menyebutnya bunga Jakarta, ada juga yang menggunakan cat untuk penulisan ucapan pada papan yang sudah didesain yang dapat menarik perhatian pelanggan. Kreativitas dalam usaha papan bunga dapat dilihat yaitu dahulu menggunakan bunga plastik, muncul ide baru yaitu menggunakan *styrofoam* yang dibentuk huruf, kemudian muncul lagi ide baru yaitu menggunakan cat dan bentuk papan dikreasikan. Kreativitas sangat diperlukan bagi pelaku usaha papan bunga untuk memberikan ide-ide baru yang

akan memberi nilai tambah maupun keunggulan pada papan bunga sehingga memenuhi permintaan pelanggan dan pelanggan merasa puas.

Banyaknya usaha papan bunga di Kota Medan, tentunya terjadi persaingan bisnis. Seperti dalam lingkungan eksternal yaitu terdapat beberapa kedekatan lokasi usaha papan bunga dengan lokasi usaha papan bunga lain/pesaing. Selain itu ada beberapa lokasi usaha papan bunga yang dekat dengan gedung-gedung pertemuan/wisma, ada juga pesanan papan bunga dimana tempatnya jauh dari lokasi usaha. Dalam lingkungan internal yaitu hubungan pekerja dengan pemilik usaha, terdapat masalah seperti pekerja melakukan pekerjaannya tidak dengan sungguh-sungguh yang menyebabkan rangkaian papan bunga tidak bagus, ada juga pekerja yang mengantar papan bunga tidak sesuai dengan waktu yg diminta pelanggan menyebabkan pelanggan merasa kecewa.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kreativitas Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Papan Bunga di Kota Medan”**.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan tidak meluas dari pembahasan dimaksudkan, maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian kepada lingkungan bisnis adalah pada lingkungan internal yaitu tenaga kerja dan pada lingkungan eksternal yaitu pesaing dan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan?
2. Bagaimana pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh kreativitas dan lingkungan bisnis secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kreativitas dan lingkungan bisnis secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dengan melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Pelaku Usaha
Penelitian ini dapat memberikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi pelaku usaha papan bunga di Kota Medan tentang kreativitas dan lingkungan bisnis.
2. Bagi Peneliti
Memberikan pengembangan ilmu pengetahuan serta menambah wawasan pada bidang kewirausahaan khususnya tentang pengaruh kreativitas dan lingkungan bisnis terhadap keberhasilan suatu usaha.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.
4. Bagi Universitas
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan bagi mahasiswa.

BAB II

LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Kreativitas

Seorang wirausahawan selalu berprinsip bahwa apa yang dilakukan merupakan usaha optimal untuk menghasilkan nilai maksimal. Dalam berwirausaha tentunya akan terjadi persaingan yang ketat. Prinsip usaha optimal yang dapat dilakukan wirausahawan dalam memenangkan persaingan yaitu memiliki daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas menurut Suryana (2017:15), adalah proses berpikir untuk menghasilkan ide-ide, pemikiran, dan gagasan-gagasan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sesuatu yang berbeda inilah yang dikenal dengan nilai tambah, keunggulan, daya saing, dan peluang.

Menurut Zimmerer dalam Suryana (2017:11) Kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Sedangkan Menurut Alma (2017:69) Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data, variabel yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas merupakan kekuatan pendorong inovasi yang menjadi strategi sebagian besar usaha saat ini agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kreativitas sangat diperlukan dalam hidup ini dengan beberapa alasan antara lain: pertama, kreativitas memberikan peluang bagi individu untuk mengaktualisasikan dirinya, kedua, kreativitas memungkinkan orang dapat menemukan berbagai alternatif dalam pemecahan masalah, ketiga, kreativitas dapat memberikan kepuasan hidup, dan keempat, kreativitas memungkinkan manusia meningkatkan kualitas hidupnya (Lestari dan Zakiah, 2019:2).

Guilford dalam Alma (2017:69-70) menyatakan ada 5 ciri seseorang yang mempunyai kreativitas, yaitu:

1. Kelancaran (Fluency)

Kelancaran adalah kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan

2. Keluwesan (Flexibility)

Keluwesan adalah kemampuan untuk mengemukakan bermacam-macam pemecahan atau pendekatan terhadap masalah.

3. Keaslian (Originality)

Orisinilitas adalah kemampuan untuk mencetuskan gagasan dengan cara-cara yang asli, tidak klise.

4. Elaborasi (Elaboration)

Elaborasi adalah kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terinci.

5. Redefinisi (Redefinition)

Redefinisi adalah kemampuan untuk meninjau suatu persoalan berdasarkan perspektif yang berbeda dengan apa yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Orang kreatif adalah orang yang senang mengeksplorasi, orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan (*different*), kegunaan (*utility*), dan dapat mengerti (*understable*). Untuk menghasilkan kebaruan, perbedaan, kegunaan, dan kemudahan, wirausahawan selalu berpikir, merenung, mengkhayal sehingga melahirkan ide-ide, dan gagasan-gagasan baru. Kebiasaan berpikir merupakan kebiasaan wirausahawan untuk meraih keberhasilannya. Menurut Zimmerer dalam Suryana (2017:66-67), untuk mengembangkan keterampilan berpikir, seseorang menggunakan otak kiri, sedangkan untuk belajar mengembangkan kreatif, digunakan otak kanan, dan ada tujuh langkah proses kreatif:

1. Persiapan

Persiapan menyangkut kesiapan untuk berpikir kreatif, dilakukan dalam bentuk pendidikan formal, pengalaman, magang, dan pengalaman belajar lainnya.

2. Penyelidikan

Dalam penyelidikan diperlukan untuk dapat mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang masalah atau keputusan.

3. Transformasi

Tahap transformasi menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan di antara informasi yang terkumpul. Dalam tahap ini diperlukan dua tipe berpikir, yaitu berpikir konvergen dan divergen.

4. Penetasan

Penetasan merupakan penyiapan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi terkumpul. Pikiran bawah sadar memerlukan waktu untuk merefleksikan informasi.

5. Penerangan

Penerangan akan muncul pada tahap penetasan, yaitu ketika terdapat pemecahan spontan yang menyebabkan adanya titik terang. Pada tahap ini, semua tahap sebelumnya muncul secara bersama dan menghasilkan ide-ide kreatif serta inovatif.

6. Pengujian

Pengujian menyangkut validasi keakuratan dan manfaat ide-ide yang muncul yang dapat dilakukan pada masa percobaan, proses simulasi, tes pemasaran, pembangunan proyek percobaan, pembangunan prototipe, dan aktivitas lain yang dirancang untuk membuktikan ide-ide baru yang akan diimplementasikan.

7. Implementasi

Dalam tahap ini, implementasi adalah transformasi ide ke dalam praktik bisnis.

Dari pengertian kreativitas di atas dapat disimpulkan, bahwa kreativitas adalah kemampuan individu dalam menghasilkan ide-ide baru, kemungkinan baru, dan penemuan baru untuk memperoleh keberhasilan.

2.1.2 Faktor-faktor Kreativitas

Kreativitas seseorang dipengaruhi tidak hanya oleh faktor-faktor dari dalam dirinya (internal) berupa keinginan dan hasrat untuk mencipta dan bersibuk diri secara kreatif, tetapi juga faktor dari luar individu (eksternal) itu sendiri, karena kreativitas adalah hasil proses interaksi antara individu dan lingkungannya.

Dalam literatur yang diperoleh dari beberapa artikel jurnal Riansyah dan Sya'roni (2017:6), faktor-faktor yang dapat mendorong terwujudnya kreativitas individu diantaranya :

1. Dorongan dari dalam diri sendiri

Setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkeaktivitas, mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya. Kondisi internal (*interal press*) yang dapat mendorong seseorang untuk berkreasi diantaranya: 1) Keterbukaan terhadap pengalaman, 2) Kemampuan untuk menilai situasi sesuai dengan patokan pribadi seseorang (*internal locus of evaluation*), 3) Kemampuan untuk bereksperimen atau “bermain” dengan konsep-konsep.

2. Dorongan dari lingkungan

Lingkungan yang dapat mempengaruhi kreativitas individu dapat berupa lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Lingkungan keluarga merupakan kekuatan yang penting dan merupakan sumber pertama dan utama dalam pengembangan kreativitas individu. Pada lingkungan sekolah, pendidikan di setiap jenjangnya mulai dari pra sekolah hingga ke perguruan tinggi dapat berperan dalam menumbuhkan dan meningkatkan kreativitas individu. Pada lingkungan masyarakat, kebudayaan-kebudayaan yang berkembang dalam masyarakat juga turut mempengaruhi kreativitas individu.

Kreativitas akan membantu sebuah bisnis dalam merespon setiap perubahan yang terjadi dalam bisnis yang tentunya terdapat banyak pesaing. Beberapa faktor yang mendorong terwujudnya kreativitas inidvidu yaitu dorongan dari dalam diri sendiri dan dorongan dari lingkungan.

2.1.3 Dimensi dan Indikator Kreativitas

Dalam penelitian ini, dimensi kreativitas yang digunakan menurut Antonius Tanan dalam Suryana (2017:74) yaitu pencipta peluang (*opportunity creator*),

penemu (*innovator*), dan pengambil risiko yang diperhitungkan (*calculated risk taker*). Indikator-indikator pengukuran variabel kreativitas sebagai berikut:

1. Bersemangat, yaitu memiliki semangat yang tinggi untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
2. Berkembang, yaitu memiliki inovasi dalam mengembangkan produk/jasa.
3. Tekun, yaitu memiliki ketekunan yang lebih tinggi untuk mencurahkan semua perhatian terhadap usahanya.
4. Bersedia kerja keras, yaitu selalu ingin lebih unggul dan mengerjakan apa yang dilakukan dengan melebihi standar yang ada.
5. Berani memulai, yaitu optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuannya untuk menghadapi tantangan baru.
6. Tidak takut gagal atau rugi, yaitu berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa untuk mencapai atau mempunyai jiwa yang kreatif dapat melihat dari beberapa indikator yaitu bersemangat, berkembang, tekun, bersedia bekerja keras, berani memulai, dan tidak takut gagal.

2.1.4 Lingkungan Bisnis

Keberhasilan suatu usaha sebagian ditentukan oleh lingkungannya. Pada umumnya faktor lingkungan ini adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan. Menurut Alma (2017:9), ada beberapa faktor kritis yang berperan dalam membuka usaha baru, yaitu:

1. *Personal*, menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang,
2. *Sociological*, menyangkut masalah hubungan dengan keluarga dan sebagainya,
3. *Environmental*, menyangkut hubungan dengan lingkungan.

Pada dasarnya lingkungan organisasi/bisnis adalah segala hal yang mempengaruhi kegiatan organisasi/bisnis (Suratman, A 2021:1). Lingkungan bisnis adalah bagian dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan yang berpengaruh terhadap rumusan strategi bisnis dalam rangka meningkatkan kinerja bisnis. Lingkungan bisnis mendorong terjadinya transformasi pada suatu bisnis.

Tidak ada formula yang sederhana yang dapat memastikan kesuksesan di lingkungan bisnis (Amir, 2016:8).

Menurut Suryana (2017:134-136) bahwa lingkungan bisnis tidak bisa diabaikan begitu saja. Lingkungan bisnis dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya perusahaan. Lingkungan yang dapat mempengaruhi jalannya usaha adalah lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal adalah segala macam aspek yang mendukung atau juga dapat menjadi penghambat kegiatan operasional perusahaan. Lingkungan ini dapat digunakan untuk menentukan kekuatan (*Strength*) perusahaan, dan juga mengetahui kelemahan (*Weakness*) dari perusahaan. Lingkungan eksternal adalah segala sesuatu yang berada diluar batas organisasi dan mempengaruhi organisasi tersebut (Suratman, A 2021:2-3).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan bisnis diartikan sebagai seluruh pelaku dan kekuatan yang mempengaruhi kemampuan suatu usaha untuk melakukan aktivitasnya guna mencapai tujuan usaha.

2.1.5 Faktor-faktor Lingkungan Bisnis

Dalam literatur yang diperoleh dari beberapa artikel jurnal seperti yang dikemukakan Riyanto, S (2018:161), lingkungan bisnis yang dihadapi perusahaan perlu dianalisis, maksudnya adalah untuk mencoba mengidentifikasi peluang (*opportunities*) bisnis yang perlu dengan segera mendapat tanggapan dan perhatian eksekutif, dan disaat yang sama diarahkan untuk mengetahui ancaman (*threats*) bisnis yang perlu mendapatkan antisipasi. Lingkungan bisnis dapat digolongkan menjadi lingkungan internal (*internal environment*) dan lingkungan eksternal (*external environment*). Lingkungan internal dipengaruhi beberapa faktor, yaitu:

1. Tenaga kerja (*man*) adalah manusia yang menggunakan tenaga dan kemampuannya untuk mendapatkan balasan berupa pendapatan, baik berupa uang ataupun bentuk lainnya kepada perusahaan atau organisasi.
2. Modal (*money*) merupakan dana yang diperlukan untuk membiayai operasi bisnis.

3. Material/bahan baku (*material*), mengacu pada bahan baku yang digunakan dalam proses produksi.
4. Peralatan/perlengkapan produksi (*machine*) merupakan komponen pendukung yang membantu proses peningkatan nilai guna (produksi) demi terciptanya suatu output secara efektif dan efisien.
5. Metode (*methods*)/*Managerial methods* mengacu pada kemampuan *Entrepreneurship* yang dikembangkan oleh pengelola perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang termasuk lingkungan eksternal bisnis antara lain:

1. Pelanggan (*customer*), yaitu masyarakat umum (rumah tangga) yang berpotensi untuk mengkonsumsi output atau barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, organisasi bisnis, lembaga pemerintahan maupun organisasi non-profit lainnya.
2. Pemasok, adalah pihak yang menyediakan faktor-faktor produksi (pasokan) yang dibutuhkan perusahaan untuk memproduksi produk atau jasanya.
3. Perantara, yaitu suatu pihak yang berperan sebagai penyalur dari hasil produksi agar sampai kepada para pelanggan.
4. Pesaing, yaitu organisasi tertentu yang menawarkan barang dan jasa yang sama atau serupa kepada pelanggan atau prospek yang sama.
5. Kreditor, yaitu kelompok kepentingan tertentu yang mempengaruhi kegiatan organisasi dalam hal keuangan (finansial).
6. Pemerintah, yaitu badan atau perwakilan yang membuat peraturan perekonomian dalam tingkat lokal, daerah atau pusat sebagai penegak hukum yang berlaku serta peraturan yang berpengaruh terhadap kegiatan operasional organisasi. (Suratman, A 2021:2-5).

Dari penjelasan di atas lingkungan bisnis digolongkan menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal dipengaruhi faktor, yaitu tenaga kerja, modal, material, peralatan/perlengkapan, dan metode. Sedangkan

lingkungan eksternal dipengaruhi faktor pelanggan, pemasok, perantara, pesaing, kreditor, serta pemerintah. Lingkungan bisnis dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya usaha.

2.1.6 Dimensi dan Indikator Lingkungan Bisnis

Dimensi lingkungan bisnis yang digunakan menurut (Suratman, A 2021:13) yaitu lingkungan spesifik, lingkungan sosial (*societal environment*) dan lingkungan tugas (*task environment*). Berdasarkan berbagai teori mengenai lingkungan bisnis, maka indikator-indikator pengukuran variabel lingkungan bisnis adalah sebagai berikut :

1. Pesaing, yaitu usaha tertentu yang menawarkan barang dan jasa yang sama atau serupa kepada pelanggan atau prospek yang sama.
2. Pelanggan, yaitu seseorang yang berpotensi untuk mengkonsumsi output atau barang dan jasa yang dihasilkan.
3. Beradaptasi, yaitu mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis.
4. Relasi, yaitu membangun hubungan/ berkomunikasi dengan baik dengan pemangku kepentingan.

Berdasarkan dimensi dan indikator di atas bahwa untuk dapat menghadapi persaingan lingkungan bisnis yang berubah dapat melihat dari beberapa indikator diantaranya pelanggan, beradaptasi, relasi dan mengenal pesaing yang disesuaikan dengan kemampuan usaha untuk mengolahnya.

2.1.7 Keberhasilan Usaha

Seorang wirausahawan berorientasi kepada hasil. Setiap kegiatan yang dilakukan tentunya menginginkan sebuah pencapaian yang positif, terlepas dari proses yang telah dilaksanakan, dan keinginan untuk mencapai tujuan menjadi sasaran utama. Setiap hal yang dilakukan bertujuan untuk mencapai keberhasilan, mengingat persaingan dalam dunia bisnis sekarang sangatlah berat. Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari bagi wirausahawan.

Pengertian keberhasilan usaha menurut Noor (2013), Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari sebuah bisnis dalam mencapai tujuannya.

Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas didalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan.

Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi penuh dengan perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab (Suryana, 2017:108). Sukses adalah pencapaian/akumulasi dari proses panjang dan kerja keras. Seorang wirausaha dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif, untuk mencapai keberhasilannya.

Beberapa karakteristik yang diperlukan untuk mencapai pengembangan dan keberhasilan berwirausaha sebagai berikut:

Pertama, untuk menjadi wirausahaan yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko, baik berupa waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menghadapi risiko.

Kedua, apabila ingin sukses harus membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan, dan menjalankannya. Agar usaha tersebut berhasil, selain harus bekerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausahaan harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitra usaha maupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan. (Steinhoff & Burgess dalam Suryana 2017:108)

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan, keberhasilan usaha merupakan tujuan utama dari bagi wirausahawan, dimana suatu usaha dapat mencapai tujuan dengan menggunakan setiap sumber daya yang dimiliki dengan maksimal. Dan apabila ingin sukses, wirausahawan harus kreatif, memiliki gagasan, mimpi-mimpi, kerja keras, dan memiliki ilmu pengetahuan.

2.1.8 Faktor-faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2017:27-28), Karakteristik sikap dan perilaku yang diperlukan agar wirausaha dapat mencapai keberhasilan adalah sebagai berikut:

1. Komitmen dan tekad yang kuat, yaitu memiliki komitmen dan tekad yang bulat untuk mencurahkan semua perhatian terhadap usaha.
2. Bertanggung jawab, yaitu memiliki rasa tanggung jawab baik dalam mengendalikan sumber daya yang digunakan maupun tanggung jawab terhadap keberhasilan berwirausaha, oleh karena itu wirausahawan akan wawas diri secara internal.
3. Berobsesi untuk mencari peluang, yaitu berambisi untuk selalu mencari peluang.
4. Toleransi terhadap resiko dan ketidakpastian, yaitu belajar mengelola resiko dengan cara mentransfernya kepada pihak lain, seperti bank, investor, konsumen, pemasok, dan lain-lain.
5. Percaya diri, yaitu cenderung optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil.
6. Kreatif dan fleksibel, yaitu berdaya cipta dan luwes. Salah satu kunci penting adalah kemampuan untuk menghadapi perubahan permintaan.
7. Selalu menginginkan umpan balik yang segera, yaitu selalu ingin mengetahui hasil dari apa yang telah dikerjakannya.
8. Memiliki tingkat energi yang tinggi, wirausaha yang berhasil biasanya memiliki daya juang yang lebih tinggi dibanding kebanyakan orang.
9. Dorongan untuk selalu unggul, yaitu selalu ingin lebih unggul dan berhasil dalam mengerjakan apa yang dilakukan melebihi dari standar yang ada.
10. Berorientasi ke masa depan, untuk tumbuh dan berkembang, wirausaha selalu berpandangan jauh ke masa depan yang lebih baik.
11. Selalu belajar dari kegagalan, wirausaha yang berhasil tidak pernah takut gagal. Ia selalu memfokuskan kemampuannya pada keberhasilan.
12. Memiliki kemampuan dalam kepemimpinan, yaitu memiliki kemampuan untuk menggunakan pengaruh tanpa kekuatan serta memiliki taktik mediator dan negosiator.

Untuk mencapai keberhasilan usaha tentunya ada faktor-faktor yang mendorong atau hal yang harus dilakukan pemilik usaha, diantaranya komitmen dan tekad yang kuat, bertanggung jawab, mencari peluang, percaya diri, kreatif dan fleksibel, berorientasi ke masa depan, selalu belajar dari kegagalan, serta memiliki kemampuan dalam kepemimpinan.

2.1.9 Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha

Dalam penelitian ini, dimensi keberhasilan yang digunakan menurut Suryana (2017:108) yaitu modal, output produksi, volume penjualan, dan pendapatan. Berdasarkan berbagai teori mengenai keberhasilan usaha, maka indikator-indikator pengukuran variabel keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Pertambahan modal, yaitu pertambahan modal yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha.
2. Kualitas, yaitu produk/jasa yang dihasilkan memiliki tingkat mutu baik atau tidak.
3. Peningkatan jumlah pelanggan, yaitu adanya pertambahan jumlah pelanggan dalam kurun waktu tertentu.
4. Peningkatan pendapatan, yaitu pencapaian terhadap target pendapatan.

Berdasarkan dimensi dan indikator di atas, bahwa untuk mencapai suatu keberhasilan dalam melakukan kegiatan usaha dapat melihat dari beberapa indikator diantaranya modal, output yang diberikan, jumlah pelanggan, dan peningkatan pendapatan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.1 berikut:

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
1	Febriansyah & Muhajirin	Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas

	(2020)	Usaha Ukm Tenun Motif Renda Kota Bima	memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Variable Inovasi menunjukkan hal yang berbeda yaitu inovasi tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data kedua variabel yaitu kreativitas dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima.
2	Yoga Wahyu Priambudi Harahap (2020)	Pengaruh Lingkungan Bisnis Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Rumah Kos Di Kawasan Medan Selayang	Berdasarkan hasil penelitian Lingkungan bisnis dan inovasi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada rumah kos di Kawasan Medan Selayang.
3	Rosmala Dewi & Tati Herlina (2021)	Pengaruh Kreativitas Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Di Baturaja Timur Kabupaten Oku	Dari hasil penelitian menunjukkan secara parsial Kreativitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM kuliner di Baturaja Timur Kabupaten OKU, demikian juga kemampuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM kuliner di Baturaja Timur Kabupaten OKU. Secara simultan Kreativitas dan Kemampuan Kewirausahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM kuliner di Baturaja Timur Kabupaten OKU.
4	Muhammad Iqbal (2020)	Pengaruh Kreativitas Dan Lingkungan Bisnis Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Jok Mobil Di Kecamatan Medan Area, Medan Denai, Dan Medan Kota	Berdasarkan hasil penelitian, Variabel kreativitas (X ₁), lingkungan bisnis (X ₂) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pemilik usaha jok mobil. Variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pemilik

			usaha jok mobil. Variabel lingkungan bisnis positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pemilik usaha jok mobil, namun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan variabel Kreativitas
5	Siti Rosyafah (2018)	Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja (Studi Pada Ukm Produk Unggulan Di Sidoarjo)	Hasil penelitian menunjukkan, Lingkungan bisnis berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja usaha

Sumber: Diolah oleh peneliti (2022)

2.3 Kerangka Berpikir

2.3.1 Hubungan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Iqbal (2020), dimana peneliti tersebut menemukan bahwa kreativitas memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Demikian juga dengan penelitian Febriansyah & Muhajirin (2020), bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Dalam penelitian yang dilakukan Rosmala Dewi & Tati Herlina (2021), juga kreativitas mempunyai pengaruh signifikan dalam menciptakan keberhasilan usaha.

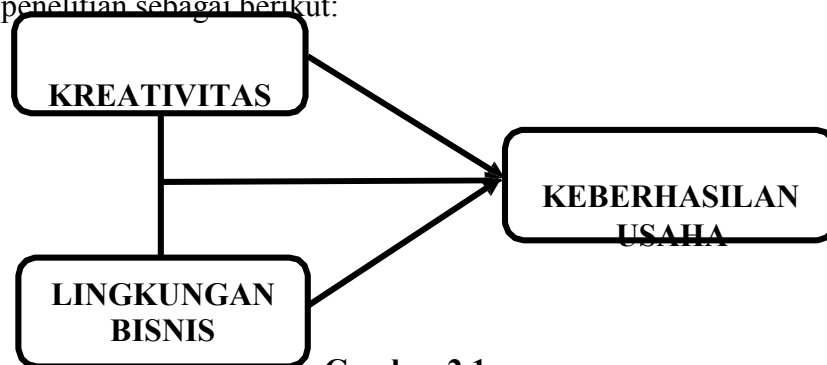
2.3.2 Hubungan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan penelitian Yoga (2020) menyatakan bahwa lingkungan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian tersebut memperoleh hasil yang sama dengan penelitian Iqbal (2020), dimana hasil penelitiannya menunjukkan variabel lingkungan bisnis positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Demikian juga dengan penelitian Rosyafah, S (2018), bahwa penelitian ini memperoleh hasil lingkungan bisnis berpengaruh positif signifikan untuk meningkatkan usaha.

2.3.3 Hubungan Kreativitas dan Lingkungan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha

Kreativitas penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif pada usaha. Lingkungan bisnis juga merupakan faktor penting dalam suatu usaha. Wirausahawan yang mampu memiliki kreativitas tinggi dengan menciptakan ide baru serta mampu mengatasi berbagai perubahan yang terjadi dari lingkungan bisnis akan mampu dalam meraih keberhasilan dalam usaha. Penelitian yang dilakukan Iqbal (2020) bahwa kreativitas dan lingkungan bisnis secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan uraian dari masing-masing variabel, maka dapat dibangun kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka berpikir yang dikemukakan di atas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.
2. Terdapat pengaruh lingkungan bisnis terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.
3. Terdapat pengaruh kreativitas dan lingkungan bisnis secara bersama-sama terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian diartikan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Dengan jenis penelitian asosiatif yaitu penelitian yang menghubungkan dua variabel atau lebih untuk mempelajari, mendeskripsi, mengungkapkan dan melihat pengaruh antar variabel yang terumus pada hipotesis penelitian (Sugiyono, 2017). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah kreativitas, lingkungan bisnis dan keberhasilan usaha.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pemilik usaha papan bunga di Kota Medan. Waktu penelitian dimulai dari bulan Oktober 2021 sampai dengan selesai.

3.3 Populasi

Menurut, Sugiyono (2017:135), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota Asosiasi Florist Medan berjumlah 120 anggota.

3.4. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2017:136). Sampel dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha papan bunga di Kota Medan. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{(1 + \frac{N}{k^2})}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Ukuran populasi

e : Perkiraan tingkat kesalahan adalah 10 persen

Sampel dalam penelitian ini yaitu:

Diketahui:

$N = 120$ dan $e = 0,1$

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

$$n = \frac{120}{(1 + (120(0,1^2)))}$$

$$n = \frac{120}{2,2}$$

$$n = 54,55$$

Jumlah sampel dibulatkan menjadi 55 responden

Tabel 3.1
Daftar Usaha Papan Bunga di Kota Medan

No.	Nama Florist	Alamat
1.	Jarum Florist	Jl. M. Nawi Harahap No.96 Simp. Limun Kec. Medan Amplas
2.	Gabe Florist	Jl Air Bersih Ujung No.197 Kec. Medan Denai
3.	Monica Florist	Jl. Aman 1 no 41 Kec. Medan Kota
4.	Karisma Florist	Jl. Denai no. 29 Kec. Medan Denai
5.	Tahta Florist	Jl Pengilar, Amplas Kec. Medan Amplas
6.	Matanari Florist	Jl. Panglima Denai No. 57 Kec. Medan Amplas

7.	Chieko Florist	Jl. Menteng 7 No.118 Kec. Medan Denai
8.	Gladys Florist	Jl.Turi Gang Tawar No. 3 Kec. Medan Denai
9.	Berkat Florist	Jl. Kapodang 2 No. 377 Tegal Sari Mandala II Kec. Medan Denai
10.	Bless Jaya Florist	Jl. Pelangi No.17 Teladan Kec. Medan Kota
11.	Regina Florist	Jl. Sisingamangaraja No. 55 C Kec. Medan Kota
12.	Rezeki Florist	Jl. Meteorologi Raya No. 32. Kec. Medan Tembung
13.	Kanaya Florist	Jl. Damai 41 A, Sitirejo II Kec. Medan Amplas
14.	Tupang Florist	Jl. Menteng Raya No. 370 Kec. Medan Denai
15.	Joys Florist	Jl. Panglima Denai No. 122-120 Kec. Medan Denai
16.	Lamsiho Florist	Jl Tangguk Bongkar 3 No. 27 Kec. Medan Denai
17.	Celine Florist	Jl. Garuda Raya No. 97, Tegal Sari Mandala II Kec. Medan Denai
18.	Bunda Florist	Jl. Medan Area Selatan No.19 Kec. Medan Area
19.	Tita Florist	Jl. Megawati No. 31 Kec. Medan Area
20.	Pardede Florist	Jl. Sidorukun No. 149 D Kec. Medan Timur
21.	Cincin Florist	Jl. Perjuangan No.49 B Kec. Medan Perjuangan
22.	Icha Florist	Jl. Tempuling No.79 B Kec. Medan Tembung
23.	Willow Florist	Jl. Danau Singkarak No. 115 Sei Agul Kec. Medan Baru
24.	Ramot Florist	Perumahan Griya Syafira Jl. Setia Budi No. 3 Kec. Medan Tuntungan
25.	Gratio Florist	Jl. Jamin Ginting No. 639 Kec. Medan Tuntungan
26.	Corah Florist	Jl. Kapiten Purba no. 6 Kec. Medan Tuntugan
27.	Anhaki Florist	Jl. Jamin Ginting no. 773 Kec. Medan Selayang
28.	Aknes Florist	Jl. Kol Yos Sudarso Km. 19,5 Kec.Medan Labuhan

29.	Affandi Florist	Jl. Karya Wisata No.77 Kec. Medan Johor
30.	Joen Florist	Jl. Brigjend Zein Hamid No. 55 Kec. Medan Johor
31.	Sarah Florist	Jl. SM Raja Km. 9,5 Kec. Medan Amplas
32.	Joina Florist	Jl. Menteng VII gg. Sepakat No. 32 Kec. Medan Denai
33.	Rossa Florist	Jl. Teratai 8 No. 1 Kec. Medan Polonia
34.	Ester Florist	Jl. Arteri Ringroad Psr II No. 36 Kec. Medan Selayang
35.	Wilma Florist	Jl. Hiu VII Kec. Medan Labuhan
36.	Iim Florist	Jl. Antariksa No. 40 Kec. Medan Polonia
37.	Frisa Florist	Jl Pembangunan Usu No.123 Kec. Medan Baru
38.	Yudha Florist	Jl. Kemiri Komplek D'City Blok A No. 3 Kec. Medan Helvetia
39.	Aksel Florist	Jl. Klambir V Tj. Gusta No. 2 Kec. Medan Helvetia
40.	Gi Ber Ka Florist	Jln. Flamboyanraya No. 21 Kec. Medan Tuntungan
41.	366 Florist	Jl. Jamin Ginting No. 639 Kec. Medan Baru
42.	Frisca Florist	Jl. Karya Wisata No. 900c Kec. Medan Johor
43.	Div Florist	Jl. Menteng VII no.122 Kec. Medan Denai
44.	Vanca Florist	Jl. Notes Lorong Gereja No. 41 Kec. Medan Petisah
45.	Cattleya Florist	Jl. Gereja No.51 Sei Agul Kec. Medan Baru
46.	Pasbon Florist	Jl. Kapten Muslim No. 146 Kec. Medan Helvetia
47.	Sheril Florist	Jl. Setia Budi Psr 4 Gg. Seroja Kec. Medan Johor
48.	Rose Florist	Jl. Avros Gg. Mancang No. 30 Kec. Medan Maimun
49.	Jaraz Florist	Jl. Titi Pahlawan No. 69 Kec. Medan Marelan
50.	Chika Florist	Jl. Psr 3 Krakatau Gg. Dahlia No. 1 Kec. Medan Perjuangan

51.	Anugrah Florist	Jl. Garuda Raya No. 18, Kec. Medan Denai
52.	Narwastu Florist	Jl. Mandala By Pass No. 54 Kec. Medan Tembung
53.	Blessing Florist	Jl. Setia Budi Pasar 5 Tj. Sari Kec. Medan Selayang
54.	Ringgo Florist	Jl. Eka Warni Komplek Rispa 1 Blok 5 No.9 Kec. Medan Johor
55.	Permata Florist	Jl. Raya Menteng No.290 A Kec. Medan Denai

Sumber: Data Asosiasi Florist Medan (2022)

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dikarenakan dalam populasi terdapat usaha papan bunga yang berada di luar Kota Medan. Teknik *purposive sampling* (Sugiyono 2017:144) merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yaitu sumber datanya adalah usaha papan bunga yang berada di lingkup Kota Medan.

3.6 Jenis Data Penelitian

3.6.1 Data Primer

Data primer adalah sebuah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017:222). Sumber data primer adalah melalui wawancara dan penyebaran kuesioner penelitian kepada responden penelitian.

3.6.2 Data Sekunder

Sugiyono (2017:222) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung diberikan kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian adalah buku, artikel jurnal, dan data-data lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.7 Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandangannya mengenai kreativitas dan lingkungan terhadap keberhasilan usaha.

3.8 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam menjelaskan variabel yang dimaksudkan pada penelitian ini, maka perlu definisi operasional variabel dari masing-masing variabel untuk pemahaman dalam penelitian. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberhasilan usaha dan variabel independen adalah kreativitas dan lingkungan bisnis. Keberhasilan usaha merujuk pada Suryana (2017:108). Dan variabel kreativitas merujuk pada Antonius Tanan dalam Suryana (2017:74), serta variabel lingkungan bisnis merujuk pada (Suratman, A 2021:13).

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran
Kreativitas (X ₁)	Kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersemangat 2. Berkembang 3. Tekun 4. Bersedia Kerja Keras 5. Berani memulai 6. Tidak takut gagal atau rugi 	Skala Likert
Lingkungan Bisnis (X ₂)	Lingkungan bisnis adalah segala hal yang mempengaruhi kegiatan organisasi/bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing 2. Pelanggan 3. Beradaptasi 4. Relasi 	Skala Likert
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari sebuah bisnis dalam mencapai tujuannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertambahan Modal 2. Kualitas 3. Peningkatan Jumlah Pelanggan 4. Peningkatan Pendapatan 	Skala Likert

Sumber: Diolah oleh peneliti (2022)

3.9 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengembangkan instrument yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek (Sugiyono, 2017:165). Dalam penelitian ini, peneliti memberikan lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai 5 yang dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:166)

3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.10.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2018:51) digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas ini dilakukan kepada 30 responden diluar dari pada sampel dan dilakukan pada usaha papan bunga yang di Medan. Dengan $n=30$, $df = n-2 = 30-2=28$, dan $\alpha = 0.05$ diperoleh $r_{tabel} = 0,361$. Kriteria validitas yaitu jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif maka pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 3.4
Uji Validitas Variabel Kreativitas (X₁)

Pernyataan	r hitung	Keterangan
1	0,610	Valid
2	0,891	Valid
3	0,909	Valid
4	0,910	Valid
5	0,933	Valid
6	0,902	Valid
7	0,920	Valid

8	0,939	Valid
9	0,890	Valid
10	0,911	Valid
11	0,574	Valid
12	0,424	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 3.5
Uji Validitas Variabel Lingkungan Bisnis (X₂)

Pernyataan	r hitung	Keterangan
1	0,529	Valid
2	0,600	Valid
3	0,893	Valid
4	0,830	Valid
5	0,915	Valid
6	0,902	Valid
7	0,910	Valid
8	0,738	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Tabel 3.6
Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha (Y)

Pernyataan	r hitung	Keterangan
1	0,491	Valid
2	0,768	Valid
3	0,815	Valid
4	0,866	Valid
5	0,839	Valid
6	0,889	Valid
7	0,809	Valid
8	0,921	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Pada Tabel 3.4 dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361), bernilai positif, sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan adalah valid. Pada Tabel 3.5 dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361), bernilai positif, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan adalah valid. Pada Tabel 3.6 dinyatakan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361), bernilai positif, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa seluruh butir pernyataan pada kuesioner dalam penelitian ini valid.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Ghozali (2018:45) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
X ₁	0,962	12	Reliabel
X ₂	0,937	8	Reliabel
Y	0,942	8	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 3.7 diketahui nilai *Cronbach's Alpha* pada X₁ sebesar (0,964) $> 0,70$; X₂ sebesar (0,941) $> 0,70$ dan Y sebesar (0,947) $> 0,70$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan pada penelitian ini adalah reliabel dan dapat disebarkan kepada responden.

3.11 Uji Asumsi Klasik

3.11.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali, 2018:161).

3.11.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari satu residual pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut sebagai *Homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *Heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah yang dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

3.11.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Multikolinearitas* terjadi jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 dalam model (Ghozali, 2018:108).

3.12 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yang terdiri atas kreativitas (X_1) dan lingkungan bisnis (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keberhasilan Usaha

X_1 : Kreativitas

X_2 : Lingkungan Bisnis

α : Konstanta

b_1 - b_2 : Koefisien regresi X_1 dan X_2

e : Standar eror

3.12.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kreativitas tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha papan bunga, lingkungan bisnis tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha papan bunga di Kota Medan.

$$H_1 : b_i \neq 0$$

Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha papan bunga, lingkungan bisnis berpengaruh terhadap keberhasilan usaha papan bunga di Kota Medan.

Kriteria penerimaan atau penolakan H_0 yaitu sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $\text{sig. } t > \alpha (0,05)$
2. H_0 ditolak (H_1 diterima), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $\text{sig. } t < \alpha (0,05)$

3.12.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji Signifikan Simultan/ Uji Serentak (Uji-F) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya secara bersama-sama tidak terdapat signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu kreativitas dan lingkungan bisnis secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.

$$H_1 : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu kreativitas dan lingkungan bisnis

secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada usaha papan bunga di Kota Medan.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $\text{sig. } F > \alpha (0,05)$
2. H_0 ditolak (H_1 diterima), jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $\text{sig. } F < \alpha (0,05)$

3.12.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).