

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 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. Gary dan Rue (2015:1) Manajemen adalah suatu kegiatan yang pelaksanaannya adalah managing atau pengelolaan sedangkan pelaksanaannya disebut manajer atau pengelola
2. Drs. H. Malayu S.P Hasibuan (2011:2-3) Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.
3. 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.

Dari 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.

### 2.1.2 Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen itu sendiri mengandung arti bahwa dari berbagai elemen dasar yang ada dan sedang didalam proses manajemen itu sendiri yang menjadi sebuah patokan bagi manajer untuk melaksanakan tugasnya. Menurut buku karya Louis A Alen yang berjudul *The Professional Management*, manajemen mempunyai beberapa fungsi diantaranya:

1. *Planning* (Fungsi Perencanaan), yaitu suatu aktivitas menyusun tujuan perusahaan lalu dilanjutkan dengan menyusun berbagai rencana-rencana guna mencapai tujuan perusahaan yang sudah ditentukan. *Planning* dilaksanakan dalam penentuan tujuan organisasi secara keseluruhan dan merupakan langkah yang terbaik untuk mencapai tujuannya itu.
2. *Organizing* (Fungsi Perngorganisasian), yaitu suatu aktivitas pengaturan dalam sumber daya manusia dan sumber daya fisik lainnya yang dimiliki oleh perusahaan untuk bisa melakukan rencana yang sudah ditetapkan dan mencapai tujuan utama perusahaan. Dalam bahasa yang lebih sederhana *organizing* merupakan seluruh proses dalam mengelompokkan semua orang, alat, tugas tanggung-jawab dan wewenang yang dimiliki sedemikian rupa hingga memunculkan kesatuan yang bisa digerakkan dalam mencapai tujuan.
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 *Controlling* merupakan kegiatan dalam menilai sautu kinerja yang berdasarkan pada standar yang sudah dibuat perubahan atau suatu

perbaikan apabila dibutuhkan, aktivitas dalam fungsi pengendalian ini misalnya :

1. Mengevaluasi indikator yang sudah ditetapkan
2. Menempuh langkah klarifikasi serta koreksi atas terjadinya penyimpangan yang ditemukan.
3. Memberi alternatif solusi atas masalah terjadi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.

## **2.2 Pengertian Kewirausahaan**

Pada hakikatnya setiap insan telah tertanam jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya. Kita sering menyaksikan berbagai aktivitas seseorang atau sekelompok orang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli sejumlah barang. Gambaran tersebut merupakan gambaran kegiatan seorang wirausahawan dalam kesehariannya yang menjalankan aktivitas tanpa rasa canggung, takut, malu ataupun minder. Semua yang mereka lakukan diperoleh dari pengalaman yang pernah mereka lakukan atau pengalaman orang lain.


Menurut Kasmir (2006:16), wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti.

Menurut Alma (2011:5), wirausahawan adalah seorang innovator, sebagai individu yang mempunyai naluri untuk melihat peluang-peluang mempunyai semangat, kemampuan dan pikiran untuk menaklukan cara berpikir lamban dan malas.

Menurut Schumpeter dalam Alma (2011:24), wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku

baru. Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab. Berikut adalah gambar menuju kewirausahaan sukses menurut Steinhoff dalam Suryana (2014:108):

**Tabel 2.1**  
**Langkah Menuju Keberhasilan Kewirausahaan**

|                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>SUKSES</b></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki visi dan tujuan usaha.</li> <li>2. Berani mengambil resiko waktu dan uang.</li> <li>3. Merencanakan, mengorganisasikan dan menjalankan.</li> <li>4. Bekerja Keras.</li> <li>5. Membangun hubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok dan yang lainnya.</li> <li>6. Bertanggung jawab atas kesuksesan dan kegagalan.</li> </ol> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Sumber: Steinhoff & John (1993:38).

### **2.2.1 Faktor-faktor Pendorong Keberhasilan Wirausaha**

Menurut Suryana (2014:108), keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang yang memiliki kemauan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki keamauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
3. Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

Jadi, kemampuan berwirausaha merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras dan keberanian menghadapi resiko untuk memperoleh peluang.

Lambing dan Kuehl dalam Suryana (2014:109), mengemukakan tentang beberapa faktor kunci untuk mengembangkan produk, yaitu mencakup hal-hal sebagai berikut.

1. Lakukanlah riset pasar secara memadai.
2. Memuaskan suatu kebutuhan.
3. Memiliki suatu keunggulan produk yang tinggi.
4. Gunakanlah harga dan kualitas yang tepat sejak pertama kali.
5. Gunakanlah saluran distribusi yang tepat

Clelland dalam Handayani (2013:42) menggolongkan dua faktor yang menentukan keberhasilan wirausaha, antara lain:

#### 1. Faktor Internal, meliputi:

##### a. Motivasi

Keberhasilan kerja membutuhkan motif-motif untuk mendorong atau memberi semangat dalam pekerjaan. Motif itu meliputi motif untuk kreatif dan inovatif yang merupakan motivasi yang mendorong individu mengeluarkan pemikiran spontan dalam menghadapi suatu perubahan dengan memberi alternatif yang berbeda dari yang lain. Motif lain

yaitu motif untuk bekerja yang ada pada individu agar mempunyai semangat atau minat dalam memenuhi kebutuhan serta menjalankan tugas dalam pekerjaan.

b. Pengalaman atau pengetahuan

Ketika seseorang bekerja pastinya membutuhkan pengetahuan lebih mengenai pekerjaan yang akan dilakukannya. Sedangkan pengalaman muncul setelah individu tersebut mencari tahu mengenai pekerjaan yang dia kerjakan sebanyak mungkin. Wirausaha yang berpengalaman jeli melihat banyak jalan untuk mengembangkan potensi usahanya.

c. Kepribadian

Kepribadian yang rapuh akan berdampak negatif terhadap pekerjaan. Pribadi yang berhasil yaitu apabila seseorang dapat berhubungan baik dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya secara wajar dan efektif.

2. Faktor Eksternal, meliputi:

a. Lingkungan keluarga Keadaan keluarga dapat mempengaruhi keberhasilan usaha seseorang. Ketegangan dalam kehidupan keluarga akan menurunkan produktivitas kerja seseorang. Lingkungan keluarga yang harmonis dalam interaksinya akan membantu memotivasi kesuksesan dan meningkatkan produktivitas kerja.

b. Lingkungan tempat bekerja Lingkungan tempat dimana seseorang menjalani usahanya mempunyai pengaruh yang cukup penting dalam menjalankan usaha. Lingkungan ini dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu:

1. Situasi kerja secara fisik Seorang wirausaha dapat menciptakan pekerjaannya dalam situasi apapun melalui bakat dan keterampilan yang dimiliki terutama dalam mencari peluang atau mengambil inisiatif agar usahanya bisa maju

## 2. Hubungan dengan mitra kerja

Menjaga hubungan baik dengan teman kerja yang merupakan mitra akan mempermudah dalam mendukung atau memotivasi untuk dapat menyelesaikan konflik dengan baik merupakan sesuatu yang mendasar dalam pekerjaan

### 2.2.2 Objek Studi Kewirausahaan

- a. Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha.
- b. Kemampuan memotivasi diri.
- c. Kemampuan berinisiatif.
- d. Kemampuan berinovasi.
- e. Kemampuan membentuk modal material, sosial dan intelektual.
- f. Kemampuan mengatur waktu dan membiasakan diri.
- g. Kemampuan mental yang dilandasi agama.
- h. Kemampuan membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun menyakitkan.

### 2.2.3 Manfaat Kewirausahaan

Dari beberapa penelitian mengidentifikasi bahwa pemilik bisnis mikro, kecil, atau percaya bahwa mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan lebih membanggakan daripada bekerja di suatu perusahaan besar. Sebelum mendirikan usaha, setiap calon wirausaha sebaiknya mempertimbangkan manfaat kepemilikan bisnis mikro, kecil atau menengah.

Thomas W Zimmerer et al. (2005) merumuskan manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan

mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna untuk untuk mewujudkan cita-citanya.

2. Memberi peluang melakukan perubahan Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai, dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk mengombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dengan sosial dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya Banyak orang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seorang wirausahawan, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri

#### **2.2.4 Motivasi Berprestasi kewirausahaan**

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Menurut Ahmadi (2004) dalam Bayu (2011:98), motivasi merupakan dorongan yang telah terikat pada suatu tujuan.

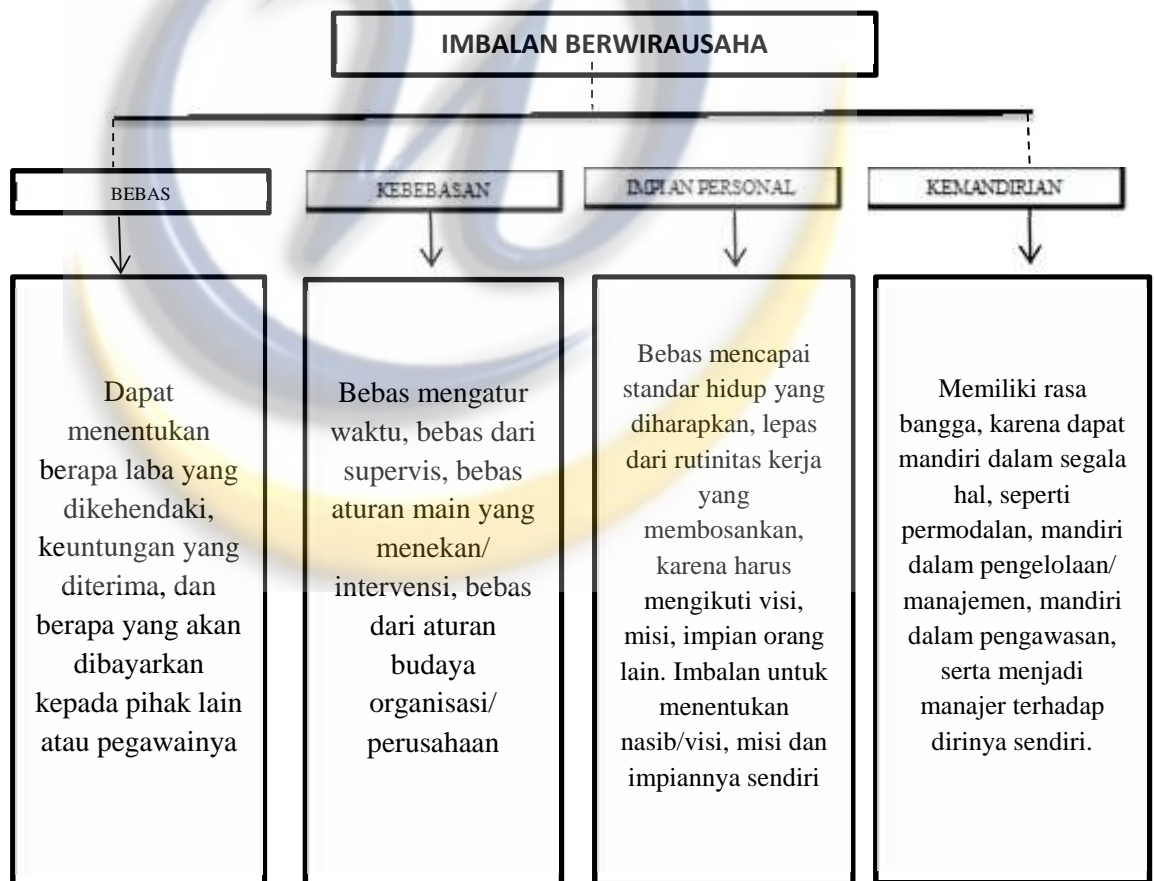


Gerungan (1966) dalam Bayu (2011:99), menyatakan bahwa motivasi merupakan dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Motivasi untuk menjadi seorang wirausaha biasanya muncul dengan sendirinya, setelah memiliki bekal cukup untuk mengelola usaha dan siap mental secara total.

Motivasi seseorang untuk menjadi wirausahawan antara lain :

1. Laba
2. Kebebasan
3. Impian Personal
4. Kemandirian

Dari empat hal tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Imbalan Berwirausaha**

Sumber: Saiman (2012:26).

Banyak teori untuk memahami motivasi. Salah satu teori yaitu proses, yang berusaha menjelaskan proses munculnya hasrat seseorang untuk menampilkan tingkah laku tertentu. Teori ini sebagai berikut:

1. Teori Hierarki Kebutuhan dari Abraham H. Maslow
  - a. Memuaskan kebutuhan dasar.
  - b. Memuaskan kebutuhan rasa aman
  - c. Memuaskan kebutuhan sosial
  - d. Memuaskan kebutuhan penghargaan.
  - e. Memuaskan Kebutuhan pengakuan diri
2. Teori motivasi pemeliharaan/Hiegeness dari Frederik Herzberg
  - a. Kemajuan dan peningkatan
  - b. Tanggung jawab
  - c. Pekerjaan kreatif dan menantang
  - d. Penghargaan
  - e. Prestasi.
3. Teori Prestasi dari David Mc. Clelland
  - a. Kebutuhan akan Persahabatan
  - b. Kebutuhan akan kekuasaan
  - c. Kebutuhan akan prestasi.

Wirausahawan yang berhasil ialah mereka yang mempunyai motif berprestasi tinggi (*High nach person*) yaitu:

- a. Mempunyai komitmen dan tanggung jawab terhadap pekerjaan
- b. Cenderung memilih tantangan
- c. Selalu jeli melihat dan memanfaatkan peluang
- d. Objektif dalam setiap penilaian
- e. Selalu memerlukan umpan balik
- f. Selalu optimis dalam situasi kurang menguntungkan
- g. Berorientasi laba
- h. Mempunyai kemampuan mengelola secara proaktif.

Sikap dan motivasi merupakan bagian yang saling berkaitan dalam keseluruhan organisasi kepribadian individu. Sikap dan motivasi memiliki hubungan timbal balik yang akan menunjukkan kecenderungan berperilaku untuk memenuhi tercapainya pemuas kebutuhan.

Menurut Suryana (2011:102), Motivasi untuk memenuhi kebutuhan karakter yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yaitu:

a. Pekerja Keras (*Hard Worker*)

Kerja keras merupakan modal dasar untuk keberhasilan seseorang. Setiap pengusaha yang sukses selalu menempuh saat-saat ia harus bekerja membanting tulang dalam merintis perusahaannya. Entrepreneur sejati tidak pernah lepas dari kerjanya, pada saat tidur pun otaknya bekerja dan berpikir akan bisnisnya. Sikap kerja keras harus dimiliki oleh seorang wirausahawan.

b. Tidak Pernah Menyerah (*Never Surrender*)

Seorang wirausaha jangan loyo, pasrah menyerah tak mau berjuang. Kita harus punya semangat tinggi, mau berjuang untuk maju. Belajar dari kegagalan itu penting.

Pertama, mengenai kegagalan bahwa kita belum gagal sebelum memutuskan berhenti.

Kedua, kegagalan tidak mampu menghancurkan gairah hidup jika kita yakin masih ada hari esok.

Ketiga, kegagalan juga tak akan menghilangkan motivasi dan antusiasme berkarya bila diterima sebagai umpan balik untuk memfokuskan usaha selanjutnya.

Keempat, kegagalan juga tak akan mampu menghancurkan semangat juang bila kita menghadapinya dengan selera humor tinggi. Kelima, kegagalan juga tidak akan mampu menghancurkan bila dianggap sebagai bagian dari pengalaman hidup supaya lebih arif.

c. Memiliki Semangat (*Spirit*)

Semangat kewirausahaan yang perlu sekali dimasyarakatkan dan dibudayakan pada dan oleh para pemimpin pada umumnya dan dibudayakan pada dan oleh para pemimpin sebagai berikut:

1. Kemauan kuat untuk berkarya dengan semangat mandiri
2. Mampu membuat keputusan yang tepat dan berani mengambil resiko.
3. Kreatif dan inovatif
4. Tekun, teliti dan produktif
5. Berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat.

d. Memiliki Komitmen (*Comitted*)

Porter (Mowday 1982:27), mendefinisikan komitmen sebagai kekuatan yang bersifat realtif dari individu dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya. Hal ini dapat ditandai dengan tiga hal, yaitu:

1. Penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi.
2. Kesiapan dan kesediaan berusaha dengan sungguh-sungguh atas nama organisasi.
3. Keinginan untuk mempertahankan usahanya.

### 2.2.5 Hakekat Kewirausahaan

Meskipun sampai saat ini belum ada makna yang persis sama, pada umumnya kewirausahaan memiliki hakikat yang hampir sama, yaitu merujuk pada sifat, watak, ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan entrepreneurship, yang dapat diartikan sebagai “*the backbone of ecomomy*“ yaitu sebagai syaraf pusat perekonomian serta “*the tailbone of economy*” yaitu pengendali perekonomian suatu bangsa. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi resiko

yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

### 2.2.6 Karakteristik Wirausaha

Seorang wirausahawan haruslah mampu melihat ke depan. Melihat ke depan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. 15 Marbun dalam Alma (2011:52) mengemukakan untuk menjadi wirausahaan, seseorang harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Sifat yang Perlu Dimiliki Wirausaha**

| Ciri-ciri                          | Watak                                                                                                                                                                |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Percaya diri                    | 1. Kepercayaan (keteguhan)<br>2. Tidak tergantung, kepribadian mantap<br>3. Optimisme                                                                                |
| 2. Berorientasikan tugas dan hasil | 1. Kebutuhan atau haus akan prestasi<br>2. Berorientasi laba atau hasil<br>3. Tekun dan tabah<br>4. Tekad, kerja keras, motivasi<br>5. Energik<br>6. Penuh inisiatif |
| 3. Pengambilan resiko              | 1. Mampu mengambil resiko<br>2. Suka pada tantangan                                                                                                                  |
| 4. Kepemimpinan                    | 1. Mampu memimpin<br>2. Dapat bergaul dengan orang lain<br>3. Menanggapi saran dan kritik                                                                            |
| 5. Keorisinilan                    | 1. Inovatif (pembaharuan)<br>2. Kreatif<br>3. Fleksibel<br>4. Banyak sumber<br>5. Serba bisa<br>6. Mengetahui banyak                                                 |
| 6. Berorientasi ke masa depan      | 1. Pandangan ke depan<br>2. Perseptif                                                                                                                                |

Sumber: (BN. Marbun, 1993:63)

1. **Percaya Diri**

Percaya diri dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain. Akan tetapi, saran-saran orang lain jangan ditolak mentah-mentah, pakai itu sebagai masukan untuk dipertimbangkan, kemudian anda harus memutuskan segera. Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, dia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif dan kritis. Dia tidak begitu saja menyerap pendapat atau opini orang lain, tetapi dia mempertimbangkan secara kritis. Emosionalnya boleh dikatakan sudah stabil, tidak gampang tersinggung dan naik pitam, tingkat sosialnya tinggi dan mau menolong orang lain.

Berorientasi pada Tugas dan Hasil

2. Orang ini tidak mengutamakan prestise dulu, prestasi kemudian. Akan tetapi, ia gandrung pada prestasi baru kemudian setelah berhasil prestisenya akan naik. Anak muda yang selalu memikirkan prestise lebih dulu dan prestasi kemudian tidak akan mengalami kemajuan. Berbagai motivasi akan muncul dalam bisnis jika kita berusaha menyingkirkan prestise. Kita akan mampu bekerja kras, enerjik, tanpa malu dilihat teman, asal yang kita kerjakan itu pekerjaan halal.

3. **Pengambilan Resiko**

Wirausaha juga penuh resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku, dan sebagainya. Namun, semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang, membuat pertimbangan dari segala macam segi, maka berjalanlah terus dengan tidak lupa berlindung kepada-Nya.

4. **Kepemimpinan**

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu. Namun sekarang ini, sifat kepemimpinan sudah banyak dipelajari dan dilatih. Ini tergantung kepada masing-masing individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang ia pimpin. Pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dari bawahan, ia harus bersifat responsif.

5. Keorisinilan

Sifat orisinil ini tentu tidak selalu ada pada diri seseorang. Orisinil disini ialah ia tidak hanya mengekor pada orang lain, tetapi memiliki pendapat sendiri, ada ide yang orisinil, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Bobot kreativitas orisinil akan tampak sejauh manakah ia berbeda dari apa yang sudah ada sebelumnya.

6. Berorientasi ke Masa Depan

Seorang wirausaha harus perspektif, mempunyai visi ke depan, apa yang hendak ia lakukan, apa yang ingin ia capai, sebab sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara tetapi untuk selamanya. Untuk menghadapi pandangan jauh kedepan, seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

7. Kreativitas

Kreativitas tinggi harus dimiliki setiap individu dalam bidang yang digeluti tak terkecuali dalam dunia wirausaha. Kewirausahaan merupakan gabungan kreativitas, inovasi dan keberanian hadapi resiko dengan bekerja keras membentuk dan memelihara usaha. Keberhasilan wirausaha akan tercapai apabila didukung dengan beragam faktor termasuk kreativitas. Kreativitas dapat dilatih dan bukan anugerah sejak lahir. Maka latih dan tingkatkan kreativitas anda untuk sukses.

8. Konsep 10 D dari Bygrave

- a. *Dream*, seorang wirausaha mempunyai visi bagaimana keinginannya terhadap masa depan pribadi dan bisnisnya

dan yang paling penting dia mempunyai kemampuan untuk mewujudkan impiannya.

- b. *Decisiveness*, seorang wirausaha adalah orang yang tidak bekerja lambat. Mereka membuat keputusan secara cepat dengan penuh perhitungan yang merupakan kunci dalam kesuksesan bisnisnya.
- c. *Doers*, mereka melaksanakan kegiatannya secepat mungkin yang dia sanggup artinya seorang wirausaha tidak mau menunda-nunda kesempatan yang dapat dimanfaatkan.
- d. *Determination*, seorang wirausaha melaksanakan kegiatannya dengan penuh perhatian, rasa tanggung jawab tinggi dan tidak mau menyerah walaupun dia dihadapkan pada halangan dan rintangan yang tidak mungkin diatasi.
- e. *Dedication*, dedikasi seorang wirausaha terhadap bisnisnya sangat tinggi, kadang-kadang dia mengorbankan hubungan kekeluargaan, melupakan hubungan dengan keluarganya untuk sementara.
- f. *Devotion*, merupakan kegemaran atau kegila-gilaan. Seorang wirausaha mencintai pekerjaan bisnisnya. Hal inilah yang mendorong dia mencapai keberhasilan yang sangat efektif untuk menjual produk yang ditawarkan.
- g. *Details*, seorang wirausaha sangat memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci, dia tidak mau mengabaikan faktor-faktor kecil tertentu yang dapat menghambat kegiatan usahanya.
- h. *Destiny*, merupakan orang yang bebas dan tidak mau tergantung pada orang lain.
- i. *Dollars*, motivasinya bukan memperoleh uang. Akan tetapi uang dianggap sebagai ukuran kesuksesan bisnisnya.
- j. *Distribute*, seorang wirausaha bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya terhadap orang-orang



kepercayaannya yang kritis dan mau diajak untuk mencapai sukses dalam bidang bisnis.

### **2.2.7 Kreaktifitas dan Keinovasian Kewirausahaan**

Arti dari kata 'kreatif' sendiri adalah menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain, atau menghubungkan hal-hal yang tadinya tidak berhubungan. Sedangkan arti dari kata 'inovatif' adalah menciptakan sesuatu yang belum pernah ada menjadi ada atau menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda. Hal-hal itulah yang sejatinya diperlukan para wirausahawan. Yang dimaksud dengan wirausahawan adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausahawan. Wirausahawan adalah pionir dalam bisnis, inovator, penanggung resiko yang mempunyai penglihatan visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam berprestasi di bidang usaha. Fungsi kreativitas dalam proses inovasi merupakan pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem.

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.

### 2.3 Pengembangan usaha

Pengembangan usaha adalah ” Tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha“. Sedangkan untuk usaha yang berskala besar dan mapan, terutama di bidang teknologi industri yang terkait “Pengembangan usaha” istilah yang sering mengacu pada pengaturan dan mengelola hubungan strategis dan aliansi dengan yang lain, perusahaan pihak ketiga. Dalam hal ini perusahaan dapat memanfaatkan satu sama lain keahlian , teknologi atau kekayaan intelektual untuk memperluas kapasitas mereka untuk mengidentifikasi, meneliti, menganalisis dan membawa ke pasar bisnis baru dan produk baru, pengembangan bisnis berfokus pada implementasi dari rencana bisnis strategis melalui ekuitas pembiayaan, akuisisi / divestasi teknologi, produk, dan lain – lain .

Ada beberapa definisi pengembangan usaha menurut para ahli, diantaranya:

“Mahmud Mach Foedz Perkembangan usaha adalah perdagangan yg dilakukan oleh sekelompok orang yg terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.”

“Brown dan Petrello Pengembangan Usaha adalah suatu lembaga yg menghasilkan barang dan jasa yg dibutuhkan masyarakat.apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.”

### 2.3.1 Aspek – aspek dalam mengembangkan usaha

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

Aspek strategi

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

### 2.4 Inovasi

Manzano, Kuster, dan Vila (2005) menyatakan bahwa *innovation as a new product created by company specifically for the market*. Inovasi merupakan penciptaan produk baru yang digunakan oleh perusahaan untuk pasar tertentu. Secara sederhana, inovasi didefinisikan sebagai peluncuran sesuatu yang baru. Tujuan meluncurkan sesuatu yang baru kedalam suatu proses adalah untuk menimbulkan perubahan besar yang radikal.

Inovasi, dalam pengertian umum dapat dilihat sebagai proses merancang, mengembangkan dan menerapkan produk baru atau jasa untuk meningkatkan parameter ekonomi, fisik dan logis dalam sebuah proses yang dapat di kelola (Rahman and Ramos, 2010). Inovasi terbuka, disisi lain menggabungkan upaya bersama dari kemampuan dan kemungkinan kombinasi dari beberapa jalur masukan (faktor yang mempengaruhi) selama pengembangan produk atau jasa. Namun, inovasi bukan hanya semacam perubahan dalam suatu entitas. Inovasi dalam hal ini berfokus pada perubahan kualitatif, dan terutama ditargetkan untuk meningkatkan keuntungan pengetahuan yang akan mengakibatkan keuntungan ekonomi. Bukan hanya mengadaptasi hal baru dari seseorang, tapi menciptakan sesuatu sendiri sebagai baru, setidaknya tidak persis dalam bentuk seperti sebelumnya.

Inovasi dapat menggabungkan spesialisasi produk, atau komersialisasi yang ditargetkan, atau suatu penemuan yang disengaja sebagai usaha untuk meningkatkan nilai produk. Mungkin ada produk, layanan, proses atau teknologi inovasi di tingkatan organisasi, atau organisasi di akar rumput, baik itu dipupuk secara kolaboratif. Dalam paradigma membuka inovasi, beradaptasi dengan proses lingkungan global yang akan disebut sebagai open inovasi dengan memasukkan pengetahuan dari dalam atau luar (*crowdsourcing*), menyebabkan pengembangan sepihak atau outsourcing menggabungkan beberapa tahapan pengembangan. Ini bisa mengikuti salah satu saluran yang terpisah, atau menampung lebih dari satu saluran untuk menghasilkan produk inovatif.

Sebagian besar penelitian dalam inovasi terbuka tetap terbatas penargetan *stakeholder* umum melalui pengusaha global utama atau aliansi mereka. Selain itu, beberapa dari mereka secara global utama atau aliansi mereka. Selain itu, beberapa dari mereka secara global mengendalikan seluruh pasar atau sistem pengembangan inovasi terbuka melalui modifikasi proses dan atau diversifikasi sumber daya. Meskipun potensi besar untuk menjangkau para pemangku kepentingan di akar rumput melalui permintaan berakhir terbuka, keragaman produk variasi, dan skala penelitian kapasitas ekonomi utama kontemporer terbatas terhadap pola generik berorientasi klien.

Inovasi, menurut Rahman dan Ramos (2010) disebut sebagai pengembangan, pembuatan dan pelaksanaan produk baru, proses atau jasa, yang bertujuan untuk meningkatkan keuntungan efisiensi, efektifitas atau kompetitif. Istilah ini mungkin berlaku untuk produk, jasa, proses manufaktur, proses manajerial atau desain organisasi. Hal ini paling sering dilihat pada tingkat produk atau proses meningkatkan efisiensi dan efektifitas organisasi. Inovasi tersambung pada kreatifitas dan penciptaan ide-ide baru, dan melibatkan pengambilan ide-ide baru dan mengubahnya menjadi kenyataan melalui penemuan, penelitian dan pengembangan produk baru.

Inovasi dapat didorong oleh teknologi, pasokan permintaan, proses, desain, nilai keberlanjutan, ekonomi, budaya, atau peraturan. Produk ini dapat berkisar dari dukungan, komunikasi antar-pribadi, peralatan atau aksesoris alam tertentu, atau menyediakan item pendorong, seperti penargetan elektronik dan produk komunikasi, industri *fashion*, alat rumah tangga, konstruksi atau item kreatif di alam. Selain itu, inovasi adalah kegiatan untuk beradaptasi dengan dinamika tren pasar global, dan terutama mampu tumbuh, menyesuaikan, memodifikasi, atau berinovasi pada kecepatan yang sama atau lebih cepat dari lingkungan ekonomi lingkungan (Clark dan Gottfredson, 2008). Selain itu, organisasi harus memiliki kompetensi untuk melakukan tantangan hari ini, hari ini masalah lain akan terkumulasi, besok menjadi tugas yang lebih kompleks yang mungkin menyebabkan menjadi dapat diatasi (Chesbrogh, Vanhaverbeke, dan West, 2006)

inovasi produk dapat dijadikan sebagai sumber dari keunggulan bersaing perusahaan. Beberapa indikator yang digunakan untuk menilai inovasi produk adalah kultur inovasi, inovasi teknis, dan inovasi produk. Kultur inovasi adalah budaya inovasi yang ada di perusahaan. Inovasi teknis adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk. Inovasi produk adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan pelanggan.

Dari pengertian inovasi di atas, maka sesuatu dikatakan inovatif apabila memenuhi ketiga syarat sebagai berikut:

1. Baru.
2. Berbeda dari yang sudah ada.
3. Bermanfaat bagi inovator dan orang lain.

#### **2.4.1 Pengertian inovasi menurut *Stephen Robbins***

Menurut *Stephen Robbins*(2014), pengertian inovasi adalah gagasan baru yang di gunakan untuk memperbaiki jenis sebuah jenis produk ataupun jasa. *Stephen Robbin* mengkhususkan inovasi pada 3 (tiga) hal berikut :

1. Inovasi adalah gagasan baru dimana gagasan baru tersebut berasal dari cara pemikiran seseorang untuk melihat fenomena yang terjadi. Kemudian gagasan atau ide baru tersebut dapat dijadikan sebagai penemuan baru.
2. Produk atau jasa adalah hasil yang berasal dari gagasan baru untuk yang direalisasikan dengan berbagai kajian, penelitian dan percobaan yang dapat menciptakan konsep baru dalam bentuk produk atau jasa.
3. Usaha yang sistematis dan dilakukan untuk melakukan penyempurnaan dan perbaikan secara terus menerus agar inovasi dapat lebih bermanfaat.

#### **2.4.2 Tujuan dan fungsi inovasi**

Beberapa tujuan dan fungsi inovasi :

1. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang sudah ada sehingga produk tersebut memiliki keunggulan dan manfaat dari lebih dari sebelumnya.
2. Inovasi memiliki tujuan untuk mengurangi biaya tenaga kerja. Contohnya adalah sebuah usaha yang sebelumnya menggunakan banyak tenaga kerja kemudian mereka berinovasi menggunakan mesin untuk membantu proses produksi
3. Tujuan inovasi adalah untuk menciptakan pasar baru dengan cara membuka dan memulai usaha yang baru.
4. Dengan inovasi juga dapat memperluas jangkauan produk yang tentunya juga sangat bermanfaat bagi konsumen.
5. Melakukan inovasi juga dapat mengurangi kerusakan lingkungan seperti menggunakan bahan bakar fosil untuk menjalankan mesin kemudian inovasi dilakukan untuk mengganti bahan bakar fosil tersebut.
6. Mengganti produk atau jasa yang telah ada misalkan teknologi handphone yang terus berkembang hingga saat ini. Dengan inovasi-

inovasi baru maka penggunaan handphone tidak hanya di gunakan untuk menelpon atau sms. Tapi sudah berkembang dan dapat di gunakan untuk kebutuhan lainnya.

### 2.4.3 Ciri-ciri inovasi

1. Ciri-ciri inovasi paling utama adalah memiliki ciri yang khas di dalam setiap aspeknya. Apabila sebuah inovasi tidak terdapat kekhasan dan gagasan yang sudah ada sebelumnya maka hal tersebut tidak dapat dikatakan sebagai sebuah inovasi.
2. Ciri-ciri kedua dari inovasi adalah bersifat baru. Sebuah ide atau gagasan dapat dikatakan sebagai sebuah inovasi harus merupakan gagasan atau ide yang baru dan tidak pernah di publikasikan sebelumnya.
3. Ciri-ciri inovasi selanjutnya adalah inovasi harus di ciptakan melalui program yang terencana. Sebuah inovasi biasanya di buat secara terencana untuk mengembangkan hal-hal tertentu. Oleh sebab itu inovasi harus di buat dengan perencanaan dengan matang dan jelas.
4. Ciri inovasi ke empat adalah memiliki tujuan sehingga sebuah inovasi harus memiliki target yang akan di capai. Sifat perubahan dalam inovasi

### 2.4.4 Sifat perubahan dalam inovasi

1. **Pergantian (*Subtitution*)** : contoh inovasi pergantian (subtitution) adalah pergantian bentuk perabotan, mengganti sistem operasi komputer lama dengan sistem operasi komputer yang baru.
2. **Perubahan (*alternation*)** : contoh inovasi perubahan (alternation) adalah mengubah tugas seorang sistem pengajaran seorang pelatih yang sebelumnya hanya mengajarkan teori kemudian cara pengajaran di rubah tidak hanya berorientasi pada teori tapi juga mengajarkan melalui praktek.

3. **Penambahan (*Addition*)** : contoh inovasi penambahan (addition) adalah mengenalkan cara menyusun dan menganalisa item tes objektif di kalangan guru SD dan tidak mengganti dan mengubah sistem yang sudah ada.
4. **Penyusunan kembali (*Restructuring*)** : contoh inovasi penyusunan kembali (restructuring) adalah upaya menyusun kembali susunan peralatan, menyusun kembali susuai dengan ukuran dan daya tampung kelas.
5. **Penghapusan (*Elimination*)** : merupakan upaya menghapus sistem yang lama atau menghapus hal-hal yang tidak diperlukan.
6. **Penguatan (*Reinforcement*)** : upaya untuk meningkatkan atau memantapkan kemampuan dari sesuatu yang sudah ada sehingga dapat berfungsi lebih optimal dan mempermudah untuk mencapai tujuan.

#### **2.4.5. Pentingnya Inovasi dalam menjalankan sebuah bisnis**

1. Inovasi sebagai bentuk penyempurnaan produk atau layanan jasa Melalui sebuah inovasi di dalam penyediaan produk atau layanan jasa bisnis, maka hal terpenting yang paling diharapkan adalah adanya penyempurnaan kualitas dari sebuah produk yang dihasilkan terhadap produk yang sebelumnya sudah ada. Jadi inovasi merupakan suatu bentuk penyempurnaan, bukan merupakan perubahan yang menyebabkan kualitas sebuah produk atau layanan jasa menurun kualitasnya. Kebanyakan orang dalam melakukan sebuah bisnis usaha akan mengurangi kualitas sebuah produk apabila dinilai sudah memiliki jumlah pelanggan yang banyak.

Ini merupakan kesalahan strategi pemasaran yang akan berdampak pada penurunan tingkat penjualan. Idealnya adalah pihak perusahaan melakukan upaya inovasi untuk meningkatkan kualitas produknya dari masa ke semasa dengan tawaran harga yang bersaing di pasaran.



2. Inovasi untuk meningkatkan angka penjualan  
Melalui sebuah inovasi akan muncul produk-produk baru yang barang kali selama ini sudah dinantikan oleh para konsumen. Dengan cara ini, secara otomatis angka penjualan akan meningkat. Konsumen pada umumnya menyukai sebuah produk dengan inovasi baru yang lebih menjawab kebutuhan mereka. Kebutuhan terkadang menjadi hal jauh lebih berharga dari jumlah harga barang itu sendiri. Orang mau membeli sesuatu yang berharga mahal hanya karena tingkat kebutuhan terhadap barang atau layanan jasa tersebut sudah cukup mendesak.
3. Inovasi merupakan bukti kualitas dari perusahaan  
Kualitas memang berhubungan dengan inovasi. Inovasi yang dihadirkan tentunya merupakan hal yang lebih baik dari sebelumnya. Oleh karena itu, semakin sering melakukan inovasi terhadap produk maupun layanan dengan kualitas yang lebih baik, secara langsung juga sudah menunjukkan bahwa perusahaan Anda adalah perusahaan yang mementingkan kualitas. Dari waktu ke waktu melakukan perbaikan terhadap kualitas sebuah produk atau layanan dalam rangka memenuhi kebutuhan para konsumen agar lebih baik lagi.
4. Inovasi sebagai upaya melawan produk atau jasa kompetitor  
Inovasi juga menjadi salah satu bagian dari strategi bisnis untuk melawan adanya produk kompetitor atau pendatang baru yang hadir memberikan saingan terhadap usaha bisnis Anda. Dalam hal ini upaya inovasi menjadi cukup penting apabila Anda tidak menginginkan kerugian besar terhadap penurunan jumlah konsumen akibat adanya produk kompetitor baru. Inovasi akan membuat usaha bisnis Anda tampil lebih fresh, baru dan lain dari pada yang lain. Mengingat begitu pentingnya peran yang dimainkan oleh sebuah fungsi inovasi, maka dalam menjalankan sebuah usaha bisnis, inovasi merupakan salah satu hal yang penting untuk anda jalankan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

| No | Nama                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Tahun | Judul                                                                                                    | Simpulan                                                                                                                                                                                                         |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Ernani Hadiyati surya<br>( <a href="http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240/18108">jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18240/18108</a> )                                                                                                                                                              | 2011  | Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil                                   | Berdasarkan analisis yang dilakukan, kreatifitas dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap kewirausahaan dengan variabel inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kewirausahaan.               |
| 2  | P.Julius F. Nagel<br>( <a href="http://dspace.uph-surabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/156/1217.%20Inovasi%20dan%20Kewirausahaan%20yang.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y">http://dspace.uph-surabaya.ac.id:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/156/1217.%20Inovasi%20dan%20Kewirausahaan%20yang.pdf?sequence=1&amp;isAllowed=y</a> ) | 2012  | Inovasi dan Kewirausahaan yang Berkesinambungan                                                          | Inovasi Keberhasilan wirausaha dicapai apabila wirausaha menggunakan produk, proses, dan jasa-jasa inovasi sebagai alat untuk menggali perubahan. Mengubah tantangan menjadi peluang.                            |
| 3  | Nayda Al-khowarizmi Ryiadi<br>( <a href="https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/18190">https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/18190</a> )                                                                                                                                                                          | 2016  | Kemampuan inovasi memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk IMK sektor industri | orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kemampuan inovasi. Hal ini bermakna semakin besar orientasi kewirausahaan yang dimiliki wirausaha maka akan semakin besar pula kemampuan inovasi |

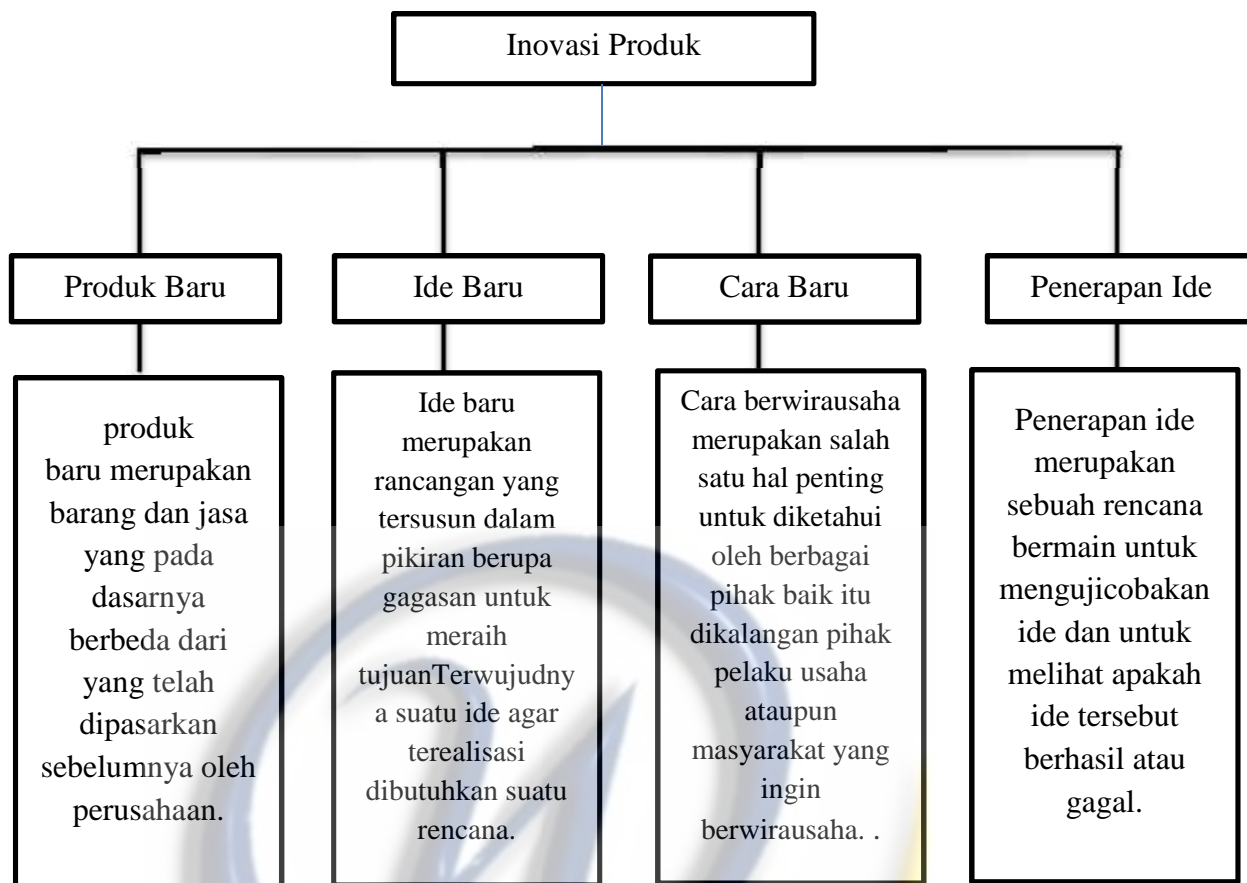
|   |                                                                                                                                                                            |      |                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                            |      | makanan di kota denpasar                                                                         | yang diciptakan oleh wirausahawan IMK sektor industri makanan.                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 4 | MayaRianti<br>( <a href="https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/6304">https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/6304</a> )              | 2015 | Pengaruh pengembangan produk terhadap minat beli konsumen pada vocus evolute                     | Pelaksanaan pengembangan produk pada vocus evolute dapat dikatakan baik karena nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,54 berada pada interval 3,40-4,19                                                                                                                                                                                             |
| 5 | Ratu Marsya Chaerunissa<br>( <a href="https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/6366">https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/6366</a> ) | 2015 | Pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap citra perusahaan pada distro sanels denim   | Variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan pada distro sanels denim. hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara parsial dimana terhitung -17.524 lebih besar dari nilai tabel sebesar -1.999 dan nilai signifikasi yang didapat sebesar 0,027 lebih kecil dari tingkat kekeliruan sebesar 0.05. |
| 6 | Ari Ahmad Fauzi<br>( <a href="https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/3097">https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/3097</a> )         | 2014 | Pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja pada perusahaan pada sentra sepatu dan tas | Pelaksanaan orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja perusahaan pada sentra sepatu dan tas cibaduyut bandung sudah dilakukan dengan baik, hal tersebut didukung oleh hasil                                                                                                                                                                     |

|   |                                                                                                                                                                                                       |      |                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                                       |      | cibaduyut<br>Bandung                                                        | penelitian yang angka-<br>angkanya menunjukkan hasil<br>yang positif                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 7 | Cherroun Reguia                                                                                                                                                                                       | 2016 | Product<br>innovation and<br>the competitive<br>advantage                   | Innovation is considered as<br>one of the success features<br>in the economic companies,<br>it's regarded as the basic<br>element to reach customer<br>satisfaction and to realize<br>their desires. It means<br>finding a new idea which<br>will be implemented for<br>realizing the competitive<br>advantage to the<br>companies, at a time when<br>they have had similar<br>opportunities to present<br>their products with low<br>costs |
| 8 | Heiner<br>Evanschitzky<br>( <a href="https://www.informa.pl/resource/bwmeta1.element.wiley-jpim-v-29-i-S1-jpim964">https://www.informa.pl/resource/bwmeta1.element.wiley-jpim-v-29-i-S1-jpim964</a> ) | 2012 | Success Factors<br>of Product<br>Innovation: An<br>Updated Meta<br>Analysis | Assessing factors that<br>predict new product success<br>(NPS) holds critical<br>importance for companies,<br>as research shows that<br>despite considerable new<br>product investment, success<br>rates are generally below<br>25%.                                                                                                                                                                                                        |
| 9 | Bryan A. Lukas<br>( <a href="http://journals.sa">http://journals.sa</a> )                                                                                                                             | 2012 | The Effect of<br>Market                                                     | On the basis of a sample of<br>U.S. manufacturing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|  |                                                              |  |                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|--------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | gepub.com/doi/abs/10.1177/0092070300282005?journalCode=jama) |  | Orientation on Product Innovation | companies, the authors' analysis shows that product innovation varies with market orientation. Specifically, customer orientation increases the introduction of new-to-the-world products and reduces the launching of me-too products and competitor orientation increases the introduction of me-too products and reduces the launching of line extensions and new-to-the-world products. |
|--|--------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis. Kreativitas dan inovasi merupakan karakteristik yang harus ada dalam diri setiap individu (wirausaha) untuk dapat mengelola usahanya. Inovasi dan kreativitas yang harus ditumbuhkan dalam jiwa para wirausahawan adalah kerja keras, terobosan, dan perbaikan terus-menerus. Hal ini yang mengharuskan setiap pengusaha khususnya bidang kuliner mampu memberikan kreativitasnya dalam berinovasi. Dimensi inovasi yang akan digunakan adalah *product innovation* (inovasi produk) dan *process product* (inovasi proses) (Damapour dalam Soleh, 2008). Uraian dapat digambarkan dalam sebuah kerangka penelitian atau bagan alir, seperti terlihat pada Gambar 2.2



**Gambar 2.2 (kerangka pemikiran inovasi produk)**

1. Produk baru, Menurut Simamora dalam Sinta (2004), produk baru merupakan barang dan jasa yang pada dasarnya berbeda dari yang telah dipasarkan sebelumnya oleh perusahaan. Pengembangan produk baru (*new product development*) adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial.
2. ide baru, adalah rancangan yang tersusun dalam pikiran berupa gagasan untuk meraih tujuan (Anonim, 2012). Sedangkan kewirausahaan menurut Drucker adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Menurut salah satu ahli yakni Thomas W Zimmerer kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan inovasi memecahkan masalah dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Sehingga dapat disimpulkan arti ide dalam konteks kewirausahaan adalah

gagasan kreativitas dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda sebagai sumber keunggulan untuk dijadikan peluang.

3. Cara baru, Cara merupakan salah satu hal penting untuk diketahui oleh berbagai pihak baik itu dikalangan pihak pelaku usaha ataupun masyarakat yang ingin berwirausaha. Berwirausaha sendiri adalah cara untuk melakukan kegiatan yang produktif dan menghasilkan suatu pendapatan. Dimana melakukan suatu wirausaha berarti melakukan proses identifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut berkaitan dengan ide inovatif, peluang, dan berbagai cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Sehingga dari beberapa proses tersebut akan tercipta suatu usaha baru yang dapat bentuk dan dijalankan. Hal tersebutlah yang dinamakan berwirausaha. Seseorang yang sedang atau ingin berwirausaha pada dasarnya harus memiliki beberapa sifat yang berguna untuk mendukung kinerja usaha yang dijalankan. Sifat tersebut seperti memiliki keyakinan, kemandirian, optimisme, dan lain sebagainya.
4. Penerapan ide, merupakan sebuah rencana bermain untuk mengujicobakan ide dan untuk melihat apakah ide tersebut berhasil atau gagal. Ini berarti bertanya, “bagaimana ide tersebut dapat menimbulkan efek sehingga masalah bisa selesai?” penerapan melibatkan strategi dan unsur resiko. Selain berani (untuk mengambil resiko), penerapan juga memerlukan keyakinan.