

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Manajemen

Kata “manajemen” tampaknya sudah begitu sering kita dengar. Manajemen erat kaitannya dengan konsep organisasi. Menurut Ernie dan Kurniawan (2015:7) manajemen diperlukan karena agar tujuan dari organisasi dapat dicapai secara efektif dan efisien.

1. Menurut Gary dan Rue (2015:1)

Manajemen adalah suatu kegiatan yang pelaksanaannya adalah *managing* atau pengeloan sedangkan pelaksanaannya disebut manajer atau pengelola

2. Menurut Terry dan Leslie dalam Badrudin (2014:4)

Manajemen sebagai suatu proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu kelompok orang-orang kea rah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata.

3. Menurut Torang (2013:165)

Manajemen berorientasi pada proses yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan dan keterampilan agar aktivitas lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan.

Berdasarkan definisi diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, pengarahan, dan pengawasan kegiatan-kegiatan dalam suatu organisasi melalui perantara yang disebut para pegawai perusahaan.

2.1.1.1 Fungsi Manajemen

Manajemen memiliki fungsi-fungsi, fungsi-fungsi manajemen menurut Ernie dan Kurniawan (2015:8) adalah serangkaian kegiatan yang dijalankan dalam manajemen berdasarkan fungsinya masing-masing dan mengikuti satu tahapan-tahapan tertentu dalam pelaksanaannya. Fungsi-fungsi manajemen, sebagaimana diterangkan oleh Nickels, McHugh dan McHugh (1997) dalam Ernie dan Kurniawan (2015:8) terdiri dari empat fungsi, yaitu:

1. Perencanaan atau *Planning*, yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.
2. Pengorganisasian atau *Organizing*, yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bias bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.
3. Pengimplementasian atau *Directing*, yaitu proses implementasi program agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.
4. Pengendalian dan Pengawasan atau *Controlling*, yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.

2.1.1.2 Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis adalah kegiatan dalam merancang, mengelola dan mengoperasikan sebuah usaha atau bisnis. Mencakup semua pengaturan baik dari dalam proses pengerjaan suatu bisnis untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dari usaha besar sampai usaha kecil pun harus menggunakan manajemen bisnis agar lajunya usaha mempunyai target dan dapat memenuhinya. Rencana dalam berbisnis tentu menjadi poin penting yang sangat berperan dalam kesuksesan untuk para pebisnis. Terlepas dari status sebagai pemula atau senior, manajemen bisnis yang baik akan mampu membawa bisnis ke arah yang lebih baik juga. Selain itu ketahanan akan segala jenis tantangan dan hambatan juga bisa menjadi faktor penting dalam berjalannya bisnis. Strategi dalam berbisnis pun harus bisa disusun untuk bisa mengetahui trend di pasaran sehingga bisnis tetap bertahan. Mengingat rencana bisnis adalah seperti konsep pengembangan tertulis dalam bisnis, maka semua gambaran pengelolaan, manajemen, keuangan, pengembangan hingga target dan pemasarannya pun harus terencana secara sempurna. Jangan abaikan target pencapaian jangka pendek hingga jangka panjangnya sehingga hal ini bisa berpengaruh terhadap tata kelola dan manajemen bisnis yang akan dijalankan. Perencanaan secara keseluruhan dengan detail dan matang akan membuat gambaran dari bisnis bisa lebih tampak nyata yang akan membuat lebih mudah dalam menjalankannya.

2.1.2 Kewirausahaan

Saat ini di dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang memandang dan menafsirkan bahwa kewirausahaan identik dengan apa yang dimiliki dan dilakukan oleh para pengusaha atau pelaku bisnis (*businessmen*). Pandangan tersebut kurang tepat, kewirausahaan tidak selalu identik dengan perilaku dan watak pengusaha saja karena sifat ini dimiliki juga oleh mereka yang bukan pengusaha, seperti petani, karyawan, pegawai pemerintah, mahasiswa, guru, arsitektur, seniman, artisan, pemimpin proyek, peneliti dan pekerjaan lainnya yang dilakukan secara kreatif dan inovatif. Jiwa kewirausahaan ada pada

setiap orang yang menyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. Seperti dikemukakan oleh Soeparman dalam Suryana (2013:10) bahwa kewirausahaan meliputi semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintah Wirausahawan adalah mereka yang melakukan usaha-usaha kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup (Soeharto Prawiro Kusumo, 1997:5 dalam Suryana 2013:10). Berikut pengertian kewirausahaan yang dikemukakan oleh para ahli:

1. Thomas W. Zimmerer dalam Suryana (2013:11)
“Entrepreneurship is applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face everyday”.
 Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari.
2. Peter F. Drucker dalam Suryana (2013:10)
 Menurut Drucker, kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*).
3. Soeharto Prawirokusumo (2002:2)
 Kewirausahaan merupakan disiplin ilmu tersendiri karena berisi *body of knowledge* yang utuh dan nyata ada objek, konsep dan metodenya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang akan dihadapi.

2.1.2.1 Objek Studi Kewirausahaan

Seperti telah dikemukakan oleh Soeparman Soemahamidjaja (Suryana 2013:4), bahwa objek studi kewirausahaan meliputi kemampuan seseorang dalam hal-hal sebagai berikut :

1. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/ usaha. Dalam merumuskan tujuan hidup/usaha diperlukan adanya perenungan dan koreksi, yang kemudian dibaca dan diamati berulang – ulang sampai dipahami apa yang menjadi kemauannya.
2. Kemampuan memotivasi diri, yaitu untuk melahirkan suatu tekad kemauan yang besar.
3. Kemampuan berinisiatif, yaitu mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang – ulang sehingga menjadi terbiasa berinisiatif.
4. Kemampuan berinovasi, yang melahirkan kreativitas (daya cipta) dan setelah dibiasakan berulang – ulang akan melahirkan motivasi.
5. Kemampuan membentuk modal material, sosial, dan intelektual.
6. Kemampuan mengatur waktu dan membiasakan diri, yaitu untuk selalu tepat waktu dalam segala tindakan melalui kebiasaan dan tidak menunda pekerjaan.
7. Kemampuan mental yang dilandasi agama.
8. Kemampuan membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik ataupun menyakitkan.

2.1.2.2 Ciri-Ciri Umum Kewirausahaan

Ciri-Ciri kewirausahaan meliputi enam komponen penting, yaitu : percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil risiko, kepemimpinan, keorisinalitasan, dan berorientasi pada masa depan. Ciri-ciri tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut :

1. Penuh percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.
2. Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
3. Memiliki motif berprestasi, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.

4. Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak
5. Berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan, dan oleh karena itu menyukai rintangan. (Suryana 2013:22)

2.1.2.3 Karakteristik dan Watak Kewirausahaan

Menurut M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (Suryana 2013:23) terdapat delapan karakteristik kewirausahaan yang meliputi hal – hal sebagai berikut :

1. Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. Memilih risiko yang moderat (*preference for moderate risk*), yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. Percaya diri pada kemampuan sendiri (*confidence in their ability to success*), yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.
4. Menghendaki umpan balik segera (*desire for immediate feedback*), yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil.
5. Semangat dan kerja keras (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. Berorientasi ke depan (*future orientation*), yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. Memiliki keterampilan berorganisasi (*skill at organizing*), yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Menghargai prestasi (*value of achievement over money*), yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

2.1.2.4 Faktor-Faktor Pemicu Kewirausahaan

Menurut Carol Noore dalam Suryana (2013:102) faktor-faktor pemicu kewirausahaan terdapat ke dalam empat fase sebagai berikut:

1. Fase inovasi

Kewirausahaan berkembang dan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi dipicu oleh faktor pribadi dan lingkungan. Faktor individu yang mempengaruhi inovasi adalah pencapaian *locus of control*, toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, dan pengalaman. Sementara itu, faktor eksternal yang berasal dari lingkungan yang mempengaruhi inovasi adalah peluang, model peran, dan aktivitas.

2. Fase kejadian pemicu

Setelah berinovasi semakin merangsang untuk berproses dan timbulan kejadian pemicu. Kejadian pemicu dipengaruhi oleh faktor pribadi, sosiologi, dan lingkungan. Faktor pribadi yang memengaruhi kejadian pemicu meliputi pencapaian *locus of control*, toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, keberanian menghadapi risiko, ketidakpuasan dan usia. Sementara itu, faktor lingkungan yang memicu terdiri atas peluang, model peran, aktivitas, persaingan, sumber daya, inkubator, dan kebijakan pemerintah. Selanjutnya, faktor sosiologi yang memicu terdiri atas jaringan, kelompok, orang tua, keluarga, dan model peran.

3. Fase implementasi

Setelah ada pemicu, maka ada implementasinya dipengaruhi oleh faktor pribadi, lingkungan, dan sosiologi. Faktor pribadi yang mempengaruhi implementasi terdiri atas visi, komitmen, manajer, pemimpin, dan wirausahawan. Faktor lingkungan yang mempengaruhi implementasi terdiri atas pesaing, pelanggan, pemasok, investor, banker, inkubator, sumber daya, dan kebijakan

pemerintah. Faktor sosiologi yang memengaruhi implementasi meliputi: jaringan, kelompok, orang tua, keluarga, dan model peran.

4. Fase pertumbuhan

Implementasi mendorong pertumbuhan pada fase pertumbuhan dipengaruhi oleh pribadi, organisasi, dan lingkungan. Faktor pribadi yang memengaruhi pertumbuhan terdiri atas visi, komitmen, manajer, pemimpin, dan kewirausahawan. Faktor organisasi yang memengaruhi pertumbuhan kewirausahaan meliputi: kelompok, strategi, struktur, budaya, dan produk. Sementara itu, faktor yang memengaruhi yang berasal dari lingkungan terdiri atas: pesaing, pelanggan, pemasok, investor, dan bankir.

Berdasarkan empat fase di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa orang yang berhasil dalam kewirausahaan adalah orang yang dapat menggabungkan nilai, sifat utama (pola sikap), dan perilaku dengan bekal pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan praktis. Jadi, pedoman, pengharapan dan nilai, baik yang berasal dari pribadi maupun kelompok, berpengaruh untuk membentuk perilaku kewirausahaan.

2.1.2.5 Wirausaha

Wirausaha adalah orang yang menjalankan usaha atau perusahaan dengan kemungkinan untung atau rugi. Oleh karena itu wirausaha perlu memiliki kesiapan mental, baik untuk menghadapi keadaan merugi maupun untung besar. Sehingga seorang wirausaha harus mempunyai karakteristik khusus yang melekat pada diri seorang wirausaha seperti percaya diri, mempunyai banyak minat, bisa bersepakat, mempunyai ambisi, berjiwa penjelajah, dan suka mencoba sesuatu. Menurut Alma (2010: 5), wirausaha adalah seorang innovator, sebagai individu yang mempunyai naluri untuk melihat peluang-peluang, mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukkan cara berpikir lamban. Menurut Meredith (Suryana dan Kartib, 2011: 28), wirausaha adalah orang-orang yang

mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha mengumpulkan serta sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan. Pendapat senada disampaikan oleh Steinhoff dan Burgess (Suryana dan Kartib,2011: 27) yang menyatakan bahwa wirausaha merupakan orang yang mengorganisasi, mengelola, dan berani menanggung risiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha. Kasmir (2011:19) juga mengungkapkan hal serupa bahwa wirausahawan (entrepreneurs) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah seseorang yang berani mengambil resiko dan memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, serta mampu memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk mengambil keunggulan darinya dan berinisiatif mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai kesuksesan.

2.1.2.6 Jenis-Jenis Wirausahawan

Menurut Roopke (Suryana 2013:58) mengelompokkan kewirausahaan berdasarkan pada perannya menjadi kelompok sebagai berikut:

1. Wirausahawan rutin, yaitu wirausahawan yang dalam melakukan kegiatan sehari-harinya cenderung berfokus pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Wirausahawan ini berusaha untuk menghasilkan barang, pasar, dan teknologi, misalnya seorang pegawai atau manajer. Wirausahawan rutin dibayar dalam bentuk gaji.
2. Wirausahawan arbitrase, yaitu wirausahawan yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pembukaan). Misalnya, bila tidak terjadi ekuilibrium dalam penawaran dan permintaan pasar, ia akan membeli dengan murah dan menjualnya dengan mahal.
3. Wirausahawan inovatif, yaitu wirausahawan dinamis yang menghasilkan ide dan kreasi baru yang berbeda. Ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru,

tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan, peningkatan teknik manajemen, dan metode distribusi baru.

2.1.2.7 Peran Wirausahawan

Menurut Werner Shombart (Suryana 2013:61), membagi peran wirausahawan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:

1. Pemimpin industri, yang mulai sebagai teknisi atau tukang dalam satu bidang keahlian, kemudian berhasil menemukan sesuatu yang baru, bukan hanya dengan disengaja melainkan karena hasil temuan dan kehebatan daya cipta.
2. Usahawan, yaitu orang yang menganalisis berbagai kebutuhan masyarakat, merangsang kebutuhan untuk mendapat langganan baru. Perhatiannya yang paling utama adalah penjualan.
3. Pemimpin keuangan, yaitu orang yang sejak muda menekuni keuangan, mengumpulkan uang, dan menggabungkan sumber-sumber keuangan.

2.1.2.8 Karakteristik Wirausaha

Seperti yang sudah disimpulkan sebelumnya, pada umumnya wirausaha adalah seseorang yang berani mengambil resiko dan memiliki kemampuan untuk melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, serta mampu memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk mengambil keunggulan darinya dan berinisiatif mengambil tindakan yang tepat untuk mencapai kesuksesan. Maka dapat disimpulkan bahwa karakter wirausaha adalah ciri khas yang dimiliki wirausaha dalam melakukan kegiatan kewirausahaan seperti mengambil resiko, melihat peluang, mengevaluasi bisnis serta memperoleh sumber daya. (Merdeka, 2011) membuktikan bahwa karakter individu mempengaruhi intensi berwirausaha. Hal ini juga diperkuat dengan penemuan (Mustofa, 2014) dalam skripsinya yang menyatakan bahwa karakter wirausaha mempengaruhi intensi berwirausaha secara positif dan signifikan.

2.1.2.9 Ciri dan Watak Wirausaha

Geoffrey G. Meredith et al (Darpujinto, 2014:23) mengemukakan daftar ciri-ciri dan sifat-sifat sebagai profil wirausaha sebagaimana tersusun dalam tabel 2.1

Tabel 2.1. Ciri dan Watak Wirausaha

Ciri-Ciri	Watak
Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualitas, optimis.
Berorientasikan tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan, ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetic, dan inisiatif.
Pengambilan risiko	Kemampuan mengambil risiko, suka pada tantangan.
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik.
Keorisinilan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan menanggapi saran-saran dan kritik.
Orientasi masa depan	Pandangan jauh ke depan.

Sumber : Geoffrey G. Meredith et al, (Darpujinto, 2014:23)

2.1.2.10 Kreativitas dan Keinovasian Kewirausahaan

Menurut Suryana (2013:66) kreativitas dan keinovasian merupakan inti dan rahasia kewirausahaan. Wirausahawan yang berhasil dan sukses disebabkan memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda. oleh sebab itu hakikat kewirausahaan adalah kemampuan berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (thinking new things and different). Drucker (Suryana 2013:66)

Menurut Zimmerer (Suryana 2013:66) untuk mengembangkan keterampilan berpikir, seseorang menggunakan otak kiri, sedangkan untuk belajar mengembangkan keterampilan kreatif, digunakan otak kanan. Dengan menggunakan otak kiri, 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. Seseorang dapat mengembangkan pemahaman tentang masalah atau keputusan melalui penyelidikan.

3. Transformasi

Tahap transformasi menyangkut persamaan dan perbedaan pandangan antara informasi yang terkumpul. Transformasi adalah mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang ada tentang informasi yang terkumpul.

4. Penetasan

Penetasan merupakan penyiapan pikiran bawah sadar untuk merenungkan informasi yang 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.

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

Implementasi adalah transformasi ide ke dalam praktik bisnis.

Ada empat metode kreatif yang utama, yaitu meliputi hal-hal sebagai berikut : (Suryana 20013:72-73)

1. Duplikasi

Kemajuan yang dicapai oleh para pemimpin adalah dengan menyaring metode/prosedur kerja, gagasan yang pantas untuk diubah atau dimodifikasi berdasarkan pada keperluan.

2. Perluasan

Suatu inovasi dasar yang perlu dilakukan, kemudian manfaatnya ditingkatkan dengan memperluas penerapannya.

3. Inovasi

Sesuatu yang baru harus dihasilkan. Seseorang yang menghasilkan gagasan untuk mengubah praktik-praktik yang masih tradisional, walaupun perubahan ini mendapat kesulitan untuk diterima.

4. Sintesis

Gunakan gagasan dari berbagai sumber. Konsep-konsep yang tampaknya tidak berhubungan digabungkan menjadi suatu produk atau jasa yang berharga.

Menurut Suryana (2013:73) orang kreatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

Tabel 2.2. Ciri-ciri Orang Kreatif

Ciri-ciri orang kreatif	Indikator
1. Tertantang terhadap keadaan yang sudah ada (<i>challenges status quo</i>).	Tidak merasa puas dengan keadaan yang ada/prestasi yang telah dicapai, selalu membuat perubahan, perbaikan, dan pengembangan.
2. Selalu ingin tahu (<i>curious</i>).	Selalu ingin tahu dan selalu mengeksplorasi lingkungan dan menginvestigasi kemungkinan-kemungkinan baru.
3. Miliki motivasi diri yang tinggi (<i>self-motivated</i>).	Tanggap terhadap kebutuhan dari dalam, selalu proaktif dan menghargai setiap usaha.
4. Memiliki visi ke depan (<i>visionary</i>).	Memiliki imajinasi yang tinggi dan memiliki pandangan jauh ke depan.
5. Penghibur, menyenangkan orang lain (<i>entertains the fantastic</i>).	Memunculkan ide-ide gila, memandang sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin, memimpikan dan mengkhayalkan sesuatu yang besar.
6. Berani menghadapi risiko (<i>takes risks</i>).	Berani mencoba dan menanggung kegagalan.
7. Suka berkeliling/berkelana (<i>peripatetic</i>).	Selalu mengubah lingkungan dan melakukan perjalanan untuk memperoleh inspirasi yang segar.
8. Orang yang suka humor (<i>playful/humorous</i>).	Memiliki ketertarikan kepada yang menganggumkan.

Sumber: Suryana, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang, 2013.

Keinovasian adalah kemampuan menerapkan pemecahan-pemecahan persoalan secara kreatif dan menciptakan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan manusia. (Suryana 2013:74). Inovasi memiliki beberapa makna penting yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Inovasi sebagai pembaruan (*Innovation as Novelty*)
Pada hakikatnya adalah pembaruan atau kebaruan yang menghasilkan nilai tambah baru bagi penggunanya. Objek inovasi adalah nilai tambah suatu produk, atau proses, atau jasa.
2. Inovasi sebagai perubahan (*Innovation as Change*)
Inovasi merupakan perubahan. Perubahan bisa dalam bentuk transformasi, difusi, yang berujung pada perubahan. Inovasi lebih menekankan pada objek baru yang baru, akan tetapi sebenarnya lebih menekankan pada proses baru yang dapat mengakibatkan objek baru.
3. Inovasi sebagai Keunggulan (*Innovation as Advantage*)
Inovasi adalah keunggulan. Dengan inovasi berarti kita menciptakan keunggulan-keunggulan dalam bentuk yang baru. Inovasi bisa dalam berbagai bentuk, seperti inovasi produk, proses, metode, teknologi, dan manajemen.

2.1.3 Manajemen Kewirausahaan

Para wirausahawan menggunakan proses inovasi sebagai alat pemberdayaan sumber-sumber untuk menciptakan suatu nilai barang dan jasa. Proses inovasi dikendalikan oleh kreativitas. Kreativitas merupakan mata rantai antara pengetahuan pengenalan cara baru untuk mengombinasikan sumber-sumber dan proses pengembangan pengetahuan secara sistematis ke dalam suatu inovasi yang digunakan di pasar. Inovasi bahkan dipandang sebagai penciptaan sumber-sumber yang berbentuk penemuan kegunaan sesuatu dalam alam. (Suryana 2013:223)

Manajemen usaha dan bisnis atau manajemen kewirausahaan adalah proses mengelola untuk menciptakan sesuatu yang baru (berbeda dengan yang ada) dengan menggunakan suatu modal baik waktu, tenaga ataupun uang beserta

resiko yang mungkin akan terjadi dengan tujuan untuk mencapai kepuasan, keuntungan serta kebebasan pribadi. Manajemen kewirausahaan menyangkut semua kekuatan perusahaan yang menjamin bahwa usahanya betul-betul eksis. Bila usaha baru ingin berhasil, wirausahawan harus memiliki empat kompetensi, di antaranya mencakup hal-hal berikut:

1. Fokus pada pasar, bukan pada teknologi.
2. Buat ramalan pendanaan untuk menghindari tidak terbiayainya perusahaan.
3. Bangun tim manajemen, bukan menonjolkan perorangan (*not a "one-person" show*).
4. Beri peran tertentu, khusus bagi wirausahawan penemu.

Jika manajemen kewirausahaan menyangkut lingkungan internal perusahaan (keputusan-keputusan taktis), maka *strategi kewirausahaan* menyangkut kesesuaian kemampuan internal dan aktivitas perusahaan dengan lingkungan eksternal, di mana perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi usahanya, wirausahawan biasanya menggunakan salah satu strategi dari empat strategi, sebagai berikut:

1. Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
2. Posisikan produk dan jasa baru tersebut pada pasar ceruk/segmen (*niche market*) yang tidak terlayani.
3. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil, tetapi bias bertahan.
4. Mengubah karakteristik produk, pasar, atau industri.

Strategi pertama, sering dipilih wirausahawan, meskipun paling berisiko. Setelah strategi pertama sukses, selanjutnya mempertahankan posisi kepemimpinan pasar (*market leader*).

Strategi kedua, menyangkut pengembangan keterampilan untuk menanggapi peluang yang diciptakan oleh perusahaan yang berada di pasar pertama. Yang sering terjadi adalah banyak peniru (*imitator*) memperbaiki atau memodifikasi

barang dan jasa untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pembeli. Bila demikian, wirausahawan perlu memindahkan daya saingnya ke segmen pasar lain dengan mendominasi segmen pasar kecil yang dipandang perusahaan besar tidak memiliki peluang.

Strategi ketiga, yaitu perubahan karakteristik produk, pasar, atau industri yang berbasis pada inovasi. Strategi ini dilakukan dengan mengubah produk dan jasa yang sudah ada, misalnya mengubah manfaat, nilai, dan karakteristik ekonomi lainnya. Strategi ini menciptakan inovasi dengan salah satu cara berikut:

1. Menciptakan manfaat
2. Meningkatkan nilai inovasi.
3. Beradaptasi dengan lingkungan social ekonomi pelanggan.
4. Menyajikan apa yang dianggap bernilai oleh pelanggan. (Suryana 2013:224)

Dengan demikian, perusahaan dapat bersaing apabila secara konsisten dan berkesinambungan memperbaiki produk, barang, dan jasa atau proses itu sendiri. (Suryana 2013:225)

2.1.4 Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut (Vinanda Permata, 2013:3) definisi pengembangan usaha menurut para ahli sebagai berikut:

1. Brown dan Petrello
Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.
2. Steinfeld
Pengembangan usaha adalah aktifitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen yang memiliki badan usaha,

maupun perorangan yang tidak memiliki badan hukum maupun badan usaha seperti, pedagang kaki lima yg tidak memiliki surat izin tempat usaha.

3. Hughes dan Kapoor

Pengembangan usaha ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang jasa guna mendapatkan keuntungan.

Menurut Carol Noore yang dikutip Bygrave dalam Suryana (2013:101), proses perkembangan kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut diawali dengan berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, seperti aspek pendidikan, sosiologi, organisasi kebudayaan, dan lingkungan (Bygrave dalam Suryana 2013:101). Faktor-faktor tersebut membentuk *locus of control*, kreativitas, inovasi, implementasi, dan pertumbuhan sehingga dapat membuat seseorang berkembang menjadi besar (Soeharto Prawirokusumo dalam Suryana 2013:101). Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman. Sementara itu, faktor yang berasal dari lingkungan yang memengaruhi di antaranya model peran, aktivitas dan peluang. Oleh karena itu, kewirausahaan berkembang, maju, dan tumbuh melalui proses yang dipengaruhi oleh lingkungan, organisasi, dan keluarga. (Suryana 2013:101)

2.1.4.1 Unsur-unsur mengembangkan usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada dua unsur yaitu unsur yang pertama berasal dari dalam (pihak internal) dan unsur yang kedua yaitu unsur dari pihak luar (pihak eksternal).

Unsur dari dalam (pihak internal):

1. Adanya niat dari pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usaha menjadi lebih besar.

2. Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain-lain.
3. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk.

Unsur dari pihak luar (pihak eksternal):

1. Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
2. Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
3. Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha.
4. Harga dan kualitas adalah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah.
5. Cakupan jajaran produk.

Suatu jajaran produk atau jasa yang bervariasi memungkinkan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dalam satu tempat saja. Hal ini juga bisa mendorong perekonomian yang pada gilirannya akan memberi untung pada konsumen. Namun sebaliknya, sebuah jajaran produk yang sedikit memungkinkan untuk menggali potensi produk tersebut dengan lebih dalam, mungkin termasuk banyak alternatif untuk jenis produk yang sama. Variasi produk yang sedikit juga bisa disandingkan dengan keahlian yang seksama. Sedangkan Kreativitas merupakan salah satu unsur penting yang perlu dijadikan sebagai salah satu karakter dalam mengelola bisnis. Kreativitas akan memberikan banyak kontribusi bagi pengembangan sebuah bisnis usaha. Usaha bisnis sangat perlu dikelola secara kreatif oleh pemiliknya dalam segala aspek, mulai dari ide dan produksi.

2.1.4.2 Aspek-aspek mengembangkan usaha

Pengembangan usaha yang terdiri dari aspek strategi, manajemen pemasaran, dan penjualan, seperti:

1. Aspek strategi:

Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada dan / atau diharapkan) oleh konsumen, menciptakan pasar baru, Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.

2. Aspek manajemen pemasaran:

Menembus dan menguasai pangsa pasar, mengolah situasi atau peluang pasar yang ada dengan teliti, memasarkan produk dengan jaringan yang luas seperti impor produk ke luar negeri, Membuat strategi pemasaran yang dapat membuat konsumen membeli produk kita , seperti memasang iklan , brosur, dan lain-lain.

3. Aspek penjualan:

Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut penjualan dan banyak volume produk yang akan dijual.

2.1.4.3 Hambatan Pengembangan Usaha

Adapun hambatan dalam pengembangan usaha:

1) Faktor kurangnya permodalan

Permodalan merupakan faktor utama yang diperlukan untuk mengembangkan suatu unit usaha. Kurangnya permodalan, oleh karena pada umumnya usaha kecil dan menengah merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas, sedangkan modal pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya sulit diperoleh karena

persyaratan secara administratif dan teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

2) Kesulitan dalam pemasaran produk

Kesulitan memasarkan produk dapat berakibat berlebihan penyimpanan produk di gudang atau over produk. Sehingga tidak ada pemasukkan bagi si pengusaha.

3) Persaingan usaha yang semakin ketat

Persaingan usaha yang semakin ketat mendesak para pengusaha bersaing dengan pengusaha lainnya, hal ini jika tidak diantisipasi maka pengusaha yang kalah bersaing akan mengalami gagal produk.

4) Kesulitan bahan baku

Kesulitan dalam bahan baku adalah faktor yang sangat vital dalam proses pengembangan usaha. Jika tidak ada bahan baku maka akan dipastikan secara perusahaan tidak bisa melakukan kegiatan usahanya.

5) Kurangnya keahlian teknis dan tenaga ahli

Yang terakhir yaitu kurangnya teknis dan tenaga ahli menjadi permasalahan dalam pengembangan usaha karena jika kurang teknis dan tenaga ahli dalam mengerjakan produk akan semakin lama prosesnya.

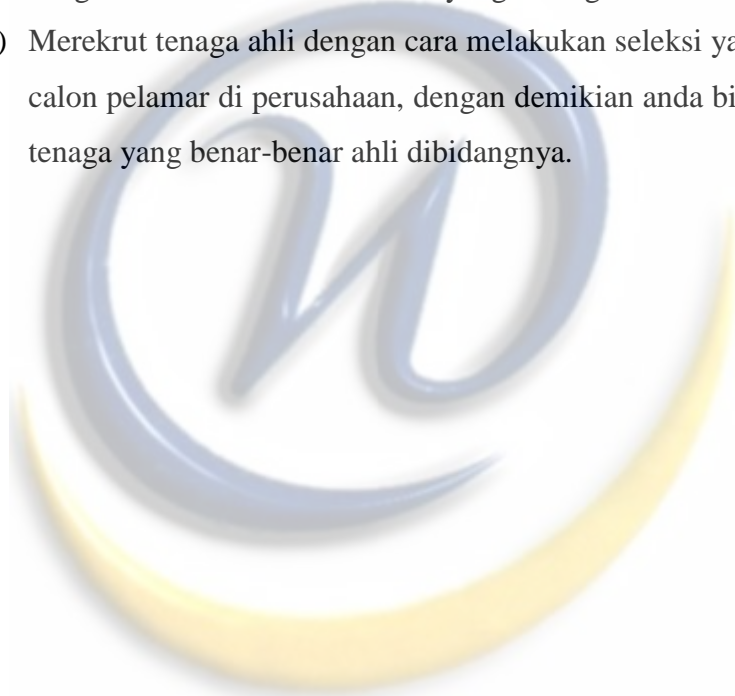
2.1.4.4 Solusi Pengembangan Usaha

Adapun solusi dalam pengembangan usaha:

- 1) Modal dapat diperoleh bukan hanya dari dalam tetapi bisa juga dari luar seperti dari pinjaman bank, hibah, dan sebagainya.
- 2) Membuat saluran pemasaran yang luas seperti memasarkan barang tidak hanya di dalam negeri saja tetapi jika bisa diekspor ke luar

negeri. Dengan begitu produk kita akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat.

- 3) Menerapkan strategi usaha diantaranya seperti yang telah dibahas sebelumnya seperti menerapkan strategi penjualan contohnya membuat diversifikasi produk, menemukan produk baru dan sebagainya.
- 4) Membuat lokasi usaha dengan mempertimbangkan mudahnya memperoleh suatu bahan baku untuk mengembangkan usaha atau dengan kata lain memilih lokasi yang strategis dalam usaha.
- 5) Merekrut tenaga ahli dengan cara melakukan seleksi yang ketat kepada calon pelamar di perusahaan, dengan demikian anda bisa mendapatkan tenaga yang benar-benar ahli dibidangnya.



2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul	Simpulan
1	Endang Purwanti Sumber: http://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/65	2012	PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, MODAL USAHA, STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI DESA DAYAAN DAN KALILONDO SALATIGA	Karakteristik wirausaha dapat berpengaruh terhadap perkembangan usaha, modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan.
2	Reni Shinta Dewi Sumber: https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/5352/4807	2013	PENGARUH FAKTOR MODAL PSIKOLOGIS, KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR, INOVASI, MANAJEMEN SUMBERDAYA MANUSIA, DAN KARAKTERISTIK UKM TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PEDAGANG DIPASAR TRADISIONAL (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar	Jenis penelitian ini adalah explanatory research. Analisis data menggunakan uji regresi linier. Hasil uji analisis regresi didapat bahwa variabel modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi.

			Peterongan)	
3	<p>Fitriani Prastiawati & Emile Satia Darma</p> <p>Sumber: http://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/1744/pdf_32</p>	2016	<p>Peran Pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Terhadap Perkembangan Usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Anggotanya dari Sektor Mikro Pedagang Pasar Tradisional</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembiayaan BMT pada pedagang pasar tradisional yang menjadi anggota BMT di Bantul.</p>
4	<p>Novan Gandhiar</p> <p>Sumber: http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jcc/article/view/3933</p>	2013	<p>PERAN KREDIT BPR BANK PASAR PADA PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA PONTIANAK</p>	<p>pinjaman modal kerja yang diberikan oleh BPR Bank Pasar berperan positif terhadap perkembangan usaha pelaku usaha mikro, kecil dan menengah.</p>

5	<p>Muh. Barid Nizaruddin Wajdi Yuli Choirul Ummah Devit Etika Sari</p> <p>Sumber: http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijebd/article/view/350</p>	2017	<i>UKM Development Business Loan</i>	<p><i>The aim for this paper is a) to identify the difficulties and problems faced by UKM in obtaining venture capital loans. b) Determining the strategy of development of UKM through increased ease of working capital credit facilities through credit channeling institution.</i></p>
6	<p>Hansing</p> <p>Sumber: http://www.diss.fu-berlin.de/docs/receive/FU_DOCS_document_000000_020177</p>	2014	<i>The Role and Impact of Remittances on Small Business Development during Cuba's Current Economic Reforms</i>	<p><i>This paper explores the extent to which Cuban remittance recipients are responding to the Cuban government's current economic reforms which seek to incentivize entrepreneurial activities as an economic growth strategy and state liberalization policy.</i></p>
7	<p>Philip Shapira</p> <p>Sumber:</p>	2016	<i>Graphene enterprise: mapping innovation and business</i>	<p><i>This paper explores enterprise development and</i></p>

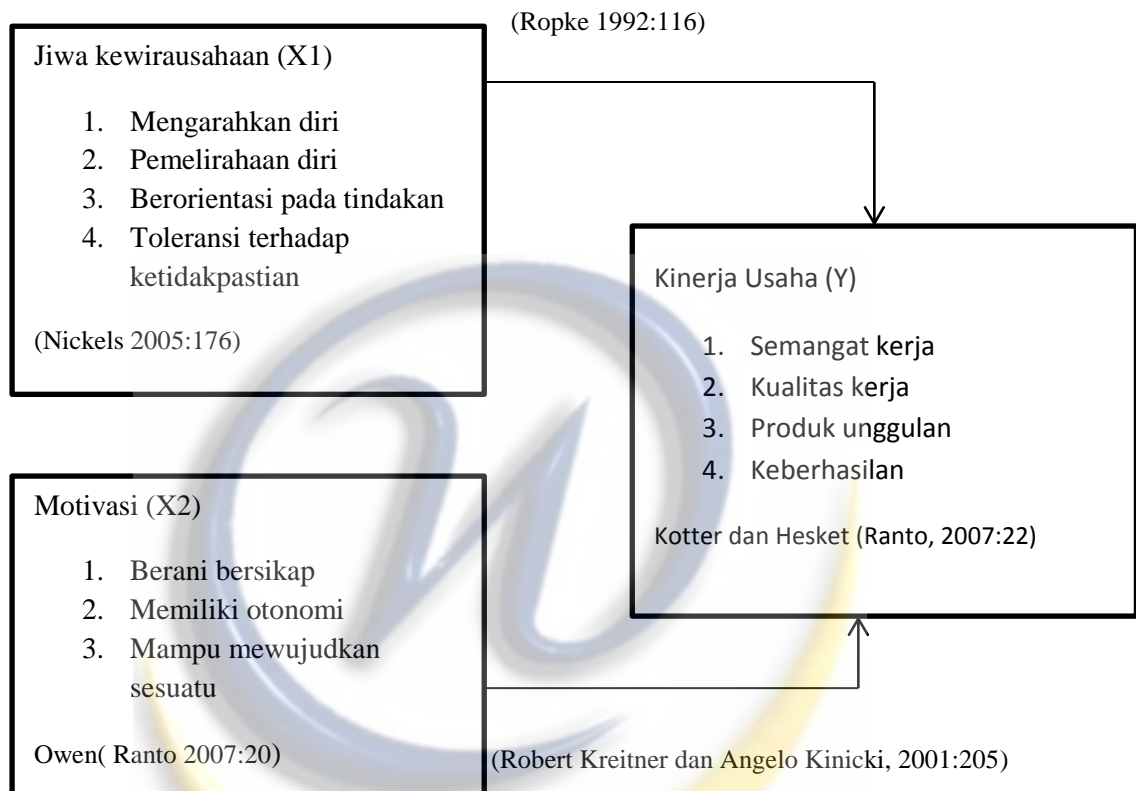
	https://link.springer.com/article/10.1007/S11051-016-3572-1		<i>development in a strategic emerging technology</i>	<i>commercialization in the field of graphene. Firm characteristics and relationships, value chain positioning.</i>
--	---	--	---	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Setiap pengusaha bertujuan untuk berhasil dalam usahanya yang memungkinkan keberhasilan mendorong pengusaha untuk memperbarui semangat dalam berusaha dan mencapai kinerja usaha yang maksimal. Kinerja usaha adalah ukuran bagi pengusaha dalam menentukan prestasi dan dilihat dari semangat kerja, kualitas kerja, produk unggulan dan keberhasilan. Dalam mencapai kinerja usaha yang maksimal diperlukan faktor pendorong dalam diri pengusaha, yaitu suatu semangat yang dikenal dengan jiwa kewirausahaan dan motivasi. Motivasi berusaha merupakan faktor yang mendorong orang untuk bertindak dengan cara tertentu atau kondisi mental yang mendorong dilakukannya suatu tindakan untuk menciptakan suatu kenyataan akan pikiran-pikiran kreatif yang tercipta dari jiwa kewirausahaan yang ada di dalam dirinya. Menurut Nickels (2005) jiwa kewirausahaan terdiri dari mengarahkan diri, percaya diri, energik dan toleransi terhadap ketidakpastian. Motivasi menurut Owen (Ranto 2007:20) terdiri dari berani bersikap, memiliki otonomi dan mampu mewujudkan sesuatu dan kinerja usaha menurut (Robert Kreitner dan Angelo Kinicki, 2001:205) memiliki 4 indikator yaitu semangat kerja, kualitas kerja, produk unggulan, keberhasilan usaha.

2.3.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyusun suatu kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.1 Paradigma Kerangka Pemikiran

Sumber: (http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/525/jbptunikompp-gdl-winajunian-26203-4-unikom_w-i.pdf)