

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Fitria Lestari (2013) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung. (2) Pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan keberhasilan usaha pada sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung. (3) Pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung.

Rizki dan Rizal (2014) melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang”.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang. (2) Pengaruh lokasi usaha Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang. (3) Pengaruh

kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh karakteristik wirausaha, lokasi usaha dan kemampuan manajerial terhadap keberhasilan usaha pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang.

Persamaan penelitian ini dengan kedua penelitian terdahulu yaitu sama sama menggunakan variabel dependent keberhasilan UMKM. Sedangkan perbedaannya adalah variabel independent serta pada obyek penelitiannya. Penelitian ini menggabungkan beberapa variabel independen dari penelitian terdahulu.

Untuk melengkapi penelitian ini, peneliti juga memperhatikan penelitian terdahulu yang dijelaskan dalam tabel berikut :

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sebelumnya**

No	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang	Persamaan	Perbedaan
1	<p>a. Nama : Fitria Lestari (2013)</p> <p>Judul : Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung</p>	<p>a. Nama : Rida Ilmafa'ati (2017)</p> <p>Judul : Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Kreativitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Usaha Kuliner di Perumahan PPS Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik)</p>		Peneliti
	<p>b. Variabel Bebas (X) : (X1) Jiwa Kewirausahaan (X2) Kreativitas</p>	<p>a. Variabel Bebas (X) : (X1) Jiwa Kewirausahaan (X2) Kreativitas (X3) Lokasi Usaha</p>	<p>(X1) : Jiwa Kewirausahaan (X2) : Kreativitas</p>	

	c. Variabel Terikat (Y) : Keberhasilan Usaha	b. Variabel Terikat (Y) : Keberhasilan Usaha	(Y) : Keberhasilan Usaha	
	d. Teknik Analisis : Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F		Teknik Analisis	
	e. Obyek Penelitian : sentra industri Rajutan Binong Jati Bandung			Obyek Penelitian
2	a. Nama : Rizki dan Rizal (2014)  Judul : Faktor-Faktor Penentu Keberhasilan Usaha Pada Pemegang Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang			Peneliti
	b. Variabel Bebas (X) : (X1) Karakteristik Wirausaha (X2) Lokasi Usaha (X3) Kinerja Manajerial		(X3) : Lokasi Usaha	
	c. Variabel Terikat (Y) : Keberhasilan Usaha		Keberhasilan Usaha	
	d. Teknik Analisis : Deskriptif, Uji t, Uji F dan Regresi Linier Sederhana		Teknik Analisis	
	e. Obyek Penelitian : Usaha Waralaba Makanan dan Minuman Lokal di Kota Semarang			Obyek Penelitian

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Usaha Kecil dan Menengah

#### 2.2.1.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Usaha kecil dan Menengah UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak

termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI No 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.” (Pujiyanti, 2015;67)

Suharjono (2007;53) Menyatakan dalam konsep pengembangan usaha di Indonesia, jenis usaha dikelompokkan menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Definisi dari masing-masing kelompok usaha tersebut yang dibakukan, barulah definisi untuk usaha kecil. Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 3/9/Bkr tahun 2001, yang dimaksud dengan Usaha Kecil adalah kegiatan usaha yang mempunyai kriteria sebagai berikut:

1. Kegiatan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan bersih tahunan paling banyak Rp1.000.000.000,- Milik warga Negara Indonesia.
3. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
4. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang berbadan hukum termasuk koperasi. Berdasarkan pasal 1 ayat 1 dan 2 UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 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.

Sedangkan definisi usaha menengah menurut Presiden Nomor 10 tahun 1999 adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, lebih besar dari Rp 200 juta sampai dengan paling banyak Rp 10 milyar. Definisi ini masih mejadi perdebatan diantara para pelaku ekonomi, khususnya bank-bank, karena bank dalam memberikan kredit sangat bergantung pada besarnya omset penjualan setahun bukan pada besarnya aset. (Suhardjono, 2007;33).

Pujiyanti (2015;70), Ada 3 jenis usaha yang bisa dilakukan oleh UKM untuk menghasilkan laba yaitu :

1. Usaha Manufaktur, ialah usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa dijual kepada konsumen. Contoh dari usaha manufaktur adalah konveksi yang menghasilkan pakaian jadi atau pengrajin bambu yang menghasilkan mebel, hiasan rumah, souvenir dan sebagainya.
2. Usaha Dagang, ialah usaha yang menjual produk kepada konsumen. Contoh dari usaha dagang adalah pusat jajanan tradisional yang menjual segala macam

jajanan tradisional atau toko kelontong yang menjual semua kebutuhan sehari-hari.

3. Usaha Jasa, merupakan usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen. Sebagai contoh ialah jasa pengiriman barang atau warung internet (warnet).

#### **2.2.1.2 Peran Usaha Kecil dan Menengah**

Usaha Kecil menengah atau yang sering disingkat UKM ialah salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah, begitu juga dengan negara Indonesia. UKM ini sangat memiliki peranan penting dalam lajunya perekonomian masyarakat. UKM ini juga sangat membantu negara atau pemerintah dalam hal penciptaan lapangan kerja baru dan lewat UKM juga banyak tercipta unit-unit kerja baru yang menggunakan tenaga-tenaga baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain dari itu UKM juga memiliki fleksibilitas yang tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas lebih besar. UKM ini perlu perhatian yang khusus dan di dukung oleh informasi yang akurat, agar terjadi lingkungan bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar. (Pujiyanti, 2015;67)

Suhardjono (2007;36) menyatakan, sejak tahun 1983, pemerintah secara konsisten telah melakukan berbagai upaya deregulasi sebagai upaya penyesuaian struktural dan resktrukturisasi perekonomian. Kendati demikian, banyak yang mensinyalir deregulasi di bidang perdagangan dan investasi tidak memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan kecil dan menengah, bahkan justru

perusahaan besar dan konglomerat yang mendapat keuntungan. Studi empiris membuktikan bahwa penambahan nilai tambah ternyata tidak dinikmati oleh perusahaan skala kecil, sedang, dan besar, namun justru perusahaan skala konglomerat, dengan tenaga kerja lebih dari 1000 orang, yang menikmati kenaikan nilai tambah secara absolut maupun per rata-rata perusahaan. Dalam konstelasi inilah, perhatian untuk menumbuhkembangkan Industri Kecil dan Rumah Tangga (IKRT) setidaknya dilandasi oleh tiga alasan:

1. IKRT menyerap banyak tenaga kerja. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak IKRT juga intensif dalam menggunakan sumber daya alam lokal. Apalagi karena lokasinya banyak di pedesaan, pertumbuhan IKRT akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi di pedesaan.
2. IKRT memegang peranan penting dalam ekspor non migas, yang pada tahun 1990 mencapai US\$ 1.031 juta atau menempati ranking kedua setelah ekspor dari kelompok aneka industri.
3. Adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang berbentuk piramida pada Pembangunan Jangka Panjang tahap 1 (PJPT 1) menjadi semacam “gunungan” pada PJPT II. Usaha skala besar, dengan ciri : beroperasi dalam struktur pasar quasi-monopoli oligopolistik, hambatan masuk tinggi (adanya bea masuk, non tarif, modal dan lain-lain), menikmati margin keuntungan yang tinggi, dan akumulasi modal cepat. Sedangkan usaha skala kecil dan menengah yang

beroperasi dalam iklim yang sangat kompetitif, hambatan masuk rendah, margin keuntungan rendah dan tingkat drop-out tinggi.

## **2.2.2. Jiwa Kewirausahaan**

### **2.2.2.1. Pengertian Kewirausahaan**

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009;3) Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah. Memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Sedangkan Buchari Alma (2007;52-53) mengemukakan bahwa kewirausahaan haruslah seorang yang mampu melihat kedepan. Melihat kedepan bukan berarti melamun kosong tetapi melihat, berpikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya.

Wirausahawan adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan mengombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut (Scarborough dan Zimmerer dalam Suryana 2017;13).

### **2.2.2.2. Pengertian Jiwa Kewirausahaan**

Menurut Suryana (2017;22) kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti, jiwa, watak, sikap dan perilaku seseorang. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009;3) wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan



inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

Menurut Nickels dalam Lestari (2013;12) untuk mendapatkan kemampuan-kemampuan tersebut seorang pengusaha harus memiliki jiwa kewirausahaan, yaitu:

1. Mengarahkan diri

Pengusaha hendaknya bersikap menyenangkan dan memiliki disiplin diri yang tinggi walaupun merupakan pemilik usaha dan penanggung jawab akan keberhasilan maupun kegagalan usaha.

2. Percaya diri

Pengusaha harus percaya akan ide yang didapatnya walaupun tidak ada orang yang memikirkannya, dan harus melengkapi antusiasme pengusaha.

3. Berorientasi pada tindakan

Gagasan bisnis yang luar biasa belumlah cukup tanpa adanya semangat untuk mewujudkan, mengaktualisasikan, dan mewujudkan impian menjadi kenyataan.

4. Energik

Ini bisnis anda, dan anda harus emosional, mental, dan fisik mampu bekerja lama dan keras.

5. Toleran terhadap ketidakpastian

Pengusaha sukses dengan menempuh resiko-resiko yang telah diperhitungkan sebelumnya.

### **2.2.2.3. Ciri-ciri Jiwa Kewirausahaan**

Menurut Suryana (2017;22) seorang yang memiliki jiwa kewirausahaan haruslah memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Penuh percaya diri
2. Memiliki inisiatif
3. Memiliki motif berprestasi
4. Memiliki jiwa kepemimpinan
5. Berani mengambil risiko

### **2.2.3. Kreativitas**

#### **2.2.3.1. Pengertian Kreativitas**

Menurut Suryana (2017;66) Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru dan berbeda (*thinking new things*).Kreatifitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (Suryana, 2017;15). Campbell (2012;11) menyatakan Kreativitas adalah kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya, baru, inovatif, belum ada sebelumnya, segar, menarik, aneh, mengejutkan dan berguna. Orang kreatif selalu bekerja dengan sistematis dengan mengemukakan data dan informasi yang relevan.

Kreativitas menurut Alma (2008;69) adalah “ Kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau meliht hubungan-hubungan baru antara unsur variabel data variabel yang sudah ada sebelumnya”. Buckari Alma (2009;72) Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan kelangsungan hidup bisnis. Menurut Zimmerer dalam buku Buchari Alma

(2009;71) mengemukakan kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang dihadapi.

Orang kreatif adalah orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (*novelty*), Perbedaan (*different*), Kegunaan (*utility*) dan dapat dimengerti (*understanable*). (Suryana, 2017;66).

Wirusaawan menggunakan otak kanan untu belajar mengembangkan keterampilan kreatif (Suryana, 2017:66). Kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, tetapi juga sangat penting bagi kelangsungan perusahaan (Suryana, 2017;71).

### **2.2.3.2. Proses Kreativitas**

Untuk membangkitkan kreativitas memerlukan suatu proses dengan langkah-langkah tertentu yaitu sebagai berikut (Zimmerer dalam Suryana, 2017;67) :

#### **1. Persiapan**

Langkah persiapan dimaksudkan member kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui prendidikan formal, pelatihan, pengalaman kerja. Untuk menyiapkan pemikiran kreatif harus dilakukan hal-hal yang sangat menunjang sebagai berikut: Belajar terus menerus, banyak membaca tentang apa saja, tidak terbatas pada disiplin ilmu sendiri dan dari berbagai sumber, bikin klipping. Kemudian coba berdiskusi walaupun dengan orang dibawah anda atau lain bidang, karena kadang-kadang yang tidak ahli dalam bidang yang anda kuasai, mengajukan pertanyaan bodoh, tapi menimbulkan ide cemerlang. Coba anda masuk

anggota asosiasi/ perkumpulan, belajar kebudayaan bangsa atau etnis lain, tingkatkan kemampuan mau mendengar terutama pada orang yang lebih tua dan banyak pengalaman.

## 2. Penyelidikan

Langkah kedua, *investigation*. Dalam hal ini harus dilakukan pelajari masalahnya dan identifikasi komponen utama permasalahan.

## 3. Transformasi

Langkah ketiga transformasi. Coba identifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan disini bisa berlaku analisis divergen dan konvergen. *Convergen Thinking* adalah kemampuan melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa. *Divergent Thinking* adalah kemampuan melihat perbedaannya,

## 4. Penetasan

Langkah keempat penetasan. Ini memerlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi. Masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masalah yang dihadapi. *Walk away from the situation*, ada pakar menyarankan *three b's – bath, bed, and bus*, kegiatan ini sangat kondusif guna menciptakan kreativitas. Suasana tanpa pikiran ini kadang menghasilkan pemikiran yang sangat kreatif. Lakukan relax dan santai, jangan pikirkan masalah itu terus menurus, tapi lupakan sementara, seringkali pikiran kreatif muncul bila kita olahraga, senam, sedang dikebun, ditaman dsb. Atau anda coba melakukan pekerjaan ditempat lain yang tidak biasa anda bekerja disitu, suasana ini akan membangkitkan ide kreatif.

#### 5. Penerangan

Langkah kelima Illumination. Langkah ini terjadi pada saat inkubasi, secara spontan muncul ide baru. Langkah ini muncul dalam waktu tidak terbatas, ia bisa muncul tiba-tiba, biasanya pada saat anda sudah lupa dengan masalah tersebut.

#### 6. Pengujian

Langkah keenam Pengujian. Untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak, maka dilakukan percobaan, bikin simulasi, test market untuk produk, bikin pilot proyek dan lain-lain.

#### 7. Implementasi

Langkah ketujuh Implementation. Ini mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan dan digunakan. Disini berlaku ungkapan siap, bidik, tembak, bukan siap, bidik, bidik, bidik terus bidik tak pernah sampai tembak.

### **2.2.3.3. Ciri-ciri Orang Kreatif**

Menurut Suryana (2017;73) orang yang kreatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Tertantang dengan keadaan yang sudah ada
2. Selalu ingin tahu
3. Memiliki motivasi yang tinggi
4. Berimajinasi
5. Memunculkan ide-ide gila
6. Berani menghadapi resiko
7. Suka mencari inspirasi
8. Memiliki ketertarikan kepada yang mengagumkan

## **2.2.4. Lokasi Usaha**

### **2.2.4.1. Pengertian Lokasi Usaha**

Lokasi yang memiliki kriteria yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah lokasi yang dapat menjawab sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian. Lokasi yang menarik bagi konsumen adalah lokasi yang paling strategis menyenangkan dan efisien (Suryana, 2017;209).

Lokasi merupakan salah satu elemen yang terkandung dalam *retail mix*. Dalam bisnis retail, lokasi merupakan elemen penting dalam membangun strategi bisnis sejak lama.

Lokasi atau tempat juga tidak hanya merepresentasikan suatu kemudahan yang akan didapat oleh konsumen menurut Kotler (2009;94-95), lokasi atau tempat juga harus bisa memasarkan atau mempromosikan dirinya sendiri.

Lokasi atau tempat pada dasarnya melakukan empat aktivitas, yaitu :

1. Jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Harga yang harus ditawarkan harus bisa menarik konsumen dan memperkuat citra yang ingin dibentuk
3. Menghadirkan lokasi yang strategis sehingga memudahkan bagi konsumen
4. Lokasi atau tempat akan mempromosikan nilai dan citra dari tempat atau lokasi itu sendiri sehingga konsumen bisa membedakannya dengan toko lain.

### **2.2.4.2. Penentuan Lokasi**

Menurut Utami (2010;141) pemilihan lokasi ritel adalah sebuah keputusan yang sangat strategis. Sekali lokasi dipilih, pemilik ritel harus menanggung semua

konsekuensi dari pilihan tersebut. Dalam membuat keputusan dalam pemilihan lokasi, pemilik ritel memikirkan tiga tingkatan, yaitu :

1. Daerah merujuk pada suatu daerah, bagian dari suatu daerah, kota tertentu, atau *metropolitan statistical area* (MSA).
2. Area perdagangan adalah area geografis yang berdekatan yang memiliki mayoritas pelanggan dan penjualan sebuah toko, mungkin bagian dari sebuah kota, atau dapat meluas di luar batasan-batasan kota tersebut, tergantung pada tipe-tipe toko, dan intensitas dari para pelanggan potensial disekitarnya.
3. Tempat yang lebih spesifik dan khusus.

Adapun faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi menurut Wicaksono (2010;32) meliputi faktor :

1. Memilih lokasi usaha yang aman dari berbagai kemungkinan gangguan, misalnya lokasi tersebut aman dari kemungkinan aksi pemerasan atau pencopetan.
2. Memilih lokasi usaha yang nyaman (tidak bising), lokasi usaha nyaman dapat meningkatkan semangat kerja serta bisa menarik perhatian konsumen untuk datang ke tempat usaha.
3. Memilih lokasi yang mudah dijangkau, baik untuk kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

### **2.2.4.3. Faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Lokasi**

Menurut Utami (2014;145) Masalah-masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik. Mengamati keuntungan aksesibilitas lokasi dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya :

1. Aksesibilitas, suatu lokasi adalah suatu kemudahan bagi konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini memiliki dua tahap :

a. Analisis makro

Mempertimbangkan area perdagangan primer, lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola-pola jalan, kondisi jalan dan halangan-halangan.

b. Analisis mikro

Berkonsentrasi pada masalah-masalah sekitar lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian dan jalan masuk atau keluar.

2. Keuntungan secara lokasi dalam sebuah pusat

Setelah aksesibilitas pusat telah dievaluasi, analisis harus mengevaluasi lokasi di dalamnya. Hal ini disebabkan lokasi yang lebih baik memerlukan biaya yang lebih, ritel harus mempertimbangkan kepentingan mereka. Pertimbangan lainnya adalah untuk melokasikan toko-toko yang menarik terhadap target pangsa pasar yang saling berdekatan. Pada intinya, konsumen ingin berbelanja dimana mereka menemukan sejumlah variasi barang dagangan yang lengkap.



Menurut Tjiptono dalam Aprih Santoso dan Sri Widiowati (2011;184) indikator Lokasi Usaha sebagai berikut :

1. Keterjangkauan lokasi
2. Kelancaran akses menuju lokasi
3. Kedekatan lokasi

### **2.2.5. Keberhasilan Usaha**

#### **2.2.5.1. Pengertian Keberhasilan Usaha**

Menurut Suyatno (2010;179) keberhasilan usaha industri kecil di pengaruhi oleh berbagai faktor. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan.

Henry Faizal Noor (2007;397) mengemukakan bahwa Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis. Menurut Albert Wijaya dalam Suryana (2011;168) yang mengemukakan bahwa faktor yang merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan adalah laba.

Menurut Tulus Tambunan (2002;14) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya

bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, dan tingkat entrepreneurship.

Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya, kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu; sistem perekonomian, sosio-kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya.

#### **2.2.5.2. Konsep Keberhasilan Usaha**

Menurut Hendry Faizal Noor (2007;397) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya.

Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Moch. Kohar mudzakar dalam Ressa Andari (2011;21) keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang

menggambarkan lebih dari pada yang lainya yang sederajat/ sekelasnya. Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya.

Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang di nilai dari keberhasilan sebuah usaha. tetapi alasan laba yang menjadi faktor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika terjadi penurunan laba atau ketidak stabilan laba, maka perusahaan akan kesulitan untuk mengoprasikan kegiatan usahanya dan menjaga kertahanan usahanya.

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Henry Faizal noor (2007;397) adalah sebagai berikut :

1. 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 diproduksinya.

2. Produktivitas dan efisiensi

Besar kecilnya produktifitas suatu usaha akan sangat menentukan besar kecilnya suatu produksi. Hal ini akan memengaruhi besar kecilnya suatu penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya yang diperoleh. Sementara itu, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperoleh barang dan jasa yang menjadi bisnisnya tergantung dari tingkat efisien produk yang dihasilkan

semakin tinggi efisiensinya maka semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan, begitupun sebaliknya.

### 3. Daya saing

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 di rebut 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

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

Kompetensi perlu diperbaiki dan disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi agar perusahaan tetap dapat mempertahankan daya saingnya sedangkan etika bisnis adalah perilaku dalam melaksanakan bisnis, yang secara garis besar dapat dirumuskan sebagai perilaku berbisnis tidak merugikan kepentingan orang lain baik individu maupun kelompok masyarakat luas untuk dapat mempertahankan daya saing atau keunggulan yang sudah diu milikinya, maka

perusahaan perlu mewerawatnya melalui dua hal penting, yaitu terus menerus meningkatkan kompetensi dan secara bersamaan menegakan etika dalam berusaha.

#### 5. Terbangunnya citra baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu: 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 pergantian 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.

### **2.3. Hubungan Antara Variabel-Variabel dengan Keberhasilan Usaha**

#### **2.3.1. Hubungan Jiwa Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha**

Menurut Suryana (2017;22) kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti, jiwa, watak, sikap dan perilaku seseorang. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009;3) wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

Dengan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Jiwa Kewirausahaan memiliki hubungan yang positif terhadap Keberhasilan Usaha.

### **2.3.2. Hubungan Kreativitas dengan Keberhasilan Usaha**

Menurut Buchari Alma (2009;72) Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis.

Dengan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Kreativitas memiliki hubungan yang positif terhadap Keberhasilan Usaha.

### **2.3.3. Hubungan Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha**

Menurut Foster (2008;51), lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

Dengan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Lokasi Usaha memiliki hubungan yang positif terhadap Keberhasilan Usaha.

## **2.4. Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada diarahkan untuk merujuk pada dugaan sementara, yaitu:

1. Diduga Jiwa Kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan UKM Kuliner di Perumahan PPS Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik
2. Diduga Kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan UKM Kuliner di Perumahan PPS Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik
3. Diduga Lokasi Usaha berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan UKM Kuliner di Perumahan PPS Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik
4. Diduga Jiwa Kewirausahaan, Kreativitas dan Lokasi Usaha berpengaruh secara simultan terhadap Keberhasilan UKM Kuliner di Perumahan PPS Desa Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik

## 2.5. Kerangka Konseptual

Penelitian ini menggunakan 4 variabel independen yaitu:

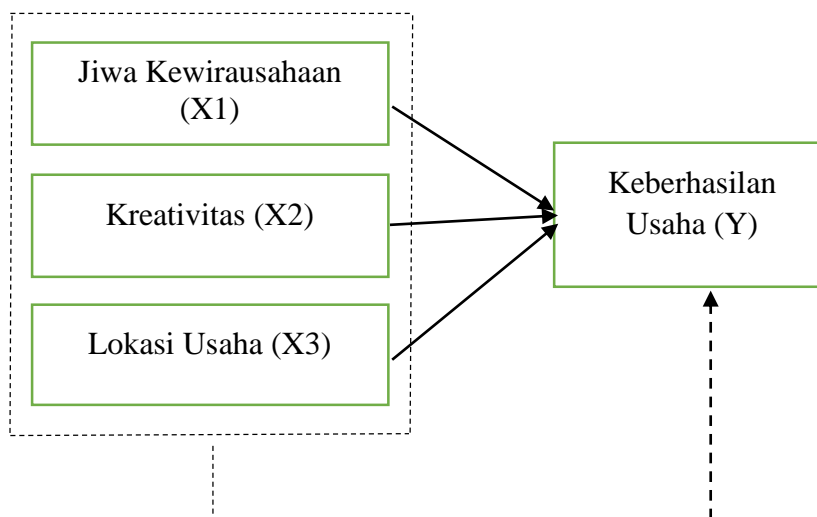
X1 = Jiwa Kewirausahaan

X2 = Kreativitas

X3 = Lokasi Usaha

Dan variabel dependennya yaitu:

Y = Keberhasilan Usaha



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir**

Keterangan:

———— = Pengaruh secara Parsial

----- = Pengaruh secara Simultan