

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen

2.1.1 Pengertian Manajemen

Kata manajemen dalam kehidupan kita tidak asing bagi sebagian orang, manajemen juga berkaitan erat dengan organisasi. Menurut **Coulter (2014:11)**, *management* adalah ilmu dan seni yang mempelajari tentang koordinasi dan pengawasan aktivitas-aktivitas tertentu agar aktivitas tersebut selesai dengan efisien dan efektif.

Menurut **Prawirosentono dan Primasari (2014:6)**, manajemen adalah suatu ilmu dan seni yang berkaitan dengan rangkaian aktivitas terpadu untuk mensinergikan tenaga manusia, sumber daya alam, dan teknologi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya serta dengan memperhatikan kelestarian lingkungan hidup. Sedangkan, menurut **Cannice (2014:6)**, manajemen adalah sebuah proses dari desain dan memelihara lingkungan dimana individual, *group* dapat secara efisien mencapai tujuan. Analisis dari *management* yang difasilitasi oleh pengetahuan dari penggunaan yang jelas di dalam organisasi yang dibagi menjadi 5 *Managerial Function* yaitu, *Planning, Organizing, Staffing, Leading,* dan *Controlling*.

Menurut **David (2013:130)**, manajemen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan manajerial yang dibagi dalam 5 aktivitas pokok yaitu, perencanaan, pengontrolan pengorganisasian, permotivasian dan penempatan staff. Sedangkan, menurut **Sapre dalam Usman (2013:6)**, Manajemen adalah serangkaian kegiatan yang diarahkan langsung penggunaan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Secara universal manajemen adalah penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai sasaran dan kinerja yang tinggi dalam berbagai tipe organisasi profit maupun non profit.

2.1.2 Fungsi Manajemen

Fungsi manajemen sering kali diartikan sebagai tugas-tugas manajer. Beberapa klasifikasi fungsi-fungsi manajemen menurut **Terry yang diterjemahkan oleh Hasibuan (2013:21)** dalam bukunya “Manajemen Sumber Daya Manusia” adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Planning*)

Merupakan fungsi manajemen yang fundamental, karena fungsi ini dijadikan sebagai landasan atau dasar bagi fungsi-fungsi manajemen lainnya. Perencanaan meliputi tindakan pendahuluan mengenai apa yang harus dikerjakan dan bagaimana hal tersebut akan dikerjakan agar tujuan yang dikehendaki tercapai.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan proses penyusunan kelompok yang terdiri dari beberapa aktivitas dan personalitas menjadi satu kesatuan yang harmonis guna ditunjukkan ke arah pencapaian tujuan.

3. Menggerakkan (*Actuating*)

Merupakan suatu tindakan menggerakkan semua anggota kelompok agar mereka mau berusaha untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Merupakan usaha mencegah terjadinya atau timbulnya penyimpangan-penyimpangan aktivitas yang telah dilakukan dari sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses dimana didalam proses tersebut dilakukan melalui fungsi-fungsi manajerial, dikoordinasikan dengan sumber daya, yaitu sumber daya manusia dan sumber daya lainnya seperti mesin dan modal untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.2 Pengertian Perusahaan

Kata perusahaan sangat sering sekali kita dengar baik itu secara sengaja ataupun secara tidak sengaja di dalam kehidupan sehari-hari. Dan secara tidak langsung kita juga setiap hari sangat sering berhubungan langsung dengan perusahaan itu sendiri baik itu perusahaan besar yang sudah memiliki reputasi baik ataupun perusahaan kecil sekalipun. Menurut **Ebert dan Griffin, (2006)**, perusahaan adalah satu organisasi yang menghasilkan barang dan jasa untuk mendapatkan laba.

Selain itu menurut **Abdul Kadir Muhammad dalam bukunya Pengantar Hukum Perusahaan di Indonesia (2010)** menyatakan:

“Bahwa berdasarkan tinjauan hukum, istilah perusahaan mengacu pada badan hukum dan perbuatan badan usaha dalam menjalankan usahanya. Lebih lanjut, perusahaan adalah tempat terjadinya kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi dengan acuan laba.”

Menurut **Swastha dan Sukotjo (2002)**, pengertian dari perusahaan adalah: “Suatu organisasi produksi yang menggunakan dan mengkoordinir sumber- sumber ekonomi untuk memuaskan kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”. Pengertian perusahaan pun tertera di Undang- Undang Wajib Daftar Perusahaan pada Pasal 1 huruf b, yang berbunyi: “Setiap bentuk usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan. Dalam wilayah Negara Republik Indonesia, untuk tujuan memperoleh keuntungan dan atau laba.”

2.3. Kewirausahaan

2.3.1. Pengertian Kewirausahaan

Pengertian kewirausahaan secara umum adalah kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Menurut **Drs. Joko Untoro** bahwa kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya

upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain

Dalam buku *Entrepreneurial Finance* oleh J. Leach Ronald Melicher bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses dalam merubah ide menjadi kesempatan komersil dan menciptakan nilai (harga) “*Process of changing ideas into commercial opportunities and creating value*”

Dalam buku *Entrepreneurship: Determinant and Policy in European-US Comparison* bahwa kewirausahaan adalah proses mempersepsikan, menciptakan, dan mengejar peluang ekonomi “*process of perceiving, creating, and pursuing economic opportunities*“. Sedangkan 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):

SUKSES	6. Bertanggung jawab atas kesuksesan dan kegagalan.
	5. Membangun hubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok dan yang lainnya.
	4. Bekerja Keras.
	3. Merencanakan, mengorganisasikan dan menjalankan.
	2. Berani mengambil resiko waktu dan uang.
	1. Memiliki visi dan tujuan usaha.

Tabel 2.1 Langkah Menuju Keberhasilan Kewirausahaan

Sumber: Steinhoff & John (1993:38)

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.

2.3.2. Objek Studi Kewirausahaan

Objek studi kewirausahaan adalah nilai-nilai dan kemampuan seseorang yang diwujudkan dalam bentuk perilaku. Menurut **Soparman Soemahamidjaja (dalam Suryana, 2009:4)**, bahwa kemampuan seseorang yang menjadi objek kewirausahaan meliputi:

- Kemampuan merumuskan tujuan hidup/usaha. Dalam merumuskan tujuan hidup/usaha tersebut perlu perenungan, koreksi yang kemudian berulang-ulang di baca dan diamati sampai memahami apa yang menjadi kemauannya.
- Kemampuan memotivasi diri untuk melahirkan suatu tekad kemauan yang menyala-nyala.
- Kemampuan untuk berinisiatif yaitu mengerjakan sesuatu yang baik tanpa menunggu perintah orang lain, yang dilakukan berulang-ulang sehingga menjadi kebiasaan berinisiatif.
- Kebiasaan berinisiatif yang melahirkan kreativitas (daya cipta) setelah dibiasakan berulang-ulang akan melahirkan motivasi. Kebiasaan inovatif adalah desakan dalam diri untuk selalu mencari berbagai kemungkinan

baru atau kombinasi baru apa saja yang dapat dijadikan piranti dalam menyajikan barang dan jasa bagi kemakmuran masyarakat.

- Kemampuan untuk membentuk modal uang atau barang modal.
- Kemampuan untuk mengukur waktu dan membiasakan diri untuk selalu tepat waktu dalam segala hal tindakannya melalui kebiasaan yang selalu tidak menunda pekerjaan.
- Kemampuan mental yang dilandasi dengan agama.
- Kemampuan untuk membiasakan diri dalam mengambil hikmah dari pengalaman yang baik maupun yang menyajikan.

2.3.3. Ciri-Ciri Umum Kewirausahaan

Menurut (Suryana 2013:22), 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 tantangan.

2.3.4. Karakteristik Dan Watak Kewirausahaan

M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (dalam Suryana, 2001: 8-9), mengemukakan delapan karakteristik:

1. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
2. *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko yang rendah dan menghindari risiko yang tinggi.
3. *Confidence in their ability to success*, yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
4. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
5. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. *Future orientation*, yaitu berorientasi ke masa depan, perspektif, dan berwawasan jauh ke depan.
7. *Value of achievement over money*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

Marbun dalam Alma (2011:52) mengemukakan untuk menjadi wirausahawan, seseorang harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

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.

2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil

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 keras, 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 orisinal, ada kemampuan untuk melaksanakan sesuatu. Bobot kreativitas orisinal 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 kepercayaan yang kritis dan mau diajak untuk mencapai sukses dalam bidang bisnis.

2.4. Wirausaha

2.4.1. Pengertian Wirausaha

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.

2.4.2. 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 kemauan 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 dalam 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.
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:

- 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

- 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.

2.4.3. Definisi Pengembangan Usaha

Beberapa definisi pengembangan bisnis menurut ahli (**Haris Fadilah, 2012**), yaitu:

1. Mahmud Mach Foedz

Perkembangan usaha adalah perdagangan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi untuk mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Brown dan Petrello

Pengembangan usaha adalah usaha suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, disamping memperoleh laba.

3. Steinfeld

Pengembangan usaha adalah aktivitas 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 yang tidak memiliki surat izin ditempat usaha.

4. Hughes dan Kapoor

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

5. Mussleman dan Jackson

Pengembangan usaha adalah suatu aktivitas yang memenuhi kebutuhan dan keinginan ekonomis masyarakat dan perusahaan diorganisasikan untuk terlibat dalam aktivitas tersebut.

6. Allan Affuah

Pengembangan usaha merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya barang atau jasa yang diinginkan konsumen.

7. Glos, Steade dan Lawry

Pengembangan usaha adalah jumlah seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup mereka.

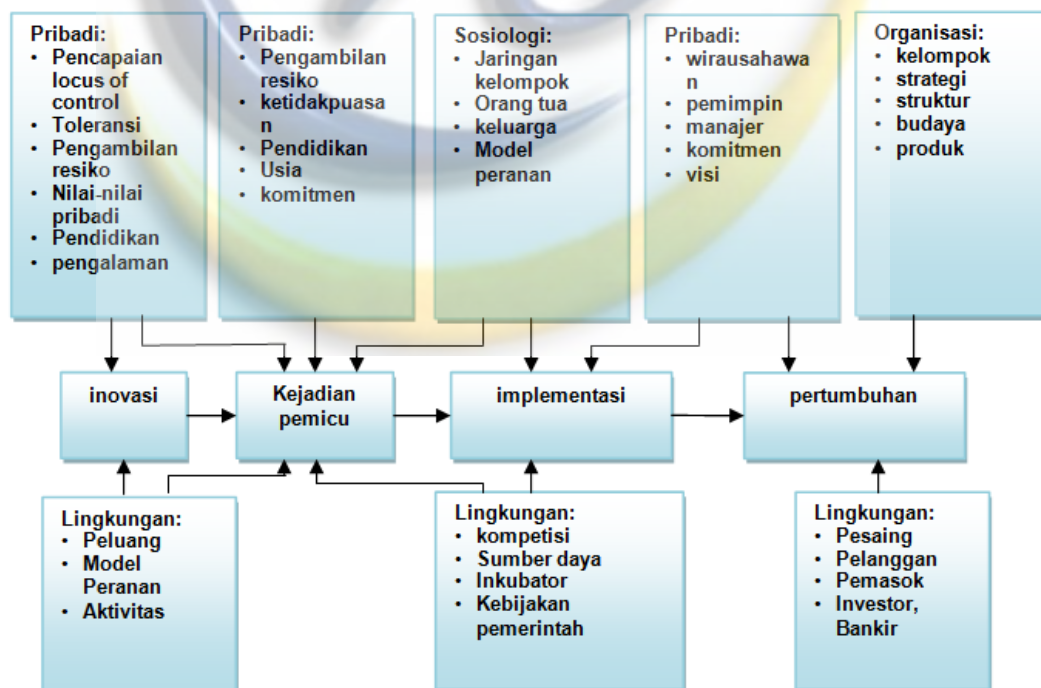
8. Huat T Chwee

Ada 2 pengertian pengembangan usaha, yaitu: pengembangan usaha dalam arti yang luas adalah istilah umum menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.

2.4.4. Proses Perkembangan Kewirausahaan

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh *Bygrave (Suryana 2013:101)*, proses perkembangan kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, seperti aspek pendidikan, sosiologi, organisasi, kebudayaan, dan lingkungan. Secara internal, inovasi dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari individu, seperti *locus of control*, toleransi, nilai-nilai, pendidikan, pengalaman.

Bagan 2.1 Faktor Pemicu Kewirausahaan dan Model Proses Kewirausahaan



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

2.4.5. Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Kewirausahaan

Perilaku kewirausahaan menurut **Kuncara (2008:1)**, dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, yaitu kecakapan pribadi yang menyangkut soal bagaimana kita mengelola diri sendiri. Kecakapan pribadi seseorang terdiri atas 3 unsur terpenting, yaitu:

1. Kesadaran diri. Ini menyangkut kemampuan mengenali emosi diri sendiri dan efeknya, mengetahui kekuatan dan batas-batas diri sendiri, dan keyakinan tentang harga diri dan kemampuan sendiri atau percaya diri.
2. Pengaturan diri. Ini menyangkut kemampuan mengelola emosi-emosi dan desakan-desakan yang merusak, memelihara norma kejujuran dan integritas, bertanggung jawab atas kinerja pribadi, keluwesan dalam menghadapi perubahan, dan mudah menerima atau terbuka terhadap gagasan, pendekatan dan informasi-informasi baru.
3. Motivasi. Ini menyangkut dorongan prestasi untuk menjadi lebih baik, komitmen, inisiatif untuk memanfaatkan kesempatan, dan optimisme dalam menghadapi halangan dan kegagalan.

Faktor eksternal, yaitu kecakapan sosial yang menyangkut soal bagaimana kita menangani suatu hubungan. kecakapan sosial seseorang terdiri atas 2 unsur terpenting, yaitu:

1. Empati. Ini menyangkut kemampuan untuk memahami orang lain, perspektif orang lain, dan berminat terhadap kepentingan orang lain. Juga kemampuan mengantisipasi, mengenali, dan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan. Mengatasi keragaman dalam membina pergaulan, mengembangkan orang lain, dan kemampuan membaca arus-arus emosi sebuah kelompok dan hubungannya dengan kekuasaan, juga tercakup didalamnya.
2. Keterampilan sosial. Termasuk dalam hal ini adalah taktik-taktik untuk meyakinkan orang (persuasi), berkomunikasi secara jelas dan meyakinkan, membangkitkan inspirasi dan memandu kelompok, memulai dan

mengelola perubahan, bernegosiasi dan mengatasi silang pendapat, bekerja sama untuk tujuan bersama, dan menciptakan sinergi kelompok dalam memperjuangkan kepentingan bersama. faktor eksternalnya adalah lingkungan (environment).

2.4.6. Aspek-Aspek Dalam Mengembangkan Usaha

Salah satu seminar Gerald Abraham salah seorang penasehat bisnis pada sebuah firma hukum, juga pemilik dan direktur sebuah konsultan keuangan di tahun 2006, berisi tentang menjadi sukses dengan memahami 9 aspek penting sebelum memulai usaha:

1. Memahami konsep produk atau jasa secara baik

Sebelum memulai suatu usaha maka hal yang terpenting adalah pemahaman kita akan konsep produk atau jasa yang akan menjadi bisnis inti. Kita perlu memahami bukan hanya secara teknis produksi tetapi juga pasar dan prospek mulai daripada lingkungan yang terkecil kepada lingkungan yang terbesar. Dalam topik ini dibahas secara menyeluruh aspek-aspek yang penting dalam melakukan analisa atas kelayakan dan prospek produk termasuk produk-produk yang sama sekali baru dengan melihat sisi human behavior, kebutuhan pasar dan lainnya.

2. Membuat visi dan misi bisnis

Setiap orang yang mau memulai bisnis harus mengetahui visi dan misi yang akan menjadi panduan seseorang untuk tetap fokus kepada tujuan bisnis dan organisasi yang awal. Seringkali suatu usaha pada saat mulai berkembang pada tahap berikutnya mengalami kegagalan karena organisasi tersebut tidak memfokuskan diri kepada peningkatan kemajuan bisnis awal tetapi terlalu banyak mencoba mengembangkan bidang usaha lain yang baru. Dalam topik ini setiap orang akan belajar bagaimana membuat visi dan misi dalam kaitannya dengan latar belakang pribadi dan pengetahuan usaha yang akan anda rintis.

3. Perlunya *winning, positive* dan *learning attitude* untuk menjadi sukses

Sikap mental merupakan kunci keberhasilan atas usaha anda selain daripada pemahaman usaha anda. *There is no over night success* sesuatu yang harus dicamkan daripada setiap calon “*entrepreneur*” karena dibutuhkan waktu, sikap tidak menyerah, proses belajar secara kesinambungan, dan melihat permasalahan secara positif yang tidak membuat anda menjadi patah semangat namun melihat setiap peluang dan belajar atas setiap kegagalan. Anda akan belajar untuk mengembangkan sikap-sikap di atas untuk menjadi “bisnis *entrepreneur*” yang sukses.

4. Membuat perencanaan dan strategi bisnis yang efektif akan menghindari usaha daripada risiko bisnis dan keuangan.

Secara statistik hampir seluruh kegagalan bisnis kecil dan menengah disebabkan karena tidak adanya atau kurang efektifnya perencanaan bisnis yang anda buat. Asumsi-asumsi seperti kapasitas produksi, tingkat utilisasi produksi, proyeksi kenaikan harga dan biaya dan aspek lainnya dalam perencanaan bisnis haruslah menggambarkan secara akurat realitas pasar atau praktek yang ada dalam suatu industri. Sistematis perhitungan dan proyeksi pendapatan dan biaya harus dibuat secara tepat sehingga membantu setiap calon pengusaha untuk menghitung secara akurat kebutuhan modal investasi dan modal kerja termasuk struktur biaya untuk persiapan awal, tahap percobaan, produksi secara komersial, inventori, distribusi, pemasaran, administrasi, sumber daya manusia dan juga komponen pendapatan usaha yang terdiri dari pendapatan inti dan tambahan. Pemahaman yang baik atas hal ini juga akan membantu calon *entrepreneur* untuk dapat mengidentifikasi potensi risiko bisnis, manajemen dan keuangan dan membuat langkah-langkah pengendalian untuk dapat menghindari setiap risiko tersebut.

5. Pengetahuan dasar manajemen, organisasi dan sistem akan menghindari usaha daripada risiko manajemen.

Setiap usaha dari yang paling kecil sekalipun membutuhkan manajemen yang baik untuk memastikan proses pemasaran, produksi, distribusi dan penjualan

berlangsung dengan baik. Sistem manajemen yang buruk akan mengakibatkan adanya biaya yang tidak perlu seperti bahan baku yang terbuang, pekerja yang tidak produktif karena pengawasan yang tidak efektif dan deskripsi pekerjaan yang tidak jelas, koordinasi dan komunikasi antar pegawai yang tidak efektif sehingga banyak keputusan yang terlambat, perekrutan pegawai yang tidak efektif sehingga banyak pegawai yang keluar masuk dan membuang banyak waktu dan biaya, pelatihan yang tidak baik sehingga produktivitas pegawai yang rendah dan masih banyak lagi permasalahan organisasi. Dalam topik ini kami akan memberikan pengetahuan dasar dan aspek-aspek yang sangat penting yang harus dipelajari oleh calon bisnis entrepreneur untuk menghindari resiko manajemen yang dapat menyebabkan kegagalan usaha.

6. Optimalisasi sumber daya manusia maka 50% usaha Anda sudah berhasil.

Sumber Daya Manusia atau SDM merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha yang sangat penting. Banyak pakar yang menyadari bahwasanya untuk memulai usaha seringkali apabila kita merekrut pegawai yang tepat dan berpotensi sangat baik dapat menutup kelemahan manajemen, organisasi dan sistim dalam jangka pendek. Dengan SDM yang tepat maka kita sudah setengah jalan untuk menjadi sukses. Topik ini akan membantu kita untuk memahami kriteria pegawai yang baik dan sesuai dengan kebutuhan usaha, manajemen SDM secara umum termasuk sistim penilaian kinerja pegawai sehingga setiap pegawai akan merasa puas dan juga bagaimana memotivasi pegawai baik secara psikologi umum maupun dengan sistim insentif untuk mengoptimalkan kinerja pegawai.

7. Mengapa kreativitas, kepemimpinan dan proses pembuatan keputusan sangat penting?

Dalam memulai usaha umumnya setiap calon entrepreneur akan mengalami banyak permasalahan dan krisis. Banyak kegagalan terjadi karena kurangnya kreativitas, kepemimpinan dan pembuatan keputusan yang tepat untuk mencari solusi yang baik. Kreativitas seperti “thinking outbox” atau kemampuan

melakukan analisa permasalahan di luar pemahaman yang sudah ada dan mencari alternatif solusi yang kreatif akan sangat membantu usaha anda untuk berhasil. Kreativitas juga akan sangat membantu anda untuk menyesuaikan produk-produk anda agar dapat diterima oleh pasar dan juga melihat berbagai peluang dalam membangun usaha anda. Kepemimpinan sangat penting dalam krisis untuk membuat setiap pegawai dan semua orang yang terlibat dalam usaha anda percaya bahwasanya anda tidak panik, menjadi tempat *last resort* solusi atas semua permasalahan dan menjadi panutan. Proses Pembuatan Keputusan akan membantu anda dalam mencari alternatif solusi dan memilih yang terbaik untuk usaha dan organisasi anda. Dalam topik ini anda akan mendapatkan cara-cara mengembangkan kreativitas usaha anda, ciri-ciri kepemimpinan yang cocok dengan latar belakang pribadi anda dan bagaimana proses yang benar dalam membuat keputusan dalam setiap permasalahan.

8. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dan pembiayaan

Pemahaman atas aspek ini adalah sangat penting dalam perkembangan usaha anda. Seringkali produksi terganggu karena pengelolaan keuangan yang tidak baik seperti kekurangan dana untuk pembelian bahan baku, alat-alat produksi dan lainnya. Dalam topik ini akan dibahas pengetahuan dasar atas cash flow atau arus kas yang seperti darah dalam tubuh manusia, biaya pendanaan, pembiayaan modal kerja dan investasi, struktur modal, aset perusahaan, penyertaan modal dan lainnya.

9. Pemasaran, pelayanan dan *product brand*

Pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan penjualan produk atau jasa. Sebaik apapun produk atau jasa tanpa pemasaran yang baik maka akan sangat sukar untuk meningkat penjualan dan keuntungan usaha. Di lain pihak tanpa pelayanan yang baik kepada pelanggan maka akan sangat sukar suatu usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal yang merupakan kunci perkembangan usaha. Dengan pelanggan yang loyal maka pekerjaan pemasaran akan lebih mudah karena pelayanan yang baik akan menciptakan *product brand* yang baik

kepada calon pelanggan baru. Dalam topik ini akan dibahas secara menyeluruh semua aspek penting dalam membuat strategi pemasaran, identifikasi pelayanan yang dibutuhkan pelanggan dan bagaimana menciptakan product brand dan efeknya kepada keberhasilan usaha.

2.4.7. Hambatan-Hambatan Dalam Mengembangkan Usaha

Dalam sebuah penelitian oleh **A McKinsey & Company** menjelaskan tentang 10 kendala bisnis dalam pertumbuhan dan pengembangan antara lain:

1. Tidak terjadinya penjualan

Dapat dijelaskan bahwa, Banyak UKM yang mencoba bangkit dari usaha yang minim menuju level yang lebih baik terhambat karena tidak terjadinya penjualan, atau dengan kata lain penjualan masih tidak menentu dan tidak dapat menyeimbangkan dengan potensi produksi. Sedangkan biaya produksi baik bahan baku, SDM, operasional, maupun biaya teknis tetap harus terbayar.

2. Biaya Awal yang tinggi

Biaya Awal yang tinggi adalah biaya untuk operasional dan perputaran awal. Dapat diartikan bahwa, ketika awal mula mendirikan sebuah usaha tentu menguras dana untuk membeli semua bahan baku dan pendukungnya, sehingga terkadang wirausahawan membeli bahan tanpa prediksi untuk jangka waktu yang efektif, karena dalam tahap awal belum tentu ada lonjakan penjualan yang tinggi.

3. Kurangnya keterampilan

Bisnis sebagai roh dari usaha kecil dan menengah sering kali melupakan aspek rekrutmen dan kualifikasi SDM yang jelas. Sehingga kualifikasi perekrutan SDM tanpa standar minimal mengakibatkan ketidakmampuan SDM untuk mengenal atau mempelajari produk yang harus diproduksi perusahaan tersebut.

4. Tidak adanya produk yang baru

Produk baru dari sisi teknis adalah produk penyempurna dan inovasi. Produk baru bisa diartikan bahwa perubahan teknologi dan tingkat kemampuan ekonomi mempengaruhi permintaan dan peningkatan nilai dari sebuah produk. Dapat diartikan juga mengkostum produk lama menjadi baru, menciptakan produk baru yang berbasis pengembangan produk lama atau produk benar-benar baru namun lahir dari tingginya permintaan pasar.

5. Akses ke pendanaan

Usaha kecil dan wirausahawan pemula terkadang kurang memahami unsur kewirausahaan dari aspek manajemen keuangan. Bahwa akses pendanaan menjadi kendala dari tingginya permintaan namun kecilnya modal atau modal produksi/modal kerja. Sehingga pengusaha kecil sebaiknya menggunakan rantai distribusi yang pendek dengan jangka pembayaran yang pendek, agar optimalisasi akses pendanaan cepat terpenuhi.

6. Keuntungan yang tidak mencukupi

Strategi bisnis yang mendasari sebagian UKM dan wirausahawan masih berorientasi pada kuantitas penjualan. Demi menarik peminat, terkadang harus menyertakan diskon tinggi, atau dengan kata lain bahwa diskon rate menjadi penentu dari faktor terjualnya barang, padahal biaya produksi justru semakin meningkat. Ini yang terkadang melemahkan usaha menengah dan kecil. Faktor lain adalah tidak menguasai strategi bisnis berbasis pemasaran efektif, sehingga banyak pengusaha frustrasi karena tempo penjualan yang panjang, sehingga dengan harga-harga diskon tersebut menyebabkan keuntungan yang minim.

7. Tidak adanya kepercayaan diri

Ketidakpercayaan diri mempengaruhi pelaku UKM untuk tidak berani mengembangkan diri dalam produknya, takut gagal, dan takut tidak laku. Termasuk bahwa merasa tidak mempunyai strategi bisnis yang baik sehingga tidak berani untuk mengajukan kredit ke Bank walaupun peluang sudah ada didepan matapun.

8 . Pemasok yang berbiaya tinggi

Dalam memacu produksi terkadang pengusaha melibatkan banyak upaya dalam penguatan alat, penguatan koneksi dll, Namun lupa membangun hubungan yang baik dengan pemasok. Ketidakbaikan hubungan dengan pemasok karena kurangnya strategi pendekatan memacu pemasok untuk tidak bergantung pada satu sisi penampungnya. Dampaknya ada pada harga, karena bukan harga special relasi. Sehingga bisa dikatakan pelaku usaha kecil terkadang tidak bisa berkembang karena faktor manajemen hubungan dengan pemasok.

9. Hambatan birokrasi

Birokrasi mampu menghambat pelaku UKM, terutama karena ketidaktahuannya. Semua perizinan benar-benar sosok yang menakutkan dan menyulitkan. Secara budaya di Indonesia memang birokrasi apartur pemerintahan terkadang dibuat rumit oleh pelaku bawahannya, agar menimbulkan peluang kolusi yang mengandung rupiah.

10. Suku Bunga tinggi

Karena suku bunga bank tinggi dan dibarengi dengan kenaikan BBM, tarif listrik dll, pengusaha semakin kesusahan dengan proses cicilan. Begitu juga pelaku UKM yang sedang mengajukan kredit, membayangkan bunga yang harus dibayarkan sudah membuat resah dan khawatir. Keadaan ini harus disikapi pemerintah bersama dengan masyarakat.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Ni Putu Kiki Vrashinta Dewi	2015	Strategi Pengembangan Usaha Produksi Roti Di Bali Kencana Bakery ,	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta menyusun dan merekomendasikan strategi pengembangan usaha produksi

			Denpasar	<p>Perusahaan Roti Bali Kencana <i>Bakery</i>. Analisis Strategi Pengembangan Usaha menggunakan matriks SWOT, didukung analisis kuantitatif menggunakan matriks EFE, IFE, IE, dan QSPM. Hasil pembobotan dan rating bahwa nilai terbobot untuk matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) adalah 3,11 menunjukkan posisi kuat dan matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) adalah 2,64 menunjukkan kemampuan yang tergolong sedang. Pada matriks Internal Eksternal (IE) strategi yang harus dilakukan adalah strategi tumbuh dan bina (growth and build), yaitu terdiri dari strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal). Terdapat 9 alternatif strategi yang dapat disusun untuk mengembangkan usaha Roti Bali Kencana Bakery. Nilai TAS tertinggi dari alternatif strategi yang ada adalah meningkatkan kualitas produk.</p>
2.	<p>Rizkia Aliyah, Iwang Gumilar, Ine Maulina Sumber : http://jurnal.unpad.ac.id</p>	2015	<p>Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Abon Ikan (Studi Kasus Rumah Abon Di Kota Bandung)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Abon untuk kondisi saat ini cocok menerapkan strategi agresif. Alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu meningkatkan penguasaan teknologi pengolahan abon untuk meningkatkan produksi dan kualitas produk, meningkatkan kualitas tenaga kerja, menambah kapasitas produksi, meningkatkan modal untuk menambah kapasitas produksi dan meningkatkan keg faktor yang paling mempengaruhi usaha cokelat, mengetahui posisi usaha cokelat, mengetahui alternatif</p>

				strategi yang tepat untuk pengembangan usaha coklat, serta menentukan prioritas strategi kegiatan promosi.
3.	<p>Muhammad Afridhal</p> <p>Sumber : https://media.neliti.com/media/publications/210812-strategi-pengembangan-usaha-roti-tanjong.pdf</p>	2017	Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen	<p>Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembang Usaha Industri Rumah Tangga Roti Tanjong Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor internal yang dapat mempengaruhi pengembangan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen adalah kualitas roti tanjong, kontinuitas, usaha mudah dan resiko kecil, saprodi mudah didapat, potensi sumber daya alam yang dimiliki, modal kecil, kemampuan pengusaha terbatas, kondisi transportasi yang kurang mendukung, pengelolaan usaha kurang optimal, pengelolaan keuangan kurang baik. 2. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pengembangan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalangka Kabupaten Bireuen adalah hubungan yang dekat dengan stakeholder, kondisi lingkungan yang aman, perhatian pemerintah terhadap pengembangan usaha roti tanjong, diversifikasi produk roti tanjong, perkembangan teknologi pengolahan pangan, kenaikan harga bahan baku, kesenjangan sosial,

				<p>pembuangan limbah, kurangnya bimbingan teknis dan pengawasan dari Dinas terkait, dan adanya roti dari daerah lain.</p> <p>3. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan industri rumah tangga roti tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen adalah perbaikan sarana dan prasarana produksi,</p> <p>dan sumber daya manusia serta penanaman modal swasta dengan dukungan dari pemerintah, meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan kuantitas roti tanjong serta efisiensi penggunaan sarana dan prasarana produksi, meningkatkan kualitas sumber daya pengusaha secara teknis, moral dan spiritual melalui kegiatan pembinaan untuk memaksimalkan produksi dan daya saing roti.</p>
4.	<p>Takashi Iwamoto (Keio University, Japan) Sumber: https://www.omicsonline.org</p>	2017	<p><i>Development of businesses using smart grid technologies in Japan.</i></p>	<p><i>The author started activities to develop businesses using smart grid technologies in 2009. After the public policies were developed, the national project to develop smart grid businesses was executed from April 2010 to March 2015. Researches on how to develop business using smart grid technologies have been conducted since 2009 and key points for success were extracted through the researches done over the past 8 years. In this talk, what activities have been done to develop smart grid businesses and the key points for success extracted through the research are presented.</i></p>

5.	<p>Albert Jolink , Eva Niesten Sumer: https://onlinelibrary.wiley.com</p>	2013	<p><i>Sustainable Development and Business Models of Entrepreneurs in the Organic Food Industry.</i></p>	<p><i>This article contributes to existing literature on business models, sustainable development and entrepreneurship, by applying components of business models to the practices of entrepreneurs that have a goal of environmental sustainability and a focus on the mass market (i.e. ecopreneurs). We define the ecopreneurial business model and specify four varieties of this business model, which consist of different combinations of environmental scope and a focus on the mass market and profitability. The distinguishing factor of the ecopreneurial business model is that it transforms disvalue into value, thereby creating greater customer value for environmentally concerned consumers. The results are based on a substantial set of interviews among ecopreneurs in the organic food and beverage industry in the Netherlands.</i></p>
6.	<p>Steve Evans, Doroteya Vladimirova , Maria Holgado, Kirsten Van Fossen, Miying Yang, Elisabet A. Silva, Claire Y. Barlow. Sumer: https://onlinelibrary.wiley.com</p>	2017	<p><i>Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models.</i></p>	<p><i>Changes to business models are recognized as a fundamental approach to realize innovations for sustainability. The paper examines bodies of literature on business model innovation, sustainability innovation, networks theory, stakeholder theory and product–service systems. We develop five propositions that support the creation of SBMs in a unified perspective, which lays a foundation to support organizations in investigating and experimenting with alternative new business models. It highlights gaps for addressing the challenges of business model innovation for sustainability and suggests avenues for future research.</i></p>

2.6. Kerangka Pemikiran

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. Kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis khususnya perkembangan dalam sebuah usaha. 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 26/10 Kicks agar mampu memberikan kreativitasnya dalam berinovasi sehingga usaha 26/10 Kicks bisa berkembang. Selain itu kerja keras sangat diperlukan oleh para wirausahawan dalam merintis usaha yang tidak mudah, mereka harus mengorbankan banyak hal untuk terwujudnya bisnis agar perkembangannya baik.

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.

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti

Produk baru merupakan barang dan jasa yang pada dasarnya berbeda dari yang telah dipasarkan sebelumnya oleh perusahaan. Selain produk baru pengembangan ide menghasilkan ide baru. Ide baru merupakan rancangan yang tersusun dalam pikiran berupa gagasan untuk meraih tujuan terwujudnya suatu ide agar terealisasi dibutuhkan suatu rencana. Dan dari pengembangan produk menghasilkan juga penerapan ide. Penerapan ide merupakan sebuah rencana bermain untuk menguji coba kan ide dan untuk melihat apakah ide tersebut berhasil ataupun gagal.

