

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pengertian Kewirausahaan

Menurut Hendro (2011:5) berpendapat bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) bukan merupakan ilmu ajaib yang mendatangkan uang dalam waktu sekejap, melainkan sebuah ilmu, seni, keterampilan untuk mengelola semua keterbatasan sumber daya, informasi, dan dana yang ada guna mempertahankan hidup, mencari nafkah, atau meraih posisi puncak dalam karir.

Menurut Suryana (2011:10) Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. Kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin serta proses sistematis penerapan kreativitas dan inovasi dalam memenuhi kebutuhan dan peluang pasar.

Menurut Hisrich (Suryana, 2011:24) kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti penggunaan uang, fisik, resiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa. Berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Menurut Zimmerer (Kasmir, 2018:20) kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).

Menurut Wirasamita (Suryana, 2011:25) kewirausahaan merupakan faktor

produksi aktif yang dapat menggerakkan dan memanfaatkan sumber daya lainnya seperti sumber daya alam, modal, dan teknologi, sehingga dapat menciptakan kekayaan dan kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja, penghasilan produk yang diperlukan masyarakat.

Berdasarkan pendapat diatas, maka kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam hal menciptakan kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan membutuhkan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut menurut Suryana (2011:50).

Ciri-ciri Kewirausahaan

Menurut Suryana (2014:22) ciri-ciri umum kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang. Ciri-ciri kewirausahaan meliputi enam komponen penting, yaitu: percaya diri, berorientasi pada hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorisinalitasan, dan berorientasi pada masa depan. Ciri-ciri tersebut dapat dilihat 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 resiko dengan penuh perhitungan, dan oleh karena itu menyukai tantangan.

Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Scarborough dan Zimmerer (Suryana, 2014:23), terdapat delapan karakteristik kewirausahaan:

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

Lokasi Usaha

Menurut kasmir (2014:140) dalam menjalankan kegiatan usaha diperlukan

tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. Lokasi ini penting baik sebagai tempat menjalankan aktivitas yang melayani konsumen, nasabah/pelanggan, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan, ataupun untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan. Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Konsumen dapat pula melihat langsung barang yang di produksi atau di jual baik jenis, jumlah maupun harganya. Lupiyoadi (2001:61-62) mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana harus bermarkas melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadaanya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah di jangkau dengan kata lain harus strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
2. Pemberi jasa tidak bertemu langsung, berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi sarana tertentu seperti telepon, computer dan surat.

Kasmir (2014:141) pendirian suatu lokasi harus memikirkan pentingnya karena akan menimbulkan biaya bagi perusahaan. Penentuan suatu lokasi juga harus tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan baik dari segi finansial maupun nonfinansial. Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat antara lain:

- a. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan
- b. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang di inginkan baik jumlah maupun kualifikasinya

- c. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau penolong dalam jumlah yang di inginkan secara terus-menerus
- d. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha karena biasanya sudah diperhitungkan untuk usaha perluasan lokasi sewaktu-waktu
- e. Memiliki nilai atau harga ekonomi yang lebih tinggi di masa yang akan datang
- f. Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

Keuntungan Memilih Lokasi Usaha Yang Tepat

Saiman (2015:245) jika kita dapat memilih lokasi yang tepat maka perusahaan akan mampu:

- a. Melayani konsumen dengan memuaskan.
- b. Mendapatkan bahan mentah yang cukup mudah dan berkesinambungan dengan harga yang layak atau memuaskan.
- c. Mendapatkan tenaga kerja yang cukup.
- d. Memungkinkan perluasan usaha/perusahaan di kemudian hari.

Akibat Salah Memilih Lokasi Usaha

Menurut saiman (2015:245) ada beberapa akibat apabila kita salah dalam memilih lokasi usaha adalah rendahnya pendapatan operasi yang mungkin akan menyebabkan terjadinya hal-hal sebagai berikut:

- a. Tingginya biaya transportasi yang harus dikeluarkan
- b. Kekurangan tenaga kerja yang kita butuhkan
- c. Kehilangan kesempatan dalam bersaing
- d. Tidak cukupnya bahan baku yang tersedia
- e. Kemungkinan kesulitan dalam pengembangan usaha

- f. Lebih fatal lagi bias jadi perusahaan harus tutup atau bangkrut, karena lokasi yang kita pilih tidak strategis.

Indikator Lokasi Usaha

Indikator lokasi usaha dalam penelitian ini menurut saiman (2015:241- 242) adalah:

1. Tersedianya sumberdaya.

Tersedianya berbagai sumber daya, bahan mentah sebagai bahan baku produksi, tenaga kerja, dan sarana transportasi akan membantu pengusaha dalam banyak hal.

2. Kemudahan dalam mencapai konsumen.

Seseorang pengusaha dalam menentukan tempat usahanya berorientasi pada pasar (pusat konsentrasi para konsumen berbeda). Pasar atau tempat penjualan menjadi prioritas dalam mempertimbangkan sukses bisnisnya.

3. Kondisi lingkungan bisnis.

Seorang pengusaha memilih lokasi dengan lingkungan bisnis bertumbuh dan berkembang dan juga sebagai tempat atau pusat bisnis.

4. Tersedianya tempat dan biaya.

Untuk menentukan usahanya, seorang pengusaha telah menyediakan tempat tinggal demikian juga biayanya, sehingga ia dapat memilih jenis usaha yang akan dijalankannya dengan memiliki tempat dan biaya tersebut

Inovasi

Inovasi menurut Zimmerer (Suryana, 2014:74), keinovasian adalah kemampuan menerapkan pemecahan-pemecahan persoalan secara kreatif dan menciptakan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan manusia. Secara umum inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai

kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya. Produk yang memiliki kelebihan memiliki nilai tambah bagi konsumen.

Inovasi menurut Drucker (Suryana, 2011:221) merupakan alat untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bagi bisnis yang berbeda atau jasa yang berbeda. Inovasi dapat ditampilkan sebagai ilmu dipelajari dan dipraktikkan. Inovasi juga dikatakan sebagai mengubah nilai dan kepuasan yang diperoleh

konsumen dari sumber daya. Biasanya perubahan yang dimaksudkan merupakan perubahan yang sudah terjadi atau sedang berlangsung. Inovasi yang berhasil adalah yang mampu memanfaatkan perubahan. Terdapat sejumlah inovasi yang menimbulkan suatu perubahan besar seperti inovasi teknik yang besar dan merupakan hal yang luar biasa. Namun demikian, kebanyakan inovasi yang berhasil adalah jauh lebih sederhana dan mampu memanfaatkan perubahan yang sedang berlangsung. Inovasi yang berhasil juga pada umumnya sederhana dan terfokus dan ditujukan pada aplikasi yang didesain khas, jelas, dan cermat. Inovasi lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran. Inovasi juga tidak perlu bersifat teknis dan juga tidak perlu berupa benda sama sekali.

Inovasi menurut Machfoedz (Suryana, 2011:219) merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Maksudnya inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Melainkan suatu gagasan murni memegang peranan penting dan pemikiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Meski demikian, terdapat perbedaan antara sebuah ide yang timbul semata dari spekulasi dan ide yang merupakan hasil pemikiran, riset, pengalaman, dan kerja yang disempurnakan. Dengan demikian, inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk

mempertahankan konsep melalui implementasi.

Faktor-Faktor Inovasi

Menurut Quinn (Hendro, 2011:122), faktor-faktor pendukung untuk tercapainya keberhasilan penerapan kemampuan inovatif adalah sebagai berikut :

1. Harus berorientasi pasar

Banyak inovasi yang sekedar pemecahan masalah kreatif tetapi tidak bersifat dan mempunyai keunggulan bersaing di pasar. Hubungan inovasi dengan pasar yang didalamnya ada 5C, yaitu *competitor* (pesaing), *competition* (persaingan), *change of competition* (perubahan persaingan), *change driver* (penentu arah perubahan), dan *customer behavior* (perilaku konsumen).

2. Mampu meningkatkan nilai tambahan perusahaan

Ada nilai tambah (*value added*) sehingga bisa menjadi pendongkrak pertumbuhan dan perkembangan perusahaan.

3. Punya unsur-unsur efisiensi dan efektivitas

Tanpa 2E yaitu faktor efisiensi dan faktor efektivitas dari sebuah inovasi yang ditemukan maka inovasi tersebut tidak mempunyai arti atau dampak yang berarti bagi kemajuan perusahaan

4. Harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan

Inovasi harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan agar tidak menyimpang dari arah pertumbuhan usaha.

5. Harus bisa ditingkatkan lagi

Inovasi harus bisa di inovasikan lagi sehingga terjadi inovasi yang berkelanjutan (*continous improvement*) hingga menumbuhkan perusahaan menjadi lebih baik dan lebih berkembang.

Indikator Inovasi

Menurut Suryana (2014, 75:76) inovasi dapat dikategorikan menjadi empat indikator:

1. Penemuan

Penemuan merupakan kreasi suatu produk, jasa atau proses baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

2. Pengembangan

Pengembangan merupakan kelanjutan perubahan, perbaikan dari suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada sebelumnya dan konsep seperti ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada dan berbeda.

3. Duplikasi

Duplikasi merupakan peniruan suatu produk, jasa, maupun proses yang sudah ada, namun demikian upaya duplikasi bukan semata-mata meniru melainkan menambah sentuhan kreatif untuk memperbaiki konsep agar lebih mampu memenangi persaingan.

4. Sintesis

Sintesis merupakan perpaduan konsep dan faktor yang telah ada menjadi formula baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah ide atau produk yang telah ditemukan dan dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2010:233) Keberhasilan Usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dimana investasi itu dilaksanakan. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba karena laba adalah tujuan utama orang melakukan bisnis.

Faktor-Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2014: 108) faktor pendorong keberhasilan usaha ditentukan oleh beberapa faktor yaitu:

1. Kemampuan dan kemauan, orang yang tidak memiliki kemampuan tapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
2. Tekad yang kuat, orang yang tidak memiliki tekad yang kuat tidak akan menjadi wirausahawan 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 ataupun menunggu peluang yang akan datang kepada kita.

Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut pendapat Noor (2013:401) ada lima indikator keberhasilan usaha yaitu:

1. Kemampuan mendapatkan laba (*Profitability*)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis laba usaha adalah selisih antara pendapatan dan biaya pendapatan suatu perusahaan berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan atau di produksinya.

2. Produktivitas dan efisiensi (*productivity and efficiency*)

Besar kecil produktivitas suatu usaha akan sangat menentukan besar kecilnya suatu produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya suatu penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya yang diperoleh.

3. Daya saing (*competitiveness*)

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing. Perhatian dan loyalitas konsumen dapat direbut bila suatu perusahaan dapat memuaskan suatu kebutuhan serta keinginan konsumen. Tanpa memiliki daya saing yang memadai, sulit bagi perusahaan untuk dapat bertahan hidup di tengah persaingan yang makin ketat ini. Oleh karena itu, maka inti dari daya saing yang harus dimiliki perusahaan adalah kemampuan dalam berinovasi untuk menciptakan dan merebut peluang pasar baru yang bermunculan di masyarakat.

4. Kompetensi dan etika usaha (*competence and ethics*)

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntunan zaman.

5. Terbangunnya Kepercayaan atau Amanah dari Masyarakat Luas (*Trust*)

Terbangunnya kepercayaan atau amanah dari masyarakat luas terbagi menjadi dua: *thrust internal* dan *thrust eksternal*. *Thrust internal* adalah amanah atau *thrust* dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Indikator tumbuhnya *thrust internal* adalah rendah tingkat absensi karyawan, rendahnya *turnover* karyawan, meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan dan sebagainya. Sedangkan *thrust eksternal* adalah dengan timbulnya amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok,

pemerintah maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Indikatornya adalah terbangunnya image perusahaan yang baik, meningkatnya penjualan, rendahnya tingkat complain, meningkatnya pesanan, dan seterusnya.

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Lokasi Usaha dengan keberhasilan usaha

Noor (2013:232) penyebaran produk pada lokasi yang tepat dengan lokasi yang di inginkan konsumen, akan memengaruhi keberhasilan pemasaran produk tersebut yang pada akhirnya akan mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Latief (2016:103), lokasi yang kurang memadai adalah faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategi dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien. Wirausahawan yang memilih lokasi secara bijak dengan mempertimbangkan prefensi pelanggan dan kebutuhan perusahaan mereka dapat membangun keunggulan kompetitif yang penting dari para pesaingnya yang memilih lokasi secara serampangan. Oleh ketersediaan pekerja yang berkualitas, tingkat pajak, kualitas insfrastruktur, pola lalu lintas dan banyak faktor lainnya bervariasi dari satu lokasi dengan lokasi lainnya, keputusan pemilihan lokasi menjadi sangat penting karena dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan.

Hubungan Inovasi Dengan Keberhasilan Usaha

Menurut Latief (2016:37), inovasi adalah suatu proses mengubah peluang menjadi gagasan atau ide-ide yang dapat dijual dan merupakan hal atau terobosan baru. Sedangkan menurut Schumpeter yang dikutip oleh Latief (2016:55) kemampuan inovatif seorang wirausahawan merupakan proses mengubah peluang

suatu gagasan dan ide-ide yang dapat dijual. Apabila wirausahawan ingin sukses dan terus dapat menjalankan usahanya, ia harus membuat produk-produk yang dihasilkan dengan inovasi-inovasi baru sebab dalam dunia bisnis pada zaman sekarang produk-produk dan pelayanannya tanpa adanya inovatif tidak akan berkembang dan tidak akan mungkin sukses dalam berwirausaha. Keterlambatan berinovasi dalam produk dan pelayanan akan mengakibatkan kegagalan bagi seorang wirausaha.

Inovasi adalah pembaruan atau kebaruan yang menghasilkan nilai tambah baru bagi penggunanya. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat. Dan inovasi menciptakan nilai tambah bagi pengguna. Dengan adanya inovasi yang ada pada setiap orang yang memiliki perilaku kreatif pada setiap orang yang mempunyai perubahan, pembaruan, kemajuan dan tantangan seperti mahasiswa, dosen dan masyarakat lainnya yang dapat memberikan kontribusi terhadap keberhasilan dalam melaksanakan suatu usaha.

Penelitian Sebelumnya

Aang Curatman dkk (2016) melakukan penelitian tentang Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan salah satu pilar dan kekuatan yang berkontribusi dalam perekonomian Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Pengaruh orientasi strategis terhadap inovasi produk, 2) Pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk, 3) Pengaruh inovasi produk

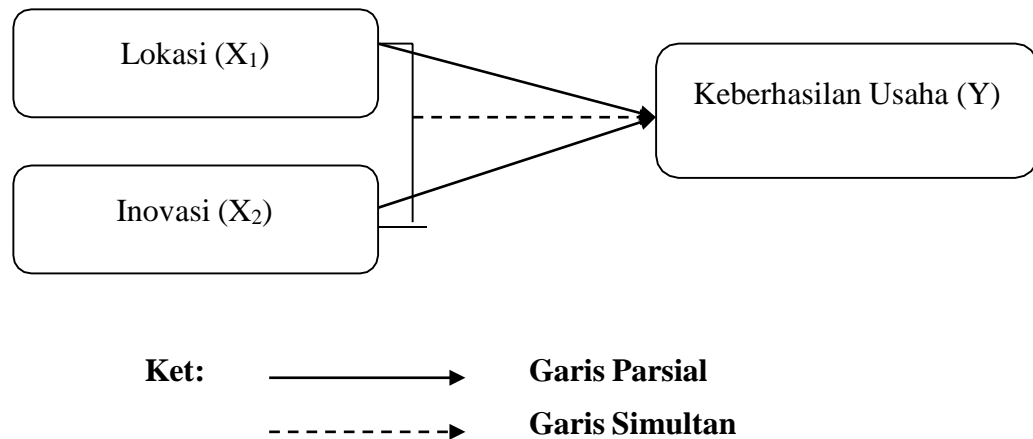
terhadap keunggulan bersaing produk. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi strategik(X_1) dan orientasi pasar(X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap Inovasi produk (Y) dengan taraf uji $\alpha=5\%$ ($p\text{-value}=0,022 < \alpha$). Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan bersaing sebesar 13.1%. hal ini berarti bahwa apabila perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing, maka perusahaan dapat menciptakannya melalui kegiatan- kegiatan inovasi terhadap produk yang dihasilkannya.

Jihanti dan Imelda (2018) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Inovasi Terhadap Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kinerja Karyawan Bank Mandiri. Jenis penelitian dalam studi ini adalah Penelitian Asosiatif yaitu mengukur asosiasi antara dua variabel atau lebih. Populasi yang ada berjumlah 66 orang. Maka dari itu untuk menentukan sampel dengan menggunakan sampel jenuh yaitu berjumlah 60 orang. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi dan Kreatifitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado, Inovasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bank Mandiri Kanwil Manado dan Kreatifitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Karyawan PT Bank Mandiri Kanwil Manado.

Ekasari dan Nurhasanah (2018) Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang pelaku UMKM di Kawasan Gentala Arasy dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesiner dan perhitungan hasil menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan Secara Simultan *Lokasi dan Kreativitas* merupakan satu kesatuan dalam menciptakan Keberhasilan Usaha bagi para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Gentala Arasy Kota Jambi. Lokasi dan Kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap *keberhasilan usaha* dipengaruhi sebesar 65,5% sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha adalah variabel lokasi dengan pengaruh sebesar 66,53%

Kerangka Pemikiran

Kerangka konseptual adalah pondasi utama dimana sepenuhnya proyek penelitian ditujukan, dimana hal ini merupakan jaringan hubungan antara variabel secara logis diterangkan dan dikembangkan berdasarkan latar belakang perumusan masalah. Berdasarkan pada judul yang penulis ajukan, maka terdapat tiga variabel yaitu Lokasi (X_1), Inovasi (X_2) dan Keberhasilan Usaha (Y). Dengan demikian, kerangka berpikir dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih, dapat diartikan bahwa hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara (Siregar 2014:38). Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh yang signifikan antara Lokasi dan Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha Cuci Mobil di Kecamatan Baturaja Timur baik secara parsial maupun simultan.