

The Influence of Creativity and Innovation of Oyster mushroom and button mushrooms Processed Products on Consumer Purchase Interest in Entrepreneurship Subjects

Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Produk Olahan Jamur Tiram Dan Jamur Kancing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Mata Pelajaran Kewirausahaan

Immanuel Fajar Moripa Kristian Dake¹, 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

<p>Keywords: <i>Creativity, innovation, Oyster Mushroom, Button Mushrooms, Purchase Intention</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>This study aims to determine: (1) the effect of product creativity on consumer buying interest in entrepreneurship subjects at Wira Harapan Vocational School (SMK Wira Harapan); (2) the effect of product innovation on consumer buying interest in entrepreneurship subjects at SMK Wira Harapan; (3) the effect of creativity and innovation together on consumer buying interest in entrepreneurship subjects at SMK Wira Harapan. This research is a causal quantitative research. The subjects of this study were all students of class XI Culinary major 5 at SMK Wira Harapan Dalung for the Academic Year 2021/2022, totaling 36 students. Data collection techniques using questionnaires and documentation. The data analysis technique used...simple. regression. analysis to answer the first and second research, and multiple regression analysis to answer the third research question. The results of this study indicate that: (1) there is a positive and significant effect of product creativity on consumer buying interest through entrepreneurship subjects in Class XI Culinary 5 SMK wira Harapan by 21.9%; (2) there is a positive and significant effect of product innovation on consumer buying interest through entrepreneurship subjects in Class XI Culinary 5 SMK wira Harapan by 50.4%; (3) there is a positive and significant effect of product creativity and product innovation together on consumer buying interest through entrepreneurship subjects in Class XI Culinary 5 SMK wira Harapan by 51.2% with a significance value of 0.000 < 0.05 and Fcount of 17,343. It concluded that creativity and product innovation can affect consumer buying interest in buying processed products of oyster mushrooms and button mushrooms.</i></p>
<p>Kata kunci: Kreativitas, Inovasi Jamur Tiram, Jamur Kancing, Minat Beli</p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kreativitas produk terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan di SMK wira Harapan ; (2) pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan di SMK wira Harapan (3) pengaruh kreativitas dan inovasi secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen pada mata pelajaran kewirausahaan di SMK wira Harapan. Penelitian ini merupakan</p>

penelitian kuantitatif kuasal. Subyek penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI jasa boga 5 di SMK Wira Harapan dalung Tahun Ajaran 2021/2022 yang berjumlah 36 siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana untuk menjawab penelitian pertama dan kedua serta analisis regresi ganda untuk menjawab pertanyaan penelitian ketiga. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas produk terhadap minat beli konsumen mata pelajaran kewirausahaan Kelas XI jasa boga 5 SMK wira harapan sebesar 21,9% (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan inovasi produk terhadap minat beli konsumen mata pelajaran kewirausahaan Kelas XI jasa boga 5 SMK wira harapan sebesar sebesar 50,4% (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen mata pelajaran kewirausahaan Kelas XI jasa boga 5 SMK wira harapan sebesar 51,2% dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan Fhitung sebesar 17,343. dapat di simpulkan bahwa kreativitas dan inovasi produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk olahan jamur tiram dan jamur kancing.

PENDAHULUAN

Rosyanti dan Irianto (2019) berpendapat bahwa pendidikan kewirausahaan adalah sebuah upaya yang sudah direncanakan untuk membantu peningkatan wawasan, intensi atau niat dan kompetensi para siswa dalam mengembangkan segala potensi dengan cara berperilaku kreatif, inovatif dan siap mengambil resiko yang dihadapi. Pada zaman ini setiap hal bisa dijadikan ide usaha namun kurangnya pengetahuan menjadikan hal ini tidak berkembang, khususnya di era *pandemic* ini banyak sekali banyak sekali masyarakat memulai usaha-usaha yang paling marak di buka saat ini salah satunya adalah usaha di bagian kuliner, banyak sekali para pelaku usaha kuliner menjual makanan yang kurang sehat contohnya ayam geprek, burger dan *pizza* tanpa di sadari apabila di konsumsi oleh seseorang secara terus menerus akan berdampak pada kesehatan oleh karena itu manusia harus mengkonsumsi makanan yang sehat agar dapat melakukan aktivitasnya dengan baik. Oleh karena itu peneliti telah membuat sebuah produk urutan yang berbahan dasar dari jamur, yang dimana urutan sendiri adalah makan tradisional dari Provinsi Bali yang terbuat dari daging non halal yang di beri bumbu bali dan di bungkus menggunakan usus dari babi sehingga membentuk seperti sebuah sosi panjang lalu di jemur terlebih dahulu sebelum dapat di masak oleh sebab itu peneliti mengganti bahan utama urutan menggunakan jamur yang di beri bumbu bali dan dibungkus menggunakan kulit sosis *collagen* halal agar dapat dikonsumsi oleh seluruh golongan suku, ras, dan agama. Dengan adanya produk ini diharapkan dapat membuat masyarakat mau untuk menjaga kesehatan tidak hanya itu dengan adanya produk ini di harapkan dapat mengangkat citra makanan tradisional Bali ke kanca nasional maupubn inter nasional.

Kreativitas memiliki hubungan erat terhadap penemuan ide baru dan berpengaruh terhadap individu menurut Tampubolon (2008:46). Kreativitas adalah sesuatu yang penting untuk dijadikan sebagai salah satu sifat dalam pengelolaan sebuah bisnis. Kreativitas akan memberikan banyak dampak positif untuk penyaluran ide sebuah bisnis usaha. adapun indikator kreativitas menurut Tampubolon (2008:46) yaitu Keaslian atau kebaruan pada produk, Tingkat Transformasi Suatu Produk, Kelayakan Produksi dari Segi Kualitas.

Menurut Kotler dan Keller (2013), inovasi tidak terbatas pada penyaluran inovasi sebuah produk baru, inovasi masuk ke dalam pemikiran bisnis baru dan segala proses baru, inovasi adalah keterampilan untuk mengupgrade barang yang telah ada namun memiliki

unsur yang berbeda dari barang tersebut sehingga menciptakan nilai yang lebih baru dari barang sebelumnya. Adapun indikator inovasi menurut Kotler dan Keller (2016: 454) tiga indikator inovasi produk yaitu (1) kualitas sebuah produk, (2) varian sebuah produk, dan (3) gaya atau desain produk.

Minat beli adalah unsur psikologis yang berpengaruh cukup besar terhadap sikap dan tingkah laku seorang konsumen dalam membeli suatu brand, atau mengambil sebuah perilaku yang berhubungan dengan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2014:201). Adapun indikator minat beli konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2014:201) yaitu Pertama memiliki keinginan untuk mendapatkan informasi tentang produk, Kedua melakukan pertimbangan untuk pembelian, Ketiga berkeinginan untuk mencoba, Keempat keingintahuan terhadap suatu produk, dan berkeinginan memiliki produk. Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu pemaparan latarbelakang di atas, penelitian ini berfokus pada pengaruh kreativitas dan inovasi produk olahan jamur tiram dan jamur kancing pada mata pelajaran kewirausahaan”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal, di mana penelitian ini memiliki karakter yaitu saling menanyakan hubungan dari dua variabel atau lebih. Sebab akibat inilah yang disebut hubungan kausal. Dalam penelitian ini kreativitas dan inovasi produk adalah variabel *independent* sedangkan variabel *dependent* adalah minat beli konsumen. Teknik kuantitatif yang diterapkan dalam penentuan sample yaitu *purposive sampling* serta tata cara pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi di SMK Wira Harapan Dalung yang berlokasi di Jalan Raya Tegal Jaya, Dalung, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Subyek siswa kelas XI jasa Boga V di SMK Wira Harapan dalung yang berjumlah 36 orang.

Penelitian ini menggunakan uji regresi untuk mengetahui hubungan antar variable secara parsial dan simultan. Langkah awal sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda diwajibkan melakukan uji asumsi klasik. Menurut Hadi (2004), uji asumsi klasik yang dilalui yaitu (1) uji normalitas, (2) uji multikolinearitas dan (3) uji heteroskedastisitas. Setelah dilakukan uji asumsi klasik selanjutnya adalah uji koefisien determinan (R²) yang digunakan dalam mengukur sejauh mana keterampilan model mewujudkan variasi variabel *dependent*, dan sumbangan *predictor* yang dimanfaatkan sebagai penjabaran besarnya sebuah kontribusi pengaruh dalam hitungan persen yang di berikan oleh masing masing variabel independent terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.51940277
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.079
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi atau *Astmp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa model ipersamaan regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 2. Hasil uji multikolinieritas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kreativitas produk (X1)	.720	1.389	Bebas Multikolinieritas
Inovasi produk (X2)	.720	1.389	Bebas multi kolinieritas

Diketahui nilai Tolerance dan VIF dari seluruh variable bebas didapatkan Nilai Tolerance pada setiap variabel kreativitas produk dan inovasi produk memiliki nilai yang sama ($0,720 > 0,10$) yang berarti multikolinearitas tidak terjadi dan *point VIF* seluruh variabel yaitu ($1,389 < 10,00$) sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah atau sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah atau gejala multikolinearitas maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi kreativitas dan inovasi terhadap minat beli konsumen bebas dari multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Tabel 3. Hasil uji Heterokedastisitas

		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
Model		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.047	5.565		.727	.472	
	kreativitas produk	.017	.056	.061	.298	.767	
	inovasi produk	-.010	.077	-.027	-.131	.896	

a. Dependent Variabel: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji Sig. Glesjser untuk variabel kreativitas produk (X1) adalah $0,762 > 0,05$ sehingga tidak terjadi heterokedastisitas. Nilai Signifikan Glesjser untuk variabel inovasi produk (X2) adalah $0,896 > 0,05$ sehingga tidak terjadi Heteroskedastisitas.

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Hipotesis Pertama

Secara uji T parsial variabel kreativitas produk (X1) memiliki T_{hitung} sebanyak 2,955 dan nilai signifikansi 0,006. Yang dimana hasil uji hipotesis kreativitas produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) secara parsial dapat diterima. Apabila nilai variabel (X^1) kreativitas produk meningkat 1 satuan maka nilai minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0,323 satuan

b) Uji Hipotesis Kedua

Secara uji T parsial variabel Inovasi Produk produk (X2) memiliki T_{hitung} sebanyak 5,882 dan nilai signifikansi 0,000. Yang dimana hasil uji hipotesis inovasi produk (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) secara parsial dapat di terima. apabila nilai inovasi produk (X2) meningkat 1 satuan maka nilai minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0,701 satuan.

c) Uji Hipotesis Ketiga

Berdasarkan data yang sudah di uji secara keseluruhan, maka peneliti dapat menyajikan dan imembahas data dari penelitian hipotesis ketiga ini:

1) Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil uji linier berganda

sumber	Koef		R	r ²	F _{hitung}	F _{tabel}	sig	cons	Ket.
	X ¹	X ²							
X ₁ X ₂ - Y	0,76	0,645	0,761	0,512	17.343	3.32	0,000	22.731	Positif Signifikan

$$Y = 22,731 + 0,076X_1 + 0,645X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: Nilai konstanta sebesar 22,731, Nilai koefisien X¹ adalah 0,76. Koefisien X² adalah 0,645. Ini menunjukkan nilai varians kreativitas produk (X¹) dan inovasi produk (X²) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y).

2) Koefisien Determinasi R²

Koefisien determinasi menunjukkan tingkat ketepatan garis regresi yang dimanfaatkan dalam mengetahui berapa besar pengaruh suatu variabel terhadap ivariabel lainnya. Berdasarkan analisis pada tabel di atas diketahui bahwa koefisien determinasi (R²) sebesar 0,512. Nilai tersebut kemudian diubah ke bentuk persen menjadi 51,2% yang berarti kreativitas produk dan inovasi produk mampu menjelaskan 52,1% mempengaruhi minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan masih ada 47,9% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen.

3) Uji F Simultan

Berdasarkan hasil Uji F simultan diketahui nilai Fhitung adalah (17.343) dan nilai signifikansi adalah (0.000) Sehingga hasil Fhitung (17.343) > Ftabel (3.28) dan nilai signifikansi (0.000) < α (0,05). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas (X¹) variabel inovasi (X²) secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

4) Sumbangan Prediktor

Berdasarkan hasil analisis yang tercantum dalam tabel 4.16, diketahui bahwa kreativitas produk memberikan sumbangan efektif sebesar 6,08 % dan inovasi produk sebesar 45,9%. Sumbangan relatif kreativitas produk sebesar 11,8% dan inovasi produk 89,0%. Sumbangan Efektif total sebesar 51,6% minat beli konsumen dan sebesar 48,4% diberikan oleh faktor atau variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. iMaka dapat di simpulkan bahwa sumbangan efektif pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen secara Bersama-sama adalah (51,6%) dan sumbangan relatif pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen secara bersama sama adalah (100%).

Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian variabel kreativitas produk terhadap minat beli konsumen memiliki nilai yang positif, berdasarkan hasil persamaan regresi, setiap peningkatan 1% tentang kreativitas produk maka akan mempengaruhi minat beli konsumen naik sebanyak 21,9%. Oleh sebab itu dapat di simpulkan bahwa pengaruh kreativitas produk dapat mempengaruhi minat beli seorang konsumen dalam membeli produk dari olahan jamur kancing dan jamur tiram.

Berdasarkan hasil penelitian variabel inovasi produk terhadap minat beli konsumen memiliki nilai yang positif berdasarkan hasil persamaan regresi, setiap

peningkatan 1% tentang inovasi produk maka akan mempengaruhi minat beli konsumen naik sebanyak 50,4%. Oleh sebab itu dapat di simpulkan bahwa pengaruh inovasi produk dapat mempengaruhi minat beli seorang konsumen dalam membeli produk olahan jamur kancing dan jamur tiram.

Berdasarkan hasil penelitian variabel kreativitas dan inovasi produk terhadap minat beli konsumen memiliki nilai yang positif, berdasarkan hasil persamaan regresi, setiap peningkatan 1% tentang kreativitas dan inovasi produk maka akan mempengaruhi minat beli konsumen naik sebanyak 51,2% dengan sumbangan efektif dari kreativitas dan inovasi terhadap minat beli konsumen sebesar 51,6% dan sumbangan relatif sebanyak 100%. Oleh sebab itu dapat di simpulkan bahwa pengaruh kreativitas dan inovasi produk olahan jamur tiram dan jamur kancing dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Penelitian ini searah dengan beberapa penelitian yang dilakukan oleh (1) Putri Mentari (2018) bahwa inovasi dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha pada toko *pastry* di kecamatan Medan Polonia, (2) Naelul Muna (2020) yang menyatakan bahwa dengan kreativitas, inovasi dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk olahan pariijotho.

SIMPULAN

Berdasarkan dari semua hasil pembahasan penelitian yang telah dipaparkan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kreativitas produk olahan jamur tiram dan jamur kancing berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dari hasil yang sudah peneliti lakukan dapat disimpulkan..bahwa sebuah kreativitas dalam menciptakan sebuah produk sangatlah berpengaruh. Semakin meningkatnya suatu kreativitas pada produk olahan jamur tiram dan jamur kancing akan mempengaruhi peningkatan terhadap minat beli dari konsumen.
- 2) Inovasi produk olahan jamur tiram dan jamur kancing berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dari hasil yang sudah peneliti lakukan dapat disimpulkan..bahwa sebuah ide inovasi dalam menciptakan sebuah produk yang baru sangatlah berpengaruh. Semakin meningkatnya suatu inovasi pada produk olahan jamur tiram dan jamur kancing akan mempengaruhi peningkatan terhadap minat beli dari konsumen.
- 3) Kreativitas dan Inovasi produk olahan jamur tiram dan jamur kancing berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu, secara simultan kreativitas dan ide inovasi idalam imenciptakan isebuah iproduk ibaru isangatlah iberpengaruh. iAdanya sebuah kreativitas dan inovasi pada produk olahan buah jamur tiram dan jamur kancing akan mempengaruhi peningkatan terhadap minat beli konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler and Keller (2013) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler and Keller (2016) *Marketing Management*. New Jersey.
- 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.
- Schiffman and Kanuk (2014). *Consumer Behaviour*. London.
- Sutrisno Hadi (2004). *Metodologi Research*. 2nd edn. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tampubolon, E. (2008). *kreativitas Produk*. jakarta timur.