

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Sebelumnya

Penelitian lain yang terkait dengan penelitian ini antara lain penelitian yang dilakukan oleh Purwanti (2013) STIE AMA Salatiga, yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal usaha secara individu dan secara bersama berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, sedangkan strategi pemasaran secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha, namun demikian secara bersama berpengaruh signifikan. Hal ini dapat dijelaskan dalam menjalankan usahanya tidak menggunakan strategi pemasaran karena tidak dijual secara langsung ke konsumen namun dijual kepada para pedagang tanpa ada kemasan, label atau merk, penetapan harga hanya mengikuti pesaing sehingga tidak menggunakan strategi penentuan harga. Saran dari penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah variabel dalam penelitian dan sampel yang diambil dapat diperluas wilayahnya. Sedangkan teknik analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda.

Penelitian yang lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni, dkk (2014) jurusan administrasi bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Diponegoro, yang berjudul “Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausaha, Produktivitas Dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Kulit

Lumpia di Kelurahan Kranggan Kota Semarang”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat pengalaman berwirausaha, produktivitas, dan inovasi terhadap pengembangan usaha kulit lumpia. Tipe penelitian ini adalah explanatory research, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling atau sampel jenuh. Sampelnya berjumlah 30 pengusaha kulit lumpia pada UMKM kulit lumpia. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear sederhana dan regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t) dan uji F dengan alat bantu menggunakan sistem SPSS 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara parsial, variabel tingkat pengalaman berwirausaha (X1) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 38,2%, produktivitas (X2) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 38%, dan inovasi (X3) berpengaruh terhadap pengembangan usaha (Y) sebesar 39,5%.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2013) jurusan administrasi bisnis FISIP Universitas Diponegoro, yang berjudul “Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional Pasar Peterongan”. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh modal psikologis entrepreneur, manajemen sumber daya manusia, inovasi, karakteristik dari entrepreneur, dan karakteristik usaha itu sendiri terhadap perkembangan usaha.

Penelitian dilakukan di kota Semarang dengan sampel sebanyak 32 pedagang yang memiliki tenaga kerja di Pasar Peterongan. Jenis penelitian ini adalah explanatory research. Analisis data menggunakan uji regresi linier. Hasil uji analisis regresi didapat bahwa variabel modal psikologis, karakteristik entrepreneur, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional peterongan. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah modal psikologis.

Tabel 2.1

Perbedaan Dan Persamaan Penelitian Terdahulu Dengan Yang sekarang

No	Tinjauan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang	Persamaan	Perbedaan
1.	a. Nama peneliti dan judul penelitian	Purwanti (2013) Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga	Sari Pengaruh Modal Usaha, Pengalaman Berwirausaha dan daya Inovasi Terhadap Pengembangan Produk UKM Songkok Desa Kroman Kecamatan Gresik	-	-
	b. Variabel bebas	X1= Karakteristik Wirausaha X2= Modal Usaha X3= Strategi Pemasaran	X1= Modal Usaha X2= Pengalaman Berwirausaha X3= Daya Inovasi	X1= Modal Usaha	X2= Pengalaman Berwirausaha X3= daya Inovasi
	c. Variabel terikat	Y= pengembangan	Y= pengembangan	Y= pengembangan	-
	d. Lokasi penelitian	Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga	Desa Kroman Kecamatan Gresik	-	-

	e. Teknik analisis data	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda	-
	f. Jenis penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	-
2	a. Nama peneliti dan judul penelitian	Wahyuni, dkk. (2014) Pengaruh Tingkat Pengalaman Berwirausaha, Produktivitas Dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Kulit Lumpia di Kelurahan Kranggan Kota Semarang	Sari Pengaruh Modal Usaha, Pengalaman Berwirausaha dan daya Inovasi Terhadap Pengembangan Produk UKM Songkok Desa Kroman Kecamatan Gresik	-	-
	b. Variabel bebas	X1= Pengalaman Berwirausaha X2= Produktivitas X3= Inovasi	X1= Modal Usaha X2= Pengalaman Berwirausaha X3= Daya Inovasi	X2= Pengalaman Berwirausaha X3= Inovasi	X1= Modal Usaha
	c. Variabel terikat	Y=pengembangan	Y=Pengembangan	Y=pengembangan	
	d. Lokasi penelitian	Di Kelurahan Kranggan Kota Semarang	Desa Kroman Kecamatan Gresik	-	-
	e. Teknik analisis data	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda	Regresi linear berganda	-
	f. Jenis penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	-
3	a. Nama peneliti dan judul penelitian	Dewi (2013) Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional di Pasar Peterongan	Sari Pengaruh Modal Usaha, Pengalaman Berwirausaha dan daya Inovasi Terhadap Pengembangan Produk UKM Songkok Desa Kroman Kecamatan Gresik		

b. Variabel bebas	X1= Faktor Modal Psikologis X2= Karakteristik Entrepreneur X3= Inovasi X4= Manajemen Sumber Daya Manusia X5= Karakteristik UKM	X1= Modal Usaha X2= Pengalaman Berwirausaha X3= daya Inovasi	X3= Inovasi	X1= Modal Usaha X2= Pengalaman Berwirausaha
c. Variabel terikat	Y=pengembangan	Y=pengembangan	Y=pengembangan	
d. Lokasi penelitian	Di Pasar Tradisional di Pasar Peterongan	Desa Kroman Kecamatan Gresik		
e. Teknik analisis data	Analisis regresi berganda	Analisis regresi berganda	Analisis regresi berganda	
f. Jenis penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif	Kuantitatif	

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Produk

Menurut Kotler (2010:4) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan ide.

Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan (*need dan wants*) dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (*need*), akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan (*wants*).

2.2.2 Pengertian UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan batasan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yaitu untuk industri rumah tangga memiliki jumlah tenaga kerja 1 sampai 4 orang, usaha kecil memiliki jumlah

tenaga kerja 5 sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang. (Rendrareyantoni, 2013)

2.3 Modal Usaha

2.3.1 Pengertian Modal Usaha

Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal, jika kita ibaratkan memulai usaha dengan membangun sebuah rumah, maka adanya modal menjadi bagian pondasi dari rumah yang akan dibangun. Semakin kuat pondasi yang dibuat, maka semakin kokoh pula rumah yang dibangun. Begitu juga pengaruh modal terhadap sebuah bisnis, keberadaannya menjadi pondasi awal bisnis yang akan dibangun. Beberapa modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, antara lain tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, net working, serta modal uang, namun kebanyakan orang terhambat memulai usaha karena mereka sulit untuk mendapatkan modal uang (Purwanti, 2013:18). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Listyawan Ardi Nugraha (2011:9) “modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan”. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis.

2.3.2 Fungsi Modal Usaha

Modal usaha merupakan salah satu aspek terpenting dari keseluruhan manajemen pembelanjaan perusahaan. Setiap perusahaan membutuhkan modal kerja untuk membiayai kegiatan operasional hariannya, untuk itu diperlukan penanganan khusus tentang masalah kecukupan modal usaha dalam UKM. Tersedianya modal usaha yang cukup dapat menguntungkan UKM karena memungkinkan UKM melakukan kegiatan operasionalnya secara efisien.

Menurut Munawir (2004:116) modal usaha yang cukup dapat memberikan beberapa keuntungan bagi UKM, antara lain :

- a. Melindungi perusahaan terhadap krisis modal usaha karena turunnya nilai aktiva lancar.
- b. Memungkinkan perusahaan untuk dapat membayar semua kewajiban tepat pada waktunya.
- c. Menjamin dimilikinya credit standing perusahaan yang semakin besar dan memungkinkan perusahaan untuk dapat menghadapi bahaya-bahaya atau kesulitan keuangan yang mungkin terjadi.
- d. Memungkinkan perusahaan untuk dapat memiliki persediaan dalam jumlah yang cukup untuk dapat melayani konsumennya.
- e. Memungkinkan perusahaan untuk memberikan syarat kredit yang lebih menguntungkan kepada para pelanggannya.
- f. Memungkinkan bagi perusahaan untuk dapat beroperasi dengan lebih efisien karena tidak ada kesulitan untuk memperoleh barang ataupun jasa yang dibutuhkan.

Dari penjelasan tentang fungsi modal kerja di atas, jika UKM menginginkan operasi berjalan secara normal, maka UKM harus menyediakan modal kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan yang berlaku dan juga sesuai dengan situasi yang terjadi. Berikut Indikator modal usaha menurut Purwanti (2012:23) adalah sebagai berikut :

1. Syarat untuk usaha
2. Besar modal
3. Hambatan dalam mendapatkan sumber modal
4. Sumber modal dari luar

2.4 Pengalaman Berwirausaha

2.4.1 Pengertian Pengalaman Berwirausaha

Kewirausahaan merupakan jiwa dari seseorang yang diekspresikan melalui sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan demikian, perlu ditegaskan bahwa tujuan pembelajaran kewirausahaan sebenarnya tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan pebisnis atau business entrepreneur. Dalam pengertian yang paling luas, pembelajaran terjadi ketika pengalaman menyebabkan perubahan yang relatif permanen pada pengetahuan atau perilaku individu (Soetjipto, 2009:15). Menurut Elaine B Johnson (2007:59) menyatakan bahwa “pengalaman memunculkan potensi seseorang. Potensi penuh akan muncul bertahap seiring berjalannya waktu sebagai tanggapan terhadap bermacam-macam pengalaman”. Jadi sesungguhnya yang penting diperhatikan dalam hubungan tersebut adalah kemampuan seseorang untuk belajar dari pengalamannya, baik

pengalaman manis maupun pahit. Maka pada hakikatnya pengalaman adalah pemahaman terhadap sesuatu yang dihayati dan dengan penghayatan serta mengalami sesuatu tersebut diperoleh pengalaman, ketrampilan ataupun nilai yang menyatu pada potensi diri.

2.4.2 Fungsi Pengalaman Berwirausaha

Pengalaman berwirausaha merupakan suatu bagian yang penting dalam proses pengembangan keahlian seseorang, tetapi hal tersebut juga tergantung pada pendidikan serta latihan. Melalui pengalaman berwirausaha tersebut seseorang secara sadar atau tidak sadar belajar, sehingga akhirnya dia akan memiliki kecakapan teknis, serta keterampilan dalam menghadapi pekerjaan, Elaine B Johnson (2007:59) menyatakan bahwa “pengalaman memunculkan potensi seseorang. Potensi penuh akan muncul bertahap seiring berjalannya waktu sebagai tanggapan terhadap bermacam-macam pengalaman”. Jadi sesungguhnya yang penting diperhatikan dalam hubungan tersebut adalah kemampuan seseorang untuk belajar dari pengalamannya, baik pengalaman manis maupun pahit. Maka pada hakikatnya pengalaman adalah pemahaman terhadap sesuatu yang dihayati dan dengan penghayatan serta mengalami sesuatu tersebut diperoleh pengalaman, ketrampilan ataupun nilai yang menyatu pada potensi diri.

Orang yang berpengalaman dalam berwirausaha memiliki kemampuan yang lebih baik dari orang yang baru saja memasuki dunia usaha, karena orang tersebut telah belajar dari kegiatan-kegiatan dan permasalahan yang timbul dalam kerjanya. Dengan adanya pengalaman berwirausaha maka telah terjadi proses

penambahan ilmu pengetahuan dan ketrampilan serta sikap pada diri seseorang, sehingga dapat menunjang dalam mengembangkan diri dengan perubahan yang ada.

Dengan pengalaman yang didapat seseorang akan lebih cakap dan terampil serta mampu melaksanakan tugas pekerjaannya. Menurut Mustaqim (2004:50) diungkapkan bahwa dalam *law of exercise* atau *the law of use* (hukum penggunaan) dinyatakan bahwa “Hubungan antara stimulus dan respon akan bertambah kuat atau erat bila sering digunakan (*use*) atau sering dilatih (*exercise*) dan akan berkurang, bahkan lenyap sama sekali jika jarang digunakan atau tidak pernah sama sekali”.

Menurut Hitzman (Muhibbin Syah, 1995) mengatakan “pengalaman yang dapat mempengaruhi tingkah laku organisme dapat dianggap sebagai kesempatan belajar”. Hasil belajar dari pengalaman kerja akan membuat orang tersebut kerja lebih efektif dan efisien. Pengalaman akan membentuk pengetahuan dan ketrampilan serta sikap yang lebih menyatu pada diri seseorang, jika bidang pekerjaan yang ditangani selama masih bekerja merupakan bidang yang sejenis yang pada akhirnya akan membentuk spesialisasi pengalaman kerja diperoleh selama seseorang bekerja pada suatu perusahaan dari mulai masuk hingga saat ini. Selain itu pengalaman dapat diperoleh dari tempat kerja sebelumnya yang memiliki bidang pekerjaan yang sama dengan yang sedang dihadapi. Banyak sedikitnya pengalaman kerja akan menentukan atau menunjukkan bagaimana kualitas dan produktivitas seseorang dalam bekerja, artinya mudah sukarnya atau cepat lambatnya seseorang dalam mengerjakan suatu pekerjaan akan dipengaruhi

oleh seberapa banyak orang tersebut telah memiliki pengalaman kerja dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Ini berarti pengalaman akan juga mempengaruhi kemampuan dalam bekerja.

Pengalaman atau pengetahuan yang didapat para pemilik UKM pembuat songkok di Desa Kroman yang kebanyakan dulunya merupakan karyawan pabrik songkok dan akhirnya membuka usaha sendiri. Indikator pengalaman berwirausaha menurut Wahyuni dkk. (2014:6) adalah sebagai berikut :

1. Tingkat pendidikan
2. Lama pengusaha berjualan
3. Latar belakang keluarga berdagang

2.5 Daya Inovasi

2.5.1 Pengertian Daya Inovasi

Menurut Hendro (2011:121) inovasi mempunyai arti lebih luas dari penemuan. Inovasi adalah proses kreatif yang membuat objek-objek dan substansi baru yang berguna bagi manusia, namun lebih luas dari sekedar penemuan dan jangka waktunya lama. Menurut Machfoedz (2004) dalam (Suryana, Yuyus & Bayu, Kartib 2011:219) berpendapat bahwa inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Dengan demikian, inovasi adalah suatu kombinasi visi untuk menciptakan suatu gagasan yang baik dan keteguhan serta dedikasi untuk mempertahankan konsep melalui implementasi.

2.5.2 Fungsi Daya Inovasi

Menurut Yogi dalam LAN (2007:115), inovasi biasanya erat kaitannya dengan lingkungan yang berkarakteristik dinamis dan berkembang. Pengertian inovasi sendiri sangat beragam, dan dari banyak perspektif. Inovasi produk mendorong seorang pemilik UKM untuk berpikir secara mandiri dan kreatif dalam menerapkan pengetahuan pribadi untuk tantangan berwirausaha.

Menurut Rogers dalam LAN (2007:116) mengatakan bahwa inovasi mempunyai fungsi sebagai berikut:

1. Keuntungan Relatif

Sebuah inovasi harus mempunyai keunggulan dan nilai lebih dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Selalu ada sebuah nilai kebaruan yang melekat dalam inovasi yang menjadi ciri yang membedakannya dengan yang lain.

2. Kesesuaian

Inovasi juga sebaiknya mempunyai sifat kompatibel atau kesesuaian dengan inovasi yang digantinya. Hal ini dimaksudkan agar inovasi yang lama tidak serta merta dibuang begitu saja, selain karena alasan faktor biaya yang sedikit, namun juga inovasi yang lama menjadi bagian dari proses transisi ke inovasi terbaru. Selain itu juga dapat memudahkan proses adaptasi dan proses pembelajaran terhadap inovasi itu secara lebih cepat.

3. Kerumitan

Dengan sifatnya yang baru, maka inovasi mempunyai tingkat kerumitan yang boleh jadi lebih tinggi dibandingkan dengan inovasi sebelumnya. Namun demikian, karena sebuah inovasi menawarkan cara yang lebih baru dan lebih

baik, maka tingkat kerumitan ini pada umumnya tidak menjadi masalah penting.

4. Kemungkinan Dicoba

Inovasi hanya bisa diterima apabila telah teruji dan terbukti mempunyai keuntungan atau nilai dibandingkan dengan inovasi yang lama. Sehingga sebuah produk inovasi harus melewati fase “uji publik”, dimana setiap orang atau pihak mempunyai kesempatan untuk menguji kualitas dari sebuah inovasi.

5. Kemudahan diamati

Sebuah inovasi harus juga dapat diamati, dari segi bagaimana sebuah inovasi bekerja dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik.

Namun demikian, dalam konteks pemasaran dan konteks perilaku konsumen inovasi dikaitkan dengan produk atau jasa yang sifatnya baru. Indikator daya inovasi menurut Wahyuni dkk. (2014:6) yaitu:

1. Produk baru
2. Kemasan baru
3. Metode baru dari proses produksi
4. Cara baru untuk meraih suatu pasar

2.6 Pengembangan Produk

2.6.1 Pengertian Pengembangan Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:309), pengembangan produk adalah mengembangkan konsep produk menjadi produk nyata untuk dapat memastikan

bahwa ide produk dapat di ubah menjadi produk yang bisa dikerjakan. Pengembangan produk merupakan strategi pemasaran yang memerlukan penciptaan produk baru yang dapat dipasarkan, proses merubah aplikasi untuk teknologi baru ke dalam produk yang dapat dipasarkan. Pengertian pengembangan produk meliputi:

1. Produk baru yaitu:
 - a. Produk yang benar-benar inovatif dan unik
 - b. Produk pengganti yang benar- benar berbeda dan produk yang sudah ada
 - c. Produk imitatif, yaitu produk yang baru bagi perusahaan tertentu tetapi bukan baru di dalam pasar
 - d. Produk yang menggunakan bahan baku baru sama sekali
2. Pengembangan produk:
 - a. Riset pemasaran
 - b. Rekayasa
 - c. Desain
3. Modifikasi produk, yaitu memperbaiki produk yang sudah ada yang meliputi kualitas, fitur, dan style yang tujuannya meningkatkan penjualan. Modifikasi produk menciptakan tiga dimensi, yaitu:
 - a. Perbaikan mutu (quality improvement)
 - b. Perbaikan cirri-ciri khas (feature Improvement)
 - c. Perbaikan gaya enent (style improvement)

4. Merchandising, yaitu semua aktivitas perencanaan baik dari produsen maupun pedagang yang dimaksudkan untuk menyesuaikan antara produk-produk yang dihasilkan dengan permintaan pasar.

2.6.2 Tujuan Pengembangan Produk

Penekanan dari pelaksanaan strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan daya tarik produk, dan sekaligus menjaga citra dari merek dan reputasi perusahaan, serta memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik, David (2009:260). Menurut Buchari (2000:101) dalam Rini (2016:34) tujuan pengembangan produk adalah:

1. Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
2. Untuk menambah omzet penjualan
3. Untuk memenangkan persaingan
4. Untuk mendaya gunakan sumber-sumber produksi
5. Untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama
6. Untuk mendaya gunakan sisa-sisa bahan
7. Untuk mencegah kebosanan konsumen
8. Untuk menyederhanakan produk

Menurut Swastha (2010:29-30) dalam Rini (2016:34) indikator sangat penting dalam mempengaruhi pengembangan produk yaitu:

1. Perbaiki bentuk yang telah ada

2. Perluasan lini produk
3. Penambahan model yang ada
4. Meniru strategi pesaing
5. Penambahan produk baru

2.7 Hubungan antara variabel Independent dan Dependent

2.7.1 Hubungan Modal Usaha Terhadap Pengembangan Produk

Modal Kerja merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena perusahaan selalu membutuhkan modal kerja untuk membiayai operasinya sehari-hari, menurut Luna Haningsih (2009:05). Modal kerja terlalu kecil atau kurang, maka perusahaan akan kurang mampu memenuhi permintaan langganan seperti membeli bahan mentah, membayar gaji pegawai dan upah buruh ataupun kewajiban-kewajiban lainnya yang segera harus dilunasi. Tetapi bila modal kerja cukup, akan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dan memungkinkan suatu perusahaan untuk beroperasi dengan seekonomis mungkin .

2.7.2 Hubungan Pengalaman Berwirausaha Terhadap Pengembangan Produk

Seseorang yang belum pernah terlibat dengan kegiatan usaha tidak memiliki pengalaman mengelola usaha. Dengan demikian, tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu kegiatan usaha bisa menjadi tolak ukur pengalaman dalam mengembangkan produknya. Menurut Riyanti (2003:37) dalam Wahyuni, dkk (2014:4) berpendapat bahwa pengalaman dalam mengelola usaha memberi pengaruh pada keberhasilan usaha skala kecil. Pengalaman ini bisa diperoleh

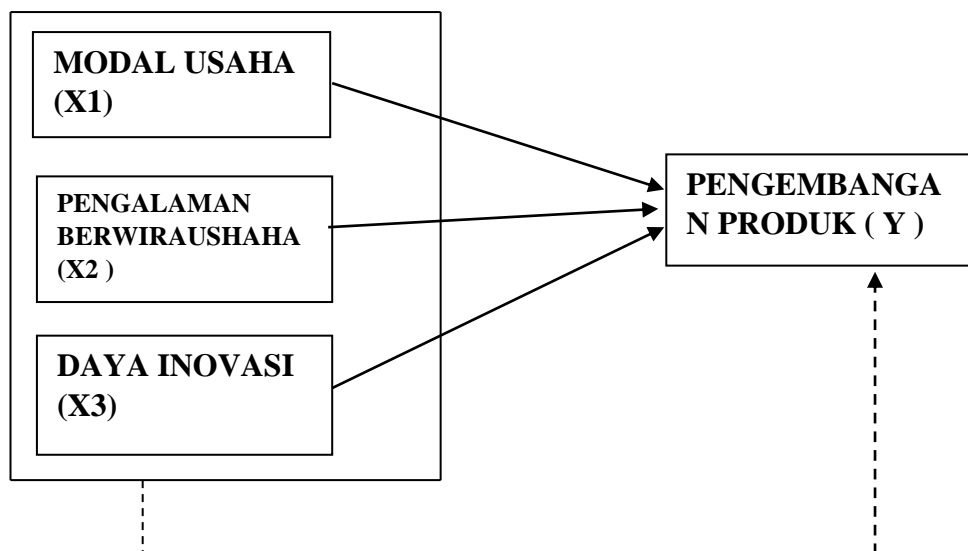
berdasarkan pola pengasuhan orang tua yang berprofesi wirausaha, atau dari pengalaman mengelola usaha sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa pengalaman dalam berwirausaha diperoleh bila seseorang terlibat secara langsung dalam kegiatan-kegiatan usaha.

2.7.3 Hubungan Daya Inovasi Terhadap Pengembangan Produk

produktivitas suatu perusahaan juga dilihat dari produk yang dihasilkan para pelaku usaha harus dapat menarik minat para konsumen agar mereka tertarik untuk membeli produk yang perusahaan tawarkan. Perusahaan dapat melakukan inovasi produk agar lebih menarik minat konsumen, produk yang penuh inovasi akan mempengaruhi nilai jual produk tersebut sehingga perusahaan akan mengalami peningkatan dana. Menurut Djoko Wintoro (2008) dalam Prahasty (2014:3) menyatakan bahwa tujuan penting dari inovasi pemasaran adalah untuk memperoleh informasi tentang prioritas dari pelanggan sehingga dapat secara efektif dijangkau dan mengurangi biaya transaksi pelanggan. Sedangkan menurut Handoko (2000:32) dalam Rini (2016:30) perusahaan berupaya menawarkan produknya agar konsumen tertarik dan melakukan pembelian. Dengan demikian, perusahaan harus bersaing dengan menguasai teknologi untuk mempersiapkan diri menciptakan inovasi produk. Inovasi terpenting yang dapat dilakukan perusahaan adalah pembaharuan yang menyangkut produk itu sendiri, karena produk menjadi alasan utama seseorang untuk memilih dan membelinya. Konsumen akan membuat keputusan untuk membeli suatu produk apabila produk tersebut memiliki nilai lebih dibandingkan produk lainnya.

2.8 Kerangka Berfikir

Sugiyono (2013:60) menyatakan bahwa kerangka berfikir adalah sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan, 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. Sehingga dapat dibentuk kerangka berfikir sebagai berikut :



KETERANGAN : ————— = Berpengaruh secara parsial
 - - - - - = Berpengaruh secara simultan

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

2.9 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan

pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum ada jawaban empirik (Sugiyono, 2013:64). Selanjutnya hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh modal usaha terhadap pengembangan produk pada UKM songkok, Desa Kroman, Kecamatan Gresik.
2. Terdapat pengaruh pengalaman berwirausaha terhadap pengembangan produk pada UKM songkok, Desa Kroman, Kecamatan Gresik.
3. Terdapat pengaruh daya inovasi terhadap pengembangan produk pada UKM songkok, Desa Kroman, Kecamatan Gresik.
4. Terdapat pengaruh modal usaha, pengalaman berwirausaha dan daya inovasi terhadap pengembangan produk pada UKM songkok, Desa Kroman, Kecamatan Gresik.