

The Influence of Creativity and Innovation of Wuluh Starfruit Processed Products on Consumer Purchase Interest in Entrepreneurship Subjects

Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Olahan Buah Belimbing Wuluh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mata Pelajaran Kewirausahaan

Ni Putu Evy Puspita Dewi¹, I Putu Pranatha Sentosa^{2*}, Ni Made Erpia Ordani Astuti³

^{1,2,3}Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Universitas Dhyana Pura, Bali, Indonesia

(* Corresponding Author: pranathasentosa@undhirabali.ac.id)

Article info

Keywords:

Product creativity, innovation, entrepreneurship, belimbing wuluh, buying interest.

Abstract

This study aimed to determine the effect of product creativity and innovation of *belimbing wuluh* processed products on consumer buying interest in entrepreneurship subjects. This type of research is causal associative research with quantitative techniques. The sampling technique used is purposive sampling by the research subjects being students of class XI Catering number 1 at SMK Pariwisata Triatma Jaya Badung, with the total of 33 students. The analysis technique used is multiple linear regression to determine the relationship between the independent and the dependent variable. The result of the research was that product creativity affects consumer buying interest with a percentage of 82.2%. Product innovation created the consumer buying interest with a total ratio of 83.1%, and the two variables simultaneously affected consumer buying interest with a percentage were 52.1% and 47.9% influenced by other variables. The conclusion was that there was an influence between creativity and innovation of processed *belimbing wuluh* products on consumer buying interest in entrepreneurship subjects.

Kata kunci:

Kreativitas produk, inovasi, kewirausahaan, belimbing wuluh, minat beli.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk olahan buah belimbing wuluh terhadap minat beli konsumen dalam mata pelajaran kewirausahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kuasal dengan teknik kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *porposive sampling* dengan subjek penelitian yaitu siswa kelas XI Tata Boga 1 di SMK Pariwisata Triatma Jaya Badung yang berjumlah 33 orang. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari penelitian ini bahwa kreativitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan persentase 82,2%. Inovai ptdok berpengaruh terhadap minat beli konsumen

dengan jumlah persentase 83,1% dan kedua variabel tersebut berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen dengan persentase 52,1% dan 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Simpulan yang diperoleh adalah bahwa terdapat pengaruh antara kreativitas dan inovasi produk olahan buah belimbing wuluh terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan.

PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah penyelenggara pendidikan yang menghasilkan lulusan yang siap bekerja di masyarakat. Pembelajaran di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) lebih menjurus ke praktik sehingga peserta didik dapat berfokus pada jurusan yang mereka pilih. Dunia pendidikan di Indonesia terutama di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki salah satu keunggulan dimana peserta didik diberikan mata pelajaran kewirausahaan yang langsung diimplementasikan dalam kesehariannya. Menurut Rosyanti dan Irianto (2019:588) pendidikan kewirausahaan merupakan usaha terencana dan aplikatif untuk meningkatkan pengetahuan, intensi atau niat dan kompetensi peserta didik untuk mengembangkan potensi dirinya dengan diwujudkan dalam perilaku kreatif, inovatif dan berani mengambil serta mengelola resiko. Seorang wirausaha adalah mereka yang memiliki pemikiran yang kreatif dan inovatif. Melalui kewirausahaan peserta didik dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat menghasilkan keuntungan. Seorang wirausaha yang sukses yaitu mereka yang mampu memiliki ide kreatif dan inovatif sehingga dapat menghasilkan produk yang baru. Indonesia memiliki banyak sumber daya alam diantaranya sumber energi, bahan bakar, pembangkit listrik, hewan dan tumbuhan yang dapat dijadikan sebagai ide usaha. Salah satu sumber daya alam dari tumbuhan yaitu buah belimbing wuluh. Buah belimbing wuluh adalah buah yang memiliki rasa asam dan buah ini hanya dimanfaatkan untuk penambah rasa pada masakan tertentu. Pemanfaatan buah belimbing wuluh yang tidak optimal menjadikan buah ini menjadi limbah. Sebagai generasi muda kita harus mampu memanfaatkan sumber daya alam yang ada di lingkungan sekitar, agar bisa dijadikan sebagai salah satu kreativitas dan menghasilkan inovasi baru yang unik. Banyak produk makanan yang ada di pasaran namun belum ada yang menjual produk dengan olahan buah belimbing wuluh. Melalui pengembangan kreativitas yang merubah buah belimbing wuluh menjadi produk olahan yang lebih menarik dapat membuka suatu peluang usaha. Melalui ide kreatif yang menjadikan buah belimbing wuluh sebagai selai dan diinovasikan menjadi produk olahan yaitu kue kering dengan isian selai belimbing wuluh yang nantinya produk ini akan diuji cobakan di sekolah.

Kreativitas menurut munandar (2012) merupakan suatu kemampuan untuk menciptakan hal baru, dengan ide atau gagasan baru yang dapat diterapkan untuk pemecahan masalah, atau sebagai kemampuan untuk melihat hubungan atau mengkombinasikan antar unsur yang sudah ada. Munculnya kreativitas merupakan sumber utama dalam kegiatan kewirausahaan maka dari itu kreativitas sangat berpengaruh terhadap proses kewirausahaan. Setiap orang memiliki kreativitasnya masing-masing yang bisa dikembangkan sesuai dengan kemampuannya. Kreativitas produk olahan buah belimbing wuluh diteliti menggunakan teori Pisman (2008) adapun indikator kreativitas produk yaitu keaslian atau kebaruan, tingkat transformasi suatu produk dan kelayakan produksi dari segi kualitas.

Inovasi adalah proses pengembangan dari kreativitas seseorang. Usaha yang berkembang adalah ketika kreativitas dan inovasi dapat dikembangkan secara bersamaan dan menghasilkan nilai tersendiri. Menurut Kolter dan Armstrong (2016), inovasi produk

merupakan proses pengembangan gagasan yang kreatif dan mengubahnya menjadi pokok yang bermanfaat. Inovasi merupakan pengembangan dari kreativitas dalam hal ini ide kreatif atau kreativitas dari produk olahan buah belimbing wuluh dijadikan inovasi baru yang unik. Teori Inovasi yang peneliti gunakan yaitu Kolter dan Armstrong (2016) adapun indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk dan desain produk.

Menurut Ferdinand (2006) minat beli adalah pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Kreativitas dan inovasi terhadap produk yang akan mempengaruhi minat beli konsumen. Perkembangan produk olahan buah belimbing wuluh juga dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Minat beli konsumen menggunakan teori Ferdinand (2006) dengan indikator minat beli konsumen yaitu minat transaksional, minat referensial, minat prefensial dan minat eksploratif.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu dan adanya permasalahan seperti yang sudah dipaparkan di atas, memperkuat untuk melakukan penelitian kewirausahaan, dengan judul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Olahan Buah Belimbing Wuluh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mata Pelajaran Kewirausahaan”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk olahan buah belimbing wuluh terhadap minat beli konsumen dalam mata pelajaran kewirausahaan.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini dilakukan di SMK Pariwisata Triatma Jaya Badung yang berlokasi di Jl. Kubu Gunung, Tegal Jaya, Dalung, Kuta Utara, Badung. Penelitian ini menggunakan sumber informasi dari siswa yaitu 20 orang laki-laki dan 13 orang perempuan di kelas XI Tata Boga 1.

Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* karena peneliti hanya menggunakan satu kelas sebagai kriteria sampel yang telah sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini. Terdapat dua teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yakni menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Tujuan digunakannya teknik kuesioner yaitu memuat pertanyaan yang digunakan untuk mengukur minat beli konsumen pada produk olahan buah belimbing wuluh yang dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi produk. Data dokumentasi yakni berupa profil sekolah, data siswa, data guru, hasil foto atau gambar yang di ambil pada saat penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2017) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi). Analisis regresi berganda dilakukan apabila jumlah dari variabel independennya minimal 2. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda diwajibkan melakukan uji prasyarat yaitu uji asumsi klasik. Dalam uji asumsi klasik ada beberapa asumsi yang harus terpenuhi agar kesimpulan dan hasil pengujian tidak biasa diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Selain itu peneliti juga melakukan uji hipotesis melalui uji t dan uji F. Menurut Ghozali (2016) Uji statistik t yaitu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji statistik

F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji Koefisien determinan (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden pada penelitian ini adalah siswa kelas XI Tata Boga 1 SMK Pariwisata Triatma Jaya Badung dengan jumlah siswa sebanyak 33 orang, dengan jumlah siswa laki-laki 20 orang dan siswa perempuan berjumlah 13 orang. Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu mengumpulkan data mengenai minat berwirausaha pada siswa. Kegiatan berwirausaha adalah salah satu kegiatan wajib yang dilakukan oleh seluruh siswa kelas XI dan kelas XII di SMK Pariwisata Triatma Jaya Badung. Penelitian ini dilakukan dengan cara menguji coba produk olahan buah belimbing wuluh. Produk ini dihasilkan dari ide kreatif yang memanfaatkan buah belimbing wuluh menjadi suatu produk olahan yaitu selai belimbing wuluh. Selai belimbing wuluh kemudian digunakan sebagai isian dari kue kering, produk olahan buah belimbing wuluh inilah yang diuji coba untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kreativitas dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen.

1) Uji asumsi klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.41758235
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.086
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

dapat diketahui bahwa nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

B. Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Collinearity		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kreativitas Produk (X_1)	0,741	1,350	Bebas Multikolinearitas
Inovasi Produk (X_2)	0,741	1,350	Bebas Multikolinearitas

dapat diketahui nilai VIF dan *Tolerance* dari seluruh variabel bebas. Nilai *Tolerance* pada setiap variabel $> 0,01$ dan nilai VIF seluruh variabel < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi pada penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.518	5.680		.619	.540		
	Kreativitas Produk	-.012	.056	-.044	-.208	.837	.741	1.350
	Inovasi Produk	.022	.077	.062	.291	.773	.741	1.350

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil uji Sig. Glesjser untuk variabel kreativitas produk (X_1) adalah $0,837 > 0,05$ sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Nilai Sig. Glesjser untuk variabel inovasi produk (X_2) adalah $0,773 > 0,05$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Uji hipotesis 1

Berdasarkan hasil penelitian yaitu hasil uji persial (uji-t) variabel kreativitas produk penelitian ini adalah variabel kreativitas produk (X_1) mempunyai t_{hitung} (3.025) $> t_{tabel}$ (1.697) dan nilai signifikansi (0,005). Dengan demikian hasil uji hipotesisi persial diterima yaitu kreativitas produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y).

3) Uji hipotesis 2

Variabel inovasi produk (X_2) mempunyai $t_{hitung} (5.989) > t_{tabel} (1.697)$ dan nilai signifikansi (0,000). Dengan demikian hasil uji hipotesisi persial diterima yaitu inovasi produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y).

4) Uji hipotesis 3

Berdasarkan data secara keseluruhan yang telah terkumpul, maka peneliti akan menyajikan serta membahas data dari hasil penelitian ini :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.890	10.160		2.056	.049
	Kreativitas	.100	.100	.141	.994	.328
	Inovasi	.638	.137	.661	4.649	.000

(Sumber: *Output data SPSS, 2022*)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda di atas dengan menggunakan *SPSS 25 for windows*, persamaan regresi linier berganda dapat ditentukan sebagai berikut:

$$Y = 20,890 + 0,100X_1 + 0,638X_2$$

a. Hasil Uji F (*F-Test*)

Berdasarkan hasil penelitian diketahui nilai F_{hitung} adalah 18.423 dan nilai signifikansi = 0.000. Sehingga hasil $F_{hitung} (18.423) > F_{tabel} (2.92)$ dan nilai signifikansi (0.000) < α (0,05) sehingga H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis secara simultan diterima sehingga variabel kreativitas produk (X_1) dan inovasi produk (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y).

b. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui koefisien determinasi (R^2) adalah 0,521 yang berarti 52,1% varian minat beli konsumen yang mampu dipengaruhi oleh variabel kreativitas dan inovasi produk, sedangkan sisanya 47,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5) Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kreativitas dan inovasi produk olahan buah belimbing wuluh terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan yang dilakukan di SMK Pariwisata Triatma Jaya Badung. Hasil pengujian hipotesis pengaruh kreativitas produk olahan buah belimbing wuluh terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan memperoleh hasil H_a

diterima. Berdasarkan jawaban 33 responden dari 20 pernyataan mengenai variabel kreativitas produk (X_1) bahwa hasil tanggapan responden setuju dengan nilai persentase 82,2%. Inovasi produk olahan belimbing wuluh bahwa hasil tanggapan responden setuju dengan tanggapan dengan persentase 83,1%. Hasil pengujian hipotesis pengaruh kreativitas dan inovasi produk olahan buah belimbing wuluh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan H_a diterima. dengan persentase 52,1% dan 47,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil ini didukung oleh tiga penelitian terdahulu yakni (Naelul Muna, 2020) yaitu Pengaruh Keativitas Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Parijoto. (Silvi Ramdani, dkk, 2021) yaitu Minat Beli Berdasarkan *Creative Promotion* Dan Inovasi Produk. (Desmawaty Hasibuan, dkk, 2021) yaitu Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat ditarik simpulan tentang penelitian pada Produk olahan buah belimbing wuluh terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan yaitu:

- 1) Kreativitas produk olahan buah belimbing wuluh berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa semakin meningkatnya suatu kreativitas pada produk olahan buah belimbing wuluh akan mempengaruhi peningkatan terhadap minat beli dari konsumen. Kreativitas yang dominan pada hasil penelitian yaitu dari indikator keaslian dan kebaruan produk.
- 2) Inovasi produk olahan buah belimbing wuluh berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa adanya inovasi baru pada produk olahan buah belimbing wuluh akan mempengaruhi peningkatan terhadap minat beli dari konsumen. Inovasi produk yang dominan dalam penelitian ini yaitu dari indikator gaya dan desain produk.
- 3) Kreativitas produk dan Inovasi produk olahan buah belimbing wuluh secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian ini memiliki arti bahwa adanya inovasi baru pada produk olahan buah belimbing wuluh akan mempengaruhi peningkatan terhadap minat beli dari konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku peneliti mengucapkan Terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan serta menuntun secara penuh dalam proses penyusunan artikel ilmiah ini dengan baik. Ucapan Terima kasih kepada Universitas Dhyana Pura karena telah memberikan wadah untuk publikasi Artikel Ilmiah ini. Harapan besar dari peneliti, semoga dengan adanya penelitian yang berjudul “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Produk Olahan Buah Belimbing Wuluh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mata Pelajaran Kewirausahaan” dapat bermanfaat sebagai referensi peneliti lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, K. (2016). *Marketing An Introduction*, Edisi 13, USA: *Person Education*.
- Gozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Desmawaty, Muhammad Irwansyah Hasibuan, and Junaidi Mustapa Harahap. (2021). "Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat." *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*3(1).<https://ejurnal.univalabuhanbatu.ac.id/index.php/kapital/article/view/301>
- Kotler, P., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid kedua, Jakarta: Erlangga.
- Muna, N. (2020). *Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Olahan Buah Parijotoho (Studi Kasus UMKM Alammu Parijotohi di Colo Muria)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Kudus. <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/4378>.
- Ramdani, Selvia, R. Deni M. Danial, and Nor Norisanti. (2021). "Minat Beli Berdasarkan Creative Promotion Dan Inovasi Produk." *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting* 2(2):462–69. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v2i2.1755>
- Rosyanti., Irianto, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang. *EcoGen*, 2(3), 587-595.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Nonparametris Untuk Peneliti*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung g: PT Alfabet
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono (2014) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tethool, G., Paat, W.R.L. & Wonggo, D. (2021) 'Penerapan Model Pembelajaran Blended Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Smk', *Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(3), pp. 268–275. doi:10.53682/edutik.v1i3.1546.
- Yahya, A. & Nurhidayah, N. (2022) 'Pengaruh Penerapan Blended Learning Dengan Google Classroom Terhadap Motivasi dan Hasil Belajar Matematika Siswa di Masa Pandemi Covid-19', *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)*, 4(2), pp. 153–165. doi:10.31605/ijes.v4i2.1271.