

## PENGARUH KREATIVITAS WIRAUSAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KOPI ROBUSTA DI DESA LEMAHBANG KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PASURUAN

Nella Novitasari<sup>1</sup>, Etta Mamang Sangadji<sup>2</sup>, Nunuk Indarti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas PGRI Wiranegara

Jl. Ki Hajar Dewantara No. 27-29, Tembokrejo, Purworejo, Pasuruan, Jawa Timur

e-mail: <sup>1</sup>[nellanovitasari243@gmail.com](mailto:nellanovitasari243@gmail.com), <sup>2</sup>[sangadji\\_23@yahoo.com](mailto:sangadji_23@yahoo.com), <sup>3</sup>[nunukindarti53@gmail.com](mailto:nunukindarti53@gmail.com)

### ABSTRAK

Keberhasilan usaha kopi robusta di Desa Lemahbang, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan sangat dipengaruhi oleh kreativitas wirausaha dan inovasi produk. Kreativitas wirausaha yang mencakup kemampuan mengidentifikasi peluang dan merancang strategi inovatif memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan produk kopi yang unik dan menarik, meningkatkan daya tarik pasar, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Inovasi produk juga memainkan peran krusial dalam meningkatkan kualitas dan keunikan produk, yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan perluasan pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan path analysis, melibatkan 45 responden dari populasi 180 pengusaha kopi robusta. Hasil analisis, yang melibatkan uji t dan uji F, menunjukkan bahwa baik kreativitas wirausaha maupun inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kopi robusta, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya kedua faktor tersebut dalam mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri kopi robusta.

**Kata kunci:** Kreativitas Wirausaha, Inovasi Produk, Keberhasilan Usaha

### ABSTRACT

*The success of the robusta coffee business in Lemahbang Village, Sukorejo District, Pasuruan Regency is greatly influenced by entrepreneurial creativity and product innovation. Entrepreneurial creativity, which includes the ability to identify opportunities and design innovative strategies, enables business actors to create unique and attractive coffee products, increase market appeal, and strengthen relationships with customers. Product innovation also plays a crucial role in improving product quality and uniqueness, which contributes to customer satisfaction and expanding market share. This study uses a quantitative approach with path analysis, involving 45 respondents from a population of 180 robusta coffee entrepreneurs. The results of the analysis, which involved t-tests and F-tests, showed that both entrepreneurial creativity and product innovation had a positive*

### Article History

Received: September 2024

Reviewed: September 2024

Published: September 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

**Copyright : Author**

**Publish by : Musytari**



This work is licensed under

a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Attribution-NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

*and significant effect on the success of the robusta coffee business, both partially and simultaneously. This study underlines the importance of both factors in achieving long-term success in the robusta coffee industry.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Creativity, Product Innovation, Business Success*

## 1. PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia memainkan peran krusial dalam krisis ekonomi, di mana usaha besar sering mengalami kemerosotan. UMKM terbukti lebih adaptif dalam menghadapi tantangan ekonomi dan memiliki keunggulan dalam menciptakan nilai tambah pada produk mereka, yang menarik bagi konsumen (Irmayana dkk., 2023). Untuk berhasil dan bersaing, pengusaha perlu memiliki kreativitas tinggi, yang memungkinkan mereka mengubah ide menjadi inovasi baru dan menawarkan produk unik (Riany & Dahmiri, 2020). Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan ide baru melalui proses berpikir kreatif, yang penting untuk menciptakan produk yang lebih baik, lebih efektif, dan lebih bermanfaat bagi masyarakat (Suryana, 2010; Suherman, 2008).

Inovasi, menurut Drucker (2012), melibatkan perubahan dalam menciptakan produk baru atau proses yang lebih berkembang, sementara kreativitas adalah kemampuan untuk menerapkan ide baru dalam pemecahan masalah (Ernani, 2011; Raeny D.S, 2013). Proses inovasi memerlukan sikap kewirausahaan seperti kepercayaan diri, inisiatif, dan kemampuan mengambil risiko (Suryana, 2003). Dalam konteks usaha kopi robusta, kreativitas wirausaha sangat penting untuk membedakan produk di pasar yang kompetitif. Misalnya, inovasi dalam pengolahan biji kopi, desain kemasan, atau strategi pemasaran kreatif seperti kampanye media sosial dapat meningkatkan daya tarik produk dan loyalitas pelanggan (Aries dkk., t.t.).

Inovasi produk memainkan peran krusial dalam keberhasilan usaha kopi robusta dengan memperkenalkan variasi rasa seperti karamel atau coklat dan mengadopsi kemasan ramah lingkungan, yang dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Hidayat dkk., 2023). Diversifikasi produk, seperti pengembangan kopi siap minum dan minuman berbasis kopi robusta yang unik, serta penggunaan teknologi modern dalam pengolahan kopi, juga penting untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan kualitas produk. Teknologi seperti mesin roasting canggih dan aplikasi digital untuk pemesanan online dapat meningkatkan efisiensi operasional dan hubungan dengan pelanggan, mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang (Utari, 2023; Harvard Business Review).

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lemahbang, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan, dengan fokus pada Bapak Andri Saputra, seorang pengusaha kopi robusta yang lahir pada 2 Februari 1992. Setelah merasa jenuh dengan pekerjaan di perusahaan, Bapak Andri memutuskan untuk memulai usaha kopi robusta dengan mengolah biji kopi menjadi bubuk kemasan dengan variasi rasa. Ia mempromosikan produknya di pasar lokal, toko-toko kecil, dan media sosial, terus melakukan inovasi berdasarkan masukan konsumen, dan menawarkan produk dalam berbagai varian rasa dan kemasan. Usahanya berkembang pesat, meluas ke pasar luar kota, berkat kualitas produk yang terjaga dan inovasi yang terus menerus, sehingga mendapatkan tempat di masyarakat dan banyak diminati.

Usaha kopi robusta yang dijalankan oleh pelaku usaha berhasil mencapai kesuksesan dengan omset bulanan mencapai puluhan juta rupiah. Dimulai dari modal awal sebesar Rp. 8.000.000, pelaku usaha mampu memperoleh penghasilan Rp. 11.000.000 dan terus menginvestasikan keuntungan untuk pengembangan usaha. Keberhasilan ini mencerminkan pencapaian yang diimpikan pelaku usaha dan menjadi inspirasi bagi peneliti. Peneliti tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam inovasi yang diterapkan oleh pelaku usaha kopi robusta, yang telah berkembang pesat dan memasuki pasar internasional, serta mengangkat kopi robusta Indonesia ke tingkat global.

Berdasarkan hal ini, peneliti memilih judul penelitian: "Pengaruh Kreativitas Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kopi Robusta Di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan."

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009: 14). Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi (pengamatan), instrumen berupa kuesioner atau angket dan studi dokumentasi sebagai alat untuk mengumpulkan data yang diambil dari sampel yang berasal dari populasi. Kemudian dilakukan uji coba instrumen, uji validitas, dan uji reliabilitas.

pemilik usaha Kopi Robusta (UMKM) di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan yang berjumlah 180 pemilik usaha. Peneliti menggunakan 25% dari populasi. Dengan jumlah populasi 180 Produsen, jumlah sampel yang akan di gunakan dalam penelitian ini berjumlah 45 Produsen. Adapun sampel dalam penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Sampel Penelitian

No	Nama Dusun	Jumlah Produsen x 25%	Sampel
1.	Lemahbang	$25 \times \frac{25}{100} = 6,25$	6
2.	Telebuk	$30 \times \frac{25}{100} = 7,5$	8
3.	Tambak	$25 \times \frac{25}{100} = 6,25$	6
4.	Jombor Atas	$25 \times \frac{25}{100} = 6,25$	6
5.	Jombor Bawah	$35 \times \frac{25}{100} = 8,75$	9
6.	Bunder Palang	$40 \times \frac{25}{100} = 10$	10
<b>Total</b>			<b>45</b>

Sumber : Data diolah oleh peneliti, tahun 2024

Data diambil dari responden dengan menggunakan kuesioner (angket) tertutup. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen skala likert. Responden menilai setiap pertanyaan dengan menggunakan skala likert 5 poin. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan program aplikasi *SPSS (Statistic Product and Service Solution) 25 for windows* untuk menguji dan mengetahui hasil penelitian ini. Adapun uji analisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif; uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas; analisis regresi linear berganda; uji hipotesis: meliputi uji parsial (Uji t), uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN****a. Hasil Analisis Data****1) Analisis Statistik Deskriptif****a) Kreativitas Wirausaha (X1)****Tabel 2** Distribusi Frekuensi Kreativitas Wirausaha (X1)

ITEM (X1)	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	26	58%	13	29%	6	13%	0	0	0	0
2.	25	56%	14	31%	6	13%	0	0	0	0
3.	28	62%	13	29%	4	9%	0	0	0	0
4.	27	60%	16	36%	2	4%	0	0	0	0
5.	27	60%	12	27%	6	13%	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>133</b>		<b>68</b>		<b>24</b>		<b>-</b>		<b>-</b>	

**Sumber:** Hasil pengolahan menggunakan SPSS 25

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 133 jawaban, yang menyatakan setuju sebanyak 68 jawaban, dan menyatakan netral sebanyak 24 jawaban. Dengan 5 jumlah item pernyataan dan total jawaban responden sebanyak 45 dengan tingkat frekuensi 100%, maka menunjukkan bahwa responden telah menjawab instrument penelitian yang telah disediakan peneliti. Untuk memperjelas data dari seluruh item pernyataan pada variabel X1, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3** Distribusi Frekuensi Lanjutan Kreativitas Wirausaha (X1)

No	Kriteria	F	F(%)
1.	Sangat Setuju	27	59%
2.	Setuju	13	30%
3.	Netral	5	11%
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

**Sumber:** diolah oleh peneliti, tahun 2024

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa jawaban terbesar responden adalah menjawab sangat setuju dengan persentase 59% dan terendah adalah tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%.

## b) Inovasi Produk (X2)

**Tabel 4** Distribusi Frekuensi Inovasi Produk (X2)

ITEM (X2)	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	25	56%	15	33%	5	11%	0	0	0	0
2.	24	53%	12	27%	9	20%	0	0	0	0
3.	27	60%	11	24%	7	16%	0	0	0	0
4.	25	100%	15	33%	5	11%	0	0	0	0
5.	29	64%	10	22%	5	11%	0	0	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>		<b>63</b>		<b>31</b>		<b>-</b>		<b>1</b>	

Sumber: Hasil pengolahan menggunakan SPSS 25

Tabel 4 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 130 jawaban, yang menyatakan setuju sebanyak 63 jawaban, menyatakan netral sebanyak 30 jawaban dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 jawaban. Dengan 5 jumlah item pernyataan dan total jawaban responden sebanyak 45 dengan tingkat frekuensi 100%, maka menunjukkan bahwa responden telah menjawab instrument penelitian yang telah disediakan peneliti. Untuk memperjelas data dari seluruh item pernyataan pada variabel X2, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

**Tabel 5** Distribusi Frekuensi Lanjutan Inovasi Produk (X2)

No	Kriteria	F	F(%)
1.	Sangat Setuju	26	58%
2.	Setuju	13	28%
3.	Netral	6	14%
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber: diolah oleh peneliti, tahun 2024

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa jawaban terbesar responden adalah menjawab sangat setuju dengan persentase 58% dan terendah adalah tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%.

## c) Keberhasilan Usaha (Y)

**Tabel 6** Distribusi Frekuensi Keberhasilan Usaha (Y)

ITEM (Y)	SS		S		N		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	24	53%	17	38%	4	11%	0	0	0	0
2.	25	56%	14	31%	6	20%	0	0	0	0
3.	27	60%	11	24%	7	16%	0	0	0	0
4.	25	56%	9	20%	11	24%	0	0	0	0
5.	25	56%	12	27%	8	18%	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>126</b>		<b>63</b>		<b>36</b>		<b>-</b>		<b>-</b>	

Sumber: Hasil pengolahan menggunakan SPSS 25

Tabel 6 menunjukkan bahwa responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 126 jawaban, yang menyatakan setuju sebanyak 63 jawaban, menyatakan netral sebanyak 40 jawaban. Dengan 5 jumlah item pernyataan dan total jawaban responden sebanyak 45 dengan tingkat frekuensi 100%, maka menunjukkan bahwa responden telah menjawab instrument penelitian yang telah disediakan peneliti. Untuk memperjelas data dari seluruh item pernyataan pada variabel Y, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 7** Distribusi Frekuensi Lanjutan Keberhasilan Usaha (Y)

No	Kriteria	F	F(%)
1.	Sangat Setuju	25	56%
2.	Setuju	13	28%
3.	Netral	8	16%
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
<b>Total</b>		<b>45</b>	<b>100%</b>

**Sumber:** diolah oleh peneliti, tahun 2024

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa jawaban terbesar responden adalah menjawab sangat setuju dengan persentase 56% dan terendah adalah tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan persentase sebesar 0%.

## 2) Hasil Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

**Tabel 8** Uji Normalitas *One Sample Kolmogrov Smirnov*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.09784200
Most Extreme Differences	Absolute	.155
	Positive	.155
	Negative	-.140
Test Statistic		.155
Asymp. Sig. (2-tailed)		.008 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 8 diperoleh *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,008 maka bisa dikatakan data yang diperoleh berdistribusi normal.

## b) Uji Multikolinearitas

**Tabel 9** Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.451	2.742		.894	.376		
	KREATIVITASWIRUSAHA A	.124	.161	.105	.771	.445	.521	1.918
	INOVASIPRODUK	.757	.148	.696	5.121	.000	.521	1.918

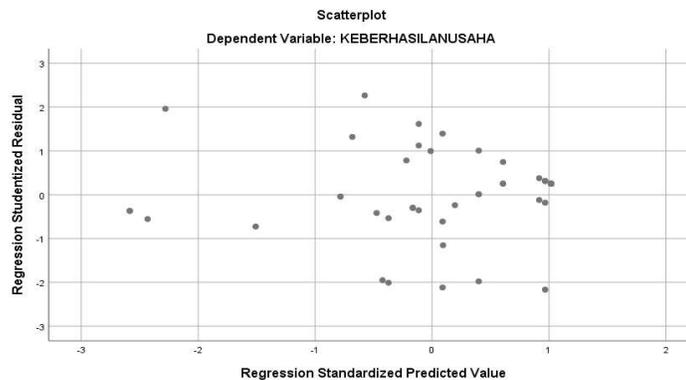
a. Dependent Variable: KEBERHASILANUSAHA

**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 9 dilihat nilai VIF untuk semua variabel kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi dan syarat tidak adanya multikolinearitas telah terpenuhi.

## c) Uji Heteroskedastisitas

**Grafik 1** Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatter Plot*



**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Dari grafik 1 dapat dilihat bahwa grafik terlihat titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3) Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 10** Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.451	2.742		.894	.376
	KREATIVITASWIRUSAHA	.124	.161	.105	.771	.000
	INOVASI PRODUK	.757	.148	.696	5.121	.000

a. Dependent Variable: KEBERHASILANUSAHA

**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 10 diatas menunjukkan koefisien  $\beta$  merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$
$$Y = 2,451 + 0,124 X_1 + 0,757 X_2 + e$$

Penjelasan fungsi regresi linier berganda di atas sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,451, yang artinya jika variabel kreativitas wirausaha ( $X_1$ ), inovasi produk ( $X_2$ ) dan keberhasilan usaha ( $Y$ ) nilainya adalah nol (0) atau tidak mempunyai pengaruh, maka variabel keberhasilan usaha ( $Y$ ) sebesar 2,451.
2. Koefisien regresi variabel ( $X_1$ ) kreativitas wirausaha sebesar 0,124 yang artinya jika ( $X_1$ ) kreativitas wirausaha naik satu-satuan, maka keberhasilan usaha ( $Y$ ) akan naik sebesar 0,124 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi variabel ( $X_2$ ) inovasi produk sebesar 0,757 artinya setiap naik satu kesatuan inovasi produk akan menaikkan 0,757 keberhasilan usaha ( $Y$ ) dengan asumsi variabel lain tetap.

#### 4) Uji Hipotesis

##### a) Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 11** Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Secara Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.451	2.742		.894	.376
	QX1TOTAL	.124	.161	.105	1.771	.000
	QX2TOTAL	.757	.148	.696	5.121	.000

a. Dependent Variable: QY1TOTAL

**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan Nilai ttabel adalah sebesar 2,018, thitung>ttabel yaitu 0,771>2,018 dengan nilai signifikansi t (0,000) < a = 0,05 maka H0 ditolak. Maka dapat di simpulkan keberhasilan usaha ( $Y$ ) di pengaruhi secara signifikansi oleh variabel kreativitas wirausaha ( $X_1$ ).

Berdasarkan tabel 11 menunjukkan Nilai ttabel adalah 2,018, thitung>ttabel yaitu 5,121>2,018 dengan nilai signifikansi t (0,000) < 0,05 maka H0 ditolak. Maka dapat di simpulkan keberhasilan usah ( $Y$ ) di pengaruhi secara signifikansi oleh variabel inovasi produk ( $X_2$ ).

## b) Uji Simultan (Uji F)

Tabel 12 Hasil Analisis ANOVA Regresi Linier Berganda Secara Simultan

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	263.365	2	131.682	30.961	.000 <sup>b</sup>
	Residual	178.635	42	4.253		
	Total	442.000	44			

a. Dependent Variable: KEBERHASILANUSAHA

b. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, KREATIVITASWIRUSAHA

**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 12 nilai F hitung sebesar 30,961. Maka dapat diketahui bahwa Fhitung > Ftabel (30,961 > 3,220). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kreativitas wirausaha dan inovasi produk.

## c) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sub>2</sub>)

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 <sup>a</sup>	.596	.577	2.06233

a. Predictors: (Constant), INOVASI PRODUK, KREATIVITASWIRUSAHA

**Sumber:** Data diolah peneliti menggunakan program SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 13 *model summary* di atas, menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,596 hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh X1, X2, Y secara simultan 0,596 x 100% = 59,6% dan sisanya 100% - 59,6% = 40,4% dipengaruhi hal-hal lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini.

## b. Pembahasan

### 1) Pengaruh Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini dibuktikan dengan 56% (25 responden) sangat setuju dan 28% (13 responden) setuju bahwa kreativitas wirausaha mempengaruhi keberhasilan. Uji hipotesis menunjukkan t hitung sebesar 1,771 lebih besar dari t tabel 1,682 (1,771 > 1,682) dan nilai signifikan t (0,000) <  $\alpha = 0,05$ , sehingga H0 ditolak, yang berarti kreativitas wirausaha (X1) secara signifikan mempengaruhi keberhasilan usaha (Y) di Desa Lemahbang, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan.

Analisis statistik deskriptif menunjukkan rata-rata kreativitas wirausaha termasuk dalam kriteria tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila semakin maksimal pengusaha dalam menerapkan kreativitas yang dimilikinya akan semakin baik pula hasil usaha yang dicapai.

## 2) Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Ini dibuktikan dengan 58% (26 responden) yang sangat setuju dan 28% (13 responden) yang setuju bahwa inovasi produk meningkatkan peluang keberhasilan usaha. Hasil uji hipotesis menunjukkan  $t$  hitung sebesar 5,121 lebih besar dari  $t$  tabel 1,682 ( $5,121 > 1,682$ ) dan nilai signifikansi  $t$  ( $0,000 < \alpha = 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak. Artinya, inovasi produk ( $X_2$ ) secara signifikan mempengaruhi keberhasilan usaha ( $Y$ ) di Desa Lemahbang, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan.

Analisis statistik deskriptif menunjukkan rata-rata inovasi produk termasuk dalam kriteria tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa inovasi produk yang terus dikembangkan akan mempengaruhi keberhasilan usaha menjadi semakin baik.

## 3) Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kopi Robusta Di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ke dua variabel yaitu kreativitas wirausaha ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha ( $Y$ ). Dilihat dari hasil uji hipotesis nilai  $F$  hitung 30,961 dimana nilai ini lebih besar dari  $F$  tabel yaitu 2,82 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa sebesar 0,596. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh kreativitas wirausaha ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_2$ ) terhadap keberhasilan usaha secara simultan  $0,596 \times 100\% = 59,6\%$  dan sisanya  $100\% - 59,6\% = 40,4\%$  di pengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini. Dari hasil keseluruhan memiliki arti bahwa variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap  $Y$  baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian Septian Adi Kurnia (2020) dan Nella Novitasari (2024) menunjukkan kesamaan dalam menggunakan metode kuantitatif untuk meneliti pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha. Kurnia meneliti industri marmer di Tulungagung, sedangkan Novitasari fokus pada usaha kopi robusta di Pasuruan. Keduanya menemukan bahwa inovasi dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

### a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh kreativitas wirausaha secara parsial terhadap keberhasilan usaha kopi robusta di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo Pasuruan.
2. Ada pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap keberhasilan usaha kopi robusta Di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo Pasuruan.
3. Ada pengaruh kreativitas wirausaha dan inovasi produk secara simultan terhadap keberhasilan kopi robusta Di Desa Lemahbang Kecamatan Sukorejo Pasuruan.

### b. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan hasil penelitian, ditemukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha: Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengusaha kopi robusta di Desa Lemahbang, Sukorejo, Pasuruan, untuk meningkatkan keberhasilan usaha dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi terkait kreativitas wirausaha, inovasi produk, dan keberhasilan usaha.
3. Bagi Pihak Lain: Diharapkan bermanfaat dalam memberikan informasi, menambah pengetahuan, dan menjadi referensi bagi pengkajian topik serupa di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agrosamdhyo, R., & Mansur, E. (2018). *Bisnis Mahasiswa Wirausahawan Berhasil Sebagai Centre Of Excellence Pendidikan Kewirausahaan Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Denpasar – Bali*. Jurnal Hukum Islam.
- Aries, H., Suharto, A., & Diansari, T. (t.t.). *Pengaruh Pendidikan, Pengalaman, dan Mental Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha*.
- Arikunto, S. (1998). *Pendekatan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiyanto, A. T. (2022). *Pengaruh Kreativitas, Motivasi, Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada UMKM Makanan Di Kota Magelang)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Fauzani, M. H. (2022). *Pengaruh Inovasi Model Bisnis Terhadap Kinerja Umkm Melalui Keunggulan Bersaing Pada Coffee Shop Di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Fitri, E. (2021). *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan 202*.
- Hidayat, Y. A., Siregar, L. S., & Kurniani, K. (2023). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Pada Kinerja Bisnis UMKM Kopi Temanggung*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 11(1), 190–204. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.190-204>
- Irmayana, A., Dwiyantri, D., & Patricia, A. G. (2023). *Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM*. 10.
- Kalil, K., & Aenurohman, E. A. (2020). *Dampak kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di kota Semarang*. Jurnal Penelitian Humaniora, 21(1), 69-77.
- Kurnia, S. A. (2020). *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Sentra Industri Marmer Di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung*.
- Kurniawan, M. F. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Coffee di Foresthree Coffee Kediri (Doctoral dissertation, IAIN Kediri)*.
- Nurdin, N., Pettalongi, S. S., Askar, A., & Hamka, H. (2021). *E-learning Adoption and Use Hype Cycle during Covid-19 Outbreak (A Longitudinal Survey)*. IJIE (Indonesian Journal of Informatics Education), 5(2), 68-78.
- Putri, A., Hariance, R., & Nofialdi, N. (2017). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk Pada Agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi*. Jurnal Lahan Suboptimal: Journal of Suboptimal Lands, 6(1), 1-6.
- Rafli, A. (2022). *Pengaruh Variasi Menu Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Cafe Rumah 21 Coffee Kota Jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Riany, A. I., & Dahmiri, D. (2020). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Wedding Organizer Hastina Puspita Decoration Kota Jambi)*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 9(2), 94–104. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i2.12038>
- Susanto, H. (2022). *Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Percetakan Di Sampit*. Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan, 7(1), 46-56.

- Sulaeman, I. (2021). *Pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap kemajuan usaha pada Roemah Brownies Gemirasary Bandung*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JPPM), 2(3), 551-560.
- Syamsuri, A. R., Puspita, R., Lorenza, V., & Alfian, R. N. (2021). *Kreativitas Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Opak Desa Pegajahan Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal Bisnis Mahasiswa, 1(2), 236-245.
- Triyana, U., & Setiawardani, M. (t.t.). *Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Industri Kreatif Sektor Usaha Minuman Thai Tea Di Kota Bandung*.
- Utari, D. (2023). *Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Florist di Kecamatan Medan Selayang*.