

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1 Landasan Teori

1.1 Kewirausahaan

1.1.1 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu tersendiri, memiliki proses sistematis, dan dapat diterapkan dalam bentuk penetapan kreativitas dan keinovasian. Seperti dikemukakan Zimmerer, “*Entrepreneurship is the result of disciplined, systematic process of applying creativity and innovations to needs and opportunities in the marketplace*”(Suryana, 2016: 2).

Menurut Amir (2016 :17) Entrepreneurship (Kewirausahaan) merupakan proses atau aktivitas entrepreneurial yang dilakukan individu atau kelompok di sebuah organisasi. Kewirausahaan menurut Prawirokusumo dalam Suryana (2016:2), kewirausahaan merupakan disiplin ilmu tersendiri yang independen dan telah diajarkan sebagai suatu disiplin ilmu tersendiri yang independen karena meliputi hal-hal sebagai berikut :

1. Kewirausahaan berisi bidang pengetahuan (*body of knowledge*) yang utuh dan nyata, yaitu terdapat teori, konsep, dan metode ilmiah yang lengkap.

2. Kewirausahaan memiliki dua konsep, yaitu posisi permulaan usaha/ ventura (*venture start-up*) dan perkembangan usaha (*venture-growth*), ini jelas tidak termasuk dalam kerangka bidang materi manajemen umum (*framework general management course*) yang memisahkan antara manajemen dan kepemilikan usaha (*business ownership*).
3. Kewirausahaan merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki objek tersendiri, yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create new and different things*).
4. Kewirausahaan merupakan alat untuk menciptakan pemerataan usaha dan pendapatan atau kesejahteraan rakyat yang adil dan makmur.

Menurut Suryana (2016:13) dalam pengertian kewirausahaan di atas dapat disimpulkan beberapa konsep seperti kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (kreativitas dan inovasi), mengorganisasi, menanggung risiko, berorientasi hasil, peluang, kepuasan pribadi, dan kebebasan. Oleh karena itu, jiwa dan perilaku kewirausahaan tidak hanya dijumpai dalam konteks bisnis, tetapi juga dalam semua organisasi dan profesi, baik yang bersifat waralaba maupun nirlaba seperti pendidikan, kesehatan, penelitian, hukum, arsitektur, teknik, pekerjaan sosial dan distribusi

1.1.2 Karakteristik Kewirausahaan

Menurut Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana (2016:24), terdapat delapan karakteristik kewirausahaan yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan wawas diri.
2. Memilih resiko yang modert (*preference for moderate risk*), yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, 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 umpan balik dengan segera ingin cepat berhasil.
5. Semangat dan kerja keras (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. Berorientasi kedepan (*future orientation*), yaitu berorientasi masa depan dan memiliki pespektif dan wawasan jauh kedepan.
7. Memiliki keterampilan berorganisasi (*skill ate organizing*), yaitu memiliki penampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Menghargai prestasi (*value of achievement over money*), yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.

1.1.3 Faktor Penyebab Keberhasilan dan Kegagalan Berwirausaha

Suryana (2016:67-69) menyatakan bahwa penyebab keberhasilan dan kegagalan berwirausah yaitu :

1. Penyebab Keberhasilan Berwirausaha
 - a. Kemampuan dan Kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.
 - b. Tekat yang kuat dan kerja keras.
 - c. Mengenai peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan.
2. Penyebab kegagalan berwirausaha
 - a. Tidak kompeten dalam hal manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
 - b. Kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengkoordinasikan, mengelola sumber daya manusia, dan mengintegrasikan operasi perusahaan.
 - c. Kurang dapat mengendalikan keuangan.
 - d. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.
 - e. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha.
 - f. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurangnya pengawasan dapat mengakibatkan

penggunaan peralatan (fasilitas) perusahaan secara tidak efisien dan tidak efektif.

- g. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal.
- h. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil.

1.2 Inovasi

1.2.1 Pengertian Inovasi

Menurut Suryana (2016:74) inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang

Inovasi menurut Zimmerer dalam buku Suryana (2016 : 14) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Inovasi merupakan suatu proses untuk menemukan dan mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi / kondisi yang belum ada dan belum dipikirkan sebelumnya. Dengan kata lain, inovasi adalah bagaimana memikirkan dan melakukan sesuatu yang baru yang dapat menambah atau menciptakan nilai-nilai manfaat, baik secara sosial maupun secara ekonomik

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. Neely et al dalam Putu (2013:67) berpendapat bahwa inovasi produk menunjukkan pada pengembangan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran.

1.2.2 Indikator Inovasi

Menurut Suryana (2016:75:76) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi yaitu :

a. Penemuan

Penemuan yaitu dengan mengkreasi suatu produk, jasa atau proses yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

b. Pengembangan

Pengembangan yaitu dengan cara pengembangan prosuk, jasa, atau proses yang sudah ada. Konsep ini menjadikan aplikasi ide yang telah ada berbeda.

c. Duplikasi

Duplikasi yaitu dengan cara peniruan produk, jasa, atau proses yang sudah ada. Duplikasi disini bukan semata-mata meniru melainkan menambah seutuhnya secara kreatif untuk memperbaiki konsep yang ada agar lebih mampu memenangkan persaingan

d. Sistensi

Sistensi yaitu dengan cara perpaduan konsep dan faktor –faktor yang sudah ada menjadi formulasi baru. Proses ini meliputi pengambilan sejumlah idea atau produk yang sudah ada dPernyataanukan atau sudah dibentuk sehingga menjadi produk yang dapat diaplikasikan dengan cara baru.

1.3 Kreativitas

Suryana (2016:66) menyatakan bahwa kreativitas adalah: “Berpikir sesuatu yang baru”. “Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang

Kreativitas ialah segala gagasan baru, metode, pemahaman atau model baru yang bisa diteruskan, selanjutnya dipakai pada kehidupan. Santrock mengatakan kreativitas ialah kecakapan untuk berpikir dalam metode-metode terbaru dan unik, serta membuahkan hasil penyelesaian masalah yang tidak biasa. Menurut Perkins, kreativitas termasuk sebuah hasil kreatif yakni sebuah hasil terbaru dan sesuai, oleh karenanya individu yang produktif atau individu dengan kreativitas ialah individu yang kemungkinan selalu membuahkan sebuah hal yang baru. Sedangkan Menurut Basuki kreativitas ialah sebuah tahapan upaya manusia untuk mengembangkan dirinya dalam beragam aspek kehidupannya dengan maksud supaya mencicipi kualitas hidup yang yang terbaik (Yuliani, 2013)

Suryana dan Bayu (2011:204) menyatakan: Kreativitas diartikan sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu produk baru. Produk baru artinya tidak seluruh produknya baru, tetapi dapat merupakan bagianbagian produk saja. Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan baru antara unsur, data, variabel, yang telah ada sebelumnya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berpikir

kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan

1.3.1 Sumber Kreativitas

Ada 2 sumber kreatifitas diantaranya

a. Imajinasi dan ide

Berdasarkan fungsinya, kapasitas mental manusia dapat di kelompokkan menjadi empat bagian, yaitu *absortive, retentive, reasoning, creative*. Imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas, misalnya meskipun seseorang yang hampir tidak pernah keluar rumah tetapi dengan menggunakan imajinasinya ia dapat melalang buana ke dunia sekitar. Imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia.

b. Sifat Proses kreatif

Kreativitas adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Setiap orang Kreatif pada tingkat tertentu. Orang mempunyai kemampuan dan bakat dalam bidang tertentu dapat lebih kreatif dari pada orang lain. Hal yang sama juga dialami oleh orang yang dilatih dan dikembangkan dalam suatu lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas, mereka diajari untuk berfikir dan bertindak secara kreatif . Bagi pihak lain proses kreatif lebih sukar karena tidak dikembangkan secara positif dan jika mereka ingin menjadi kreatif, mereka harus belajar cara mengimplementasikan proses kreatif

1.3.2 Strategi Untuk Mengembangkan Kreativitas

Hal-hal yang dapat membantu mengembangkan kemampuan pribadi dalam program peningkatan kreativitas sebagaimana dikemukakan oleh James L Adams (1986) dalam Nigsig & Dindin (2021:95):

- a. *Mengenal Hubungan* Banyak penemuan dan inovasi lahir sebagai cara pandang terhadap suatu hubungan yang baru dan berbeda antara objek, proses, bahan, teknologi, dan orang, seperti mencampurkan aroma bunga melati dengan air teh, kemudian dikemas dalam botol menjadi teh botol yang harum dan segar rasanya. Orang yang kreatif akan memiliki intuisi tertentu untuk mengembangkan dan mengenali hubungan yang baru dan berbeda dari fenomena tersebut. Hubungan ini dapat memperlihatkan ide-ide, produk, dan jasa yang baru.
- b. *Kembangkan Perspektif Fungsional*
Kita dapat melihat adanya perspektif yang fungsional dari benda dan Orang. Seseorang yang kreatif dapat melihat orang lain sebagai alat untuk memenuhi keinginannya dan membantu menyelesaikan pekerjaan.
- c. *Menggunakan akal*
Fungsi otak bagian yang terpisah antara kiri dan kanan telah dilakukan sejak tahun 1950 an serta tahun 1960 a. otak bagian kanan digunakan untuk hal-hal seperti analogi, imajinasi, dan lain sebagainya, sedangkan otak bagian kiri digunakan untuk kerja, seperti analisis, melakukan pendekatan yang rasional terhadap pemecahan masalah, dan lain-lain. Meskipun secara fungsinya berbeda, dalam kerjanya kedua bagian otak tersebut saling berhubungan.

d. Hapus perasaan ragu-ragu

Kebiasaan mental yang membatasi dan menghambat pemikiran kreatif, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Pemikiran lain
- 2) Mencari selamat
- 3) Stereotype (yakin sudah ada ketentuan)
- 4) Pemikiran kemungkinan

1.3.3 Hambatan Kreativitas

Roger Von Oech dalam bukunya *Whack on the side of the Head* (Suryana dan Bayu, 2011:118), mengidentifikasi 10 kunci mental dari kreativitas atau hambatan-hambatan kreativitas, yang meliputi:

- a. *Searching for the one "right" answer*, yaitu berusaha untuk menemukan suatu asumsi hanya satu jawaban yang benar atau satu pemecahan yang benar dalam memecahkan suatu masalah. Ia tidak terbiasa dengan beberapa jawaban atau pandangan yang berbeda.
- b. *Focussing on "being logical"*, yaitu terfokus pada berpikir logika tidak bebas menggunakan berpikir non logika khususnya dalam berimajinasi berpikir kreatif, padahal dalam berkreasi (intuisi dari Von Oech) kita dapat berpikir bebas tentang segala sesuatu yang berbeda dan bebas pula menggunakan berpikir nonlogika khususnya dalam fase berpikir kreatif (*to think something different and freely use nonlogical thinking, especially in the imaginative phase of the creative process*).

- c. *Blindly following the rules*, yaitu berlandung pada aturan yang berlaku (kaku). Kreatifitas sangat tergantung pada kemampuan untuk selalu tidak kaku pada aturan, sehingga dapat melihat cara-cara baru untuk mengerjakan sesuatu (“*new ways of doing things*”).
- d. *Constantly being practical*, yaitu terkat pada kehidupan praktis semata yang membatasi ide-ide kreatif.
- e. *Viewing play as frivolous*. Memandang bermain sebagai sesuatu yang tidak karuan. Padahal anak-anak dapat belajar dari bermain, yaitu dengan cara menciptakan cara-cara baru dalam memandang sesuatu yang lama dan belajar tentang apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan (“*create new ways of looking at old things and learn what works and what doesn't*”).
- f. *Becoming early specialized*, yaitu terlalu spesialisasi. Spesialisasi membatasi kemampuan untuk melihat masalah lain. Adapun orang yang berpikir kreatif cenderung bersifat eksploratif dan selalu mencari ide-ide diluar bidang spesialisasi.
- g. *Avoiding ambiguity*. Menghindari pengurangan merupakan hambatan untuk berpikir kreatif. Padahal kemenduaan (*ambiguity*) dapat menjadi kekuatan yang mendorong kreativitas dan mendorong berpikir sesuatu yang berbeda (“*to think something different*”). Karena itu menghindari kenetralan merupakan hambatan berpikir kreatif.
- h. *Fearing looking foolish*, berpikir kreatif bukan tempatnya bagi orang kompromistis (berpikir kompromi). Ide-ide baru jarang muncul dalam

lingkungan yang kompromistis. Orang yang cenderung kompromistis tidak senang melihat orang yang nekat (*foolish*). Takut untuk berbuat nekat merupakan hambatan untuk berpikir kreatif.

- i. *Fearing mistake and failure* (takut salah dan gagal). Orang kreatif menyadari bahwa mencoba sesuatu yang baru pasti membawa kegagalan. Namun demikian, mereka melihat kegagalan bukan sesuatu yang terakhir, tetapi merupakan pengalaman belajar bagaimana cara untuk meraih sukses.
- j. *Believing that "I'm not creative"*. Setiap orang berpotensi untuk kreatif. Takut pada ketidakmampuan untuk berbuat kreatif merupakan hambatan berpikir kreatif.

1.3.4 Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2016:76) indikator kreativitas ada 3 yaitu :

- a. Baru (*new*)

Cirinya inovatif, belum ada sebelumnya, agar menarik, aneh dan mengejutkan.

- b. Berguna (*useful*)

Cirinya lebih enak, lebih praktis, lebih mudah, memperlancar, mendorong, mengembangkan, mendidik, memecahkan masalah, mengurangi hambatan, mengatasi kesulitan, mendatangkan hasil yang baik atau lebih banyak.

- c. Dapat dimengerti (*understable*)

Cirinya hasil yang sama dapat dimengerti dan dibuat di lain waktu.

1.4 Keberhasilan Usaha

1.4.1 Pengertian 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 orang melakukan bisnis.

Keberhasilan usaha menurut Suryana (2011 : 85) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Sesuai dengan pendapatan tersebut dapat dikatakan apabila usaha itu berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Dari pengertian para ahli maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah keadaan dimana tujuan utama didirikannya sebuah usaha memperoleh laba sebanyak-banyaknya

1.4.2 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Hendro (2011: 47-50) wirausaha yang sukses pasti cerdas (*smart*). Dan berikut faktor-faktor keberhasilan usaha;

1. Faktor Peluang

Banyak peluang emas tetapi belum tentu tepat untuk anda karena peluang emas yang tepat itu mengandung keselarasan, keserasian, dan keharmonisan antara siapa aku, bisnis apa yang dimasuki, pasarnya bagaimana, kondisi, situasi, dan perilaku pasarnya sehingga anda bisa menemukan peluang emas yang tepat.

2. Faktor Manusia (SDM)

Faktor sumber daya manusia menjadi sentral kesuksesan sebuah usaha. Jangan meremehkan faktor ini dalam mencapai keberhasilan usaha.

3. Faktor Keuangan

Jangan berfikir bahwa bisnis tanpa keuangan lancar itu dapat berhasil. Arus kas situ bagaikan aliran darah dalam tubuh kita. Bila arus kas tidak mengalir, maka bisnis pasti akan berhenti dan mati

4. Faktor Organisasi

Ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. Organisasi usaha juga tidak statis tetapi dinamis, kreatif, dan berwawasan kedepan.

5. Faktor Perencanaan

Anda harus memahami bahwa bekerja tanpa rencana berarti berjalan tanpa tujuan yang jelas. Jadi sebuah usaha pasti rencana adalah faktor penting dalam sebuah usaha.

6. Faktor Pengelolaan Usaha

Semua faktor diatas adalah faktor keberhasilan usaha, tetapi kita juga membutuhkan aksi yang nyata. Itu lah pengelolaan yang mencakup.

7. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Faktor pemasaran dan penjualan memainkan peran yang penting bagi kelancaran usaha. Banyak usaha yang gagal karena hanya mementingkan penjualan dan pemasaran belum berjalan dengan baik.

8. Faktor Administrasi

Tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, maka strategi, taktik, perencanaan,

pengembangan, program-program, dan arah perusahaan menjadi berjalan tidak sesuai harapan.

9. Faktor Peraturan Pemerintah, politik, social, ekonomi, dan budaya lokal

Faktor ini berpengaruh banyak karena usaha juga berhubungan dengan peraturan, legalitas, perizinan, situasi ekonomi dan politik, serta perkembangan budaya lokal.

10. Catatan Bisnis

Banyak usaha yang sulit dan tidak berkembang hanya disebabkan karena wirausaha tidak tahu sejauh mana usahanya berkembang.

1.4.3 Faktor-Faktor Kegagalan Usaha

Menurut pendapat Hendro (2011: 51) belum pernah terjadi bahwa ada seorang wirausaha yang sukses yang belum mengalami kegagalan. Biasanya wirausaha yang cerdas selalu bangkit dari setiap kegagalan yang dialaminya. Apabila wirausaha itu berhenti mencoba lagi, wirausahawan itu gagal dalam usaha (pekerja juga sering gagal tetapi tidak menanggung resiko kerugian). Oleh sebab itu, kegagalan usaha itu muncul karena berbagai hal, tetapi bila dikelompokkan akan terdapat 3 faktor utama penyebab kegagalan, yaitu :

- a. Kegagalan yang disebabkan oleh diri sendiri.
- b. Kegagalan karena dari faktor luar dan anda berhenti mencoba (gagal)
- c. Kegagalan karena ‘bencana alam’

Kegagalan usaha sering diartikan sebagai kesulitan uang/modal saja, namun sebenarnya lebih dari sekedar aspek uang atau modal saja. Kegagalan yang sebenarnya adalah berhenti mencoba mengatasi masalah yang terjadi.

1.4.4 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Noor (2013: 401-408) ada lima indikator keberhasilan usaha yaitu;

a. Kemampuan Mendapatkan Laba (*Profitability*)

Tujuan bisnis adalah laba. Untuk itu maka dapat disederhanakan sebagai berikut: bisnis = fungsi (laba)

Laba = penjualan – biaya → laba maksimum – biaya maksimum

Dengan menggunakan paradigm diatas dapat disusun parameter dan indikator keberhasilan suatu investasi, khususnya yang dilakukan oleh swasta.

b. Produktivitas dan Efisiensi (*Productivity and Efficiency*)

Produktivitas adalah istilah yang digunakan untuk mengukur kemampuan produksi suatu usaha atau suatu factor produksi. Pengukuran ini perlu dilakukan untuk banyak hal dalam rangka membangun bisnis. Efisiensi adalah istilah yang digunakan untuk mengukur kemampuan megelolah atau pemanfaatan asset produksi. Oleh karena itu, efesiensi ini berkaitan dengan bagaimana selayaknya suatu asset dikelola

c. Daya Saing (*Competitiveness*)

Secara makro suatu bisnis berhadapan dengan pasar. Di setiap pasar biasanya ada pesaing yang melakukan usaha yang sama dan melayani konsumen yang sama pula. Oleh karena itu, suatu bisnis dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau setidaknya masih bertahan menghadapi pesaing.

d. Kompetensi dan Etika Usaha (*Competence and Ethics*)

Kompetensi adalah kecakapan dan kemampuan lebih dibandingkan pesaing (dimata konsumen). Atau kompetensi adalah kecakapan diatas rata-rata dalam

menghasilkan barang atau jasa guna memuaskan konsumen, dan stakeholder Etika atau moral pada prinsipnya adalah aturan dalam bergaul masyarakat, agar terciptanya keharmonisan dan ketenangan hidup. Bila seseorang melanggar etika, maka dia akan menerima konsekuensi tertentu dalam lingkungannya.

- e. Terbangunnya Kepercayaan atau Amanah dari Masyarakat Luas (*Trust*) sebagai hubungan antar perorangan.

Bila kedua hal di atas (kompetensi dan etika) dapat terwujud dalam operasinya, maka perusahaan telah membangun fondasi untuk timbulnya amanah dari para pihak terkait kepada perusahaan. Dengan demikian, hal di atas dapat disederhanakan sebagai berikut. Laba = fungsi (amanah) → atau laba = fungsi.

1.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Hubungan Inovasi dengan Keberhasilan Usaha

Seorang wirausaha dalam mengelola bisnis atau usahanya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor banyaknya modal yang dimiliki, dan fasilitas atau koneksi/kedekatan dengan sumber kekuasaan yang dapat dinikmati. Akan tetapi ada yang lebih menonjol adalah karena adanya fakta bisnis atau usahanya dapat dikelola oleh orang yang berjiwa pengusaha dan mengetahui persis tentang apa, mengapa, dan bagaimana bisnis itu harus berjalan dan dikelolanya (Saiman, 2014: 52).

Bagi perusahaan, inovasi yang sukses berarti mereka selangkah lebih maju dari pesaing mereka. Ini membutuhkan kecerdasan organisasi untuk mengenali preferensi pelanggan. dan memastikan bahwa inovasi pada akhirnya memenuhi

kebutuhan pelanggan, Apabila sebuah organisasi bisnis khususnya UMKM kurang memperhatikan pengimplementasian inovasi ini maka dapat menghambat penciptaan ide inovatif khususnya dalam sisi efisiensi, efektifitas maupun biaya

2.5.2 Hubungan Kreativitas dengan Keberhasilan usaha

Keberhasilan usaha dapat tercapai dengan kreativitas yang tinggi oleh karena itu kreativitas penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan juga penting bagi kesinambungan perusahaan. Artinya, dalam mencapai keberhasilan usaha diperlukan sumber daya manusia yang kreatif sekaligus berjiwa kewirausahaan. Wirausahalah yang dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan. Nilai tambah itu dihasilkan melalui kreativitas.. Kreativitas kaitannya erat dengan keberhasilan usaha dimana seorang wirausaha harus memiliki ide-ide yang baru untuk menghasilkan jenis makanan apa yang sedang diminati para konsumen saat ini sehingga usahanya akan lebih dikenal. Selain itu, dengan mengembangkan kreativitas memberikan kemajuan dan perkembangan usahanya. Oleh karena itu kreativitas yang tinggi akan memacu wirausaha untuk mengembangkan usaha.

Menurut Suryana (2016:66) wirausahawan yang berhasil dan sukses disebabkan karena usaha tersebut memiliki kemampuan berfikir kreatif dan inovatif. Seorang pengusaha akan berhasil apabila ia selalu kreatif, dan menggunakan hasil kreativitas itu dalam kegiatan usahanya. Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis

1.6 Penelitian Sebelumnya

Tabel .2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul	Variabel yang diteliti, alat analisis, hasil penelitian	Resume Penelitian	
				Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1	Arifudin (2016)	Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi di Kecamatan Wates Kabupaten Kediri	<p>Variabel Independen Kreativitas, Inovasi dan Media Promosi Kreativitas, Inovasi dan Media Promosi</p> <p>Variabel dependen Keberhasilan Usaha</p>	Persamaan penelitian Arifudin (2016) dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang Kreativitas, Inovasi dan Keberhasilan Usaha	Arifudin (2016) meneliti tentang Media Promosi
2	Wiranawata, (2019)	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Kuliner di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu	<p>Variabel Independen: Inovasi Dan Kreativitas</p> <p>Variabel Dependen: Keberhasilan usaha</p> <p>Hasil analisis menjelaskan nilai t hitung variable inovasi (X1) sebesar 4.880, dan kreativitas (X2) sebesar 4,802 lebih besar jika di banding dengan nilai t-tabel sebesar 2,00575. Dengan nilai F</p>	Persamaan penelitian Wiranawata, (2019) dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha	jumlah sampel dan objek penelitian

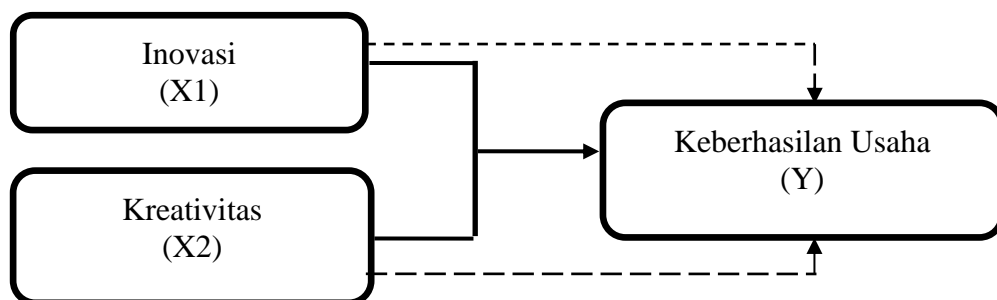
			hitung sebesar 27,408 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,17		
3	Darman Syafe'i dan Jalaludin, SE.MM (2020)	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah Pada Penjahit Pakaian Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Oku	<p>Variabel Independen: Inovasi Dan Kreativitas</p> <p>Variabel Dependen: Keberhasilan usaha</p> <p>Hasil analisis Berdasarkan hasil analisis secara parsial maupun simultan variabel Inovasi dan kreativitas wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada penjahit pakaian di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten OKU</p>	Persamaan penelitian Darman Syafe'i dan Jalaludin, SE.MM (2020) dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha	Perbedaan penelitian Darman Syafe'i dan Jalaludin, SE.MM (2020) terletak pada objek sampel penelitian serta tahun penelitian
4	Ekasari dan Nurhasanah (2018)	Pengaruh Lokasi dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi.	<p>Variabel Independen: pengaruh lokasi dan kreativitas</p> <p>Variabel Dependen: keberhasilan usaha</p> <p>Hasil penelitian : Lokasi dan Kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap <i>keberhasilan usaha</i> dipengaruhi sebesar 65,5% sedangkan sisanya sebesar 34,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.</p>	Persamaan penelitian Ekasari dan Nurhasanah (2018) dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang Kreativitas, dan keberhasilan usaha	Ekasari dan Nurhasanah (2018) meneliti Strategi Pemasaran dan Perkembangan Usaha serta lokasi penelitian

5	Agie Agung Pratama (2021)	Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tasikmalaya	<p>Variabel Independen: pengaruh Inovasi dan kreativitas</p> <p>Variabel Dependen: Kinerja usaha</p> <p>Berdasarkan hasil analisis dan sumber data dibuktikan bahwa inovasi produk, inovasi proses dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja operasional.</p>	Persamaan penelitian Agie Agung Pratama (2021) dan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang Inovasi dan Kreativitas.	Agie Agung Pratama (2021) meneliti Kinerja Usaha serta Lokasi Penelitian
---	---------------------------	---	--	--	--

1.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka fikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah di deskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang di deskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Sintesa tentang hubungan variabel tersebut, selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Kerangka pemikiran berikut menggambarkan hubungan antara variabel independen dalam hal ini adalah “Inovasi dan Kreativitas”, dan variabel dependennya yaitu “Keberhasilan Usaha”.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- - - - : Secara Parsial

———— : Secara Simultan

1.8 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di penelitian sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah diduga ada pengaruh inovasi dan kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Baturaja Timur (Studi Kasus pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Pempek).