

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha produktif pada semua sektor ekonomi yang dimaksudkan untuk dapat memberikan nilai tambah dan meningkatkan pendapatan milik keluarga atau perorangan. Warga Negara Indonesia secara individu atau tergabung dalam koperasi dan memiliki hasil penjualan secara individu paling banyak Rp.100 juta per tahun (Diskoperindag dalam Optimalisasi Pengelolaan dana Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Koperasi, 2005).

Ada beberapa jangkauan yang biasanya menjadi konsentrasi UMKM menurut Pandji (2000), yaitu:

1. Manufaktur. Bisnis manufaktur meliputi pengubahan bahan baku menjadi produk yang dibutuhkan masyarakat. Oleh karena itu, pemilik harus memahami produksi dan pemasaran dan bagaimana bisnis-bisnis ini berfungsi saling melengkapi satu dengan yang lainnya.
2. Jasa. Merupakan produk yang tidak bisa diraba (*intangible product*), yang secara fisik tidak dapat dimiliki, dan yang meliputi kinerja atau karya.

Adapun bisnis jasa tersebut meliputi:

- a. Jasa personal, meliputi salon kecantikan dan potong rambut, agen penyalur tenaga kerja (pramuwisma, *babysitter*), guru *privat*, jasa pencuci pakaian (*laundry*), dan agen perjalanan.
  - b. Jasa reparasi atau perbaikan, meliputi bengkel mobil, bengkel motor, reparasi perhiasan, reparasi mebel, reparasi alat-alat rumah tangga, tukang patri, dan sebagainya.
  - c. Jasa hiburan dan pertunjukan, meliputi gelanggang pacuan kuda, bioskop, lapangan golf, arena bowling, dan sebagainya.
  - d. Hotel dan motel, meliputi pengoperasian hotel, motel, losmen dan tempat penginapan lainnya.
3. Grosir (*wholesaling*). Grosir meliputi penjualan kepenjual yang lain seperti pengecer, grosir yang lain, atau perusahaan industri. Perdagangan grosir sebagian besar terdiri dari usaha kecil. Perdagangan grosir merupakan suatu bisnis bebas yang memegang kepemilikan barang dipasar. Bisnis ini melayani sebagai suatu mata rantai antara manufaktur dan pengecer atau pemakai industri.
4. Pengecer (*retailing*). Pengecer merupakan pedagang yang menjual barang-barang kepada konsumen akhir.

Namun, dilihat secara umum dari perspektif karakteristik UMKM, banyak kelemahan-kelemahan potensial yang menjadi penghambat eksistensi usahanya, diantaranya adalah:

1. Margin usaha yang cenderung tipis mengingat persaingan yang sangat tinggi.
2. Modal terbatas.
3. Kemampuan dalam mengelola usaha masih sangat terbatas.
4. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.

Kurangnya kemampuan mengelola dan kemampuan pemasaran menimbulkan beberapa resiko untuk hal-hal diluar kendali wirausahawan, seperti perubahan mode, peraturan pemerintah, persaingan, dan masalah tenaga kerja yang dapat menghambat usahanya. Beberapa bisnis juga cenderung menghasilkan pendapatan yang tidak teratur sehingga wirausaha mungkin tidak memperoleh keuntungan. Hal ini menyebabkan berbagai masalah internal, terutama yang berkaitan dengan masalah finansial yang tampaknya sulit untuk mendapatkan solusi yang jelas.

### **2.1.1 Karakteristik Usaha Kecil**

Pengertian usaha kecil sebagaimana dirumuskan oleh Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil pasal 1 ayat (2) yaitu, 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.

Dalam pasal 6 ayat (2) disebutkan kriteria usaha kecil sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

## **2.2 Kewirausahaan**

Istilah kewirausahaan atau yang lebih dikenal dengan *entrepreneurship* dalam bahasa Inggris sebenarnya berawal dari bahasa Prancis yaitu '*enteprende*' yang berarti petualang, pencipta dan pengelola usaha. Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon (1755). Istilah ini makin populer setelah digunakan oleh pakar ekonomi J.B. Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat yang lebih tinggi serta menghasilkan lebih banyak lagi (Rambat dalam Suryana, 2010).

Sedangkan Machfoedz dalam Suryana (2010) berpandangan bahwa wirausaha adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola, dan mengukur resiko suatu usaha. Selanjutnya dikemukakan bahwa pada masa sekarang wirausaha melakukan berbagai hal sehingga definisinya menjadi lebih luas. Wirausaha merupakan inovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah

kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya, dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Mereka adalah pemikir mandiri yang memiliki keberanian untuk berbeda latar belakang dalam berbagai hal yang bersifat umum.

Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok yaitu peluang dan kemampuan menanggapi peluang itu. Dengan demikian, kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan atau masyarakat.

### **2.2.1 Karakteristik Wirausahawan**

Karakter menurut Suryana (2010) mengandung pengertian:

- a. Suatu kualitas positif yang dimiliki seseorang, sehingga membuatnya menarik dan atraktif.
- b. Reputasi seseorang.
- c. Seseorang yang memiliki kepribadian eksentrik.

Sedangkan dalam kamus purwadarminta, karakter diartikan sebagai tabiat, watak, sifat-sifat kejiwaan, akhlak, atau budi pekerti yang membedakan seseorang dari pada yang lain. Berdasarkan pengertian itulah dapat dikatakan bahwa dalam membangun suatu karakter tersebut diawali dengan proses mengukir atau memahat jiwa seseorang, sehingga berbentuk unik, menarik, dan berbeda atau dapat dibedakan dengan orang lain.

### 2.2.2 Ciri-ciri Karakteristik Wirausahawan

Mc Clelland dalam Suryana (2010) mengajukan konsep *Need For Achievement* selanjutnya disingkat (*N-Ach*) yang diartikan sebagai virus kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berfikir untuk berbuat yang lebih baik, dan memiliki tujuan yang realistis dengan mengambil tindakan beresiko yang benar-benar telah diperhitungkan. Mc Clelland memerinci karakteristik mereka yang memiliki *N-Ach* yang tinggi sebagai berikut:

1. Lebih menyukai pekerjaan dengan resiko yang realistis.
2. Bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental.
3. Tidak bekerja lebih giat karena adanya imbalan uang.
4. Ingin bekerja pada situasi di mana dapat di peroleh pencapaian pribadi (*peronal achievement*).
5. Menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas positif.
6. Cenderung berfikir kemas depan serta memiliki pemikiran jangka panjang.

Ukuran *N-Ach* mampu menunjukkan seberapa besar jiwa *entrepreneur* seseorang. Semakin besar atau tinggi nilai *N-Ach* seseorang, semakin besar pula bakat potensialnya untuk menjadi *entrepreneur* yang sukses.

Menurut Hendro dalam Suryana (2010) menyatakan bahwa setiap wirausaha yang berhasil memiliki empat unsur penting yaitu:

1. Kemampuan hubungannya dengan *skill* atau keterampilan.
2. Keberanian hubungannya dengan emosional dan mental.

3. Keteguhan hati hubungannya dengan motivasi diri.
4. Kreativitas yang memerlukan sebuah inspirasi sebagai cikal bakal ide untuk menemukan peluang berdasarkan intuisi.

Suryana (2010) mengatakan bahwa berdasarkan pendapat para ahli diatas, hasil diskusi, dan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat dirangkum beberapa karakteristik wirausahawaan yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha agar berhasil, dibagi kedalam lima golongan besar yaitu:

1. Memiliki motivasi yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan hidup, karakteristik ini terdiri atas:
  - a. Pekerja keras.
  - b. Tidak pernah menyerah.
  - c. Memiliki semangat.
  - d. Memiliki komitmen.
2. Orientasi kemasa depan, karakteristik ini terdiri atas:
  - a. Visioner.
  - b. Berpikir positif.
  - c. Memiliki pengetahuan.
3. Memiliki jiwa kepemimpinan, karakteristik ini terdiri atas:
  - a. Keberanian untuk bertindak.
  - b. Membangun tim yang baik.
    - a. Berpikir dan berjiwa besar.
    - b. Berani mengambil resiko.

- c. *Having* mentor.
  - d. Pikiran yang yang terbuka.
  - e. Kepercayaan.
4. Memiliki jaringan usaha yang luas, karakteristik ini terdiri atas:
- a. Jaringan kerja.
  - b. Teman.
  - c. Kerja sama.
5. Tanggap dan kreatif menghadapi perubahan, karakteristik ini terdiri atas:
- a. Berpikir kritis.
  - b. Menyenangkan.
  - c. Kreatif.
  - d. Inovatif.
  - e. Efisien.
  - f. Produktif.
  - g. Orisinal.

### **2.3 Motivasi Berprestasi**

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk



menampilkan tingkah laku kearah pencapaian suatu tujuan tertentu seperti motivasi akan prestasi (Suryana, 2010).

Wirausahawan yang berhasil menurut Suryana (2010), adalah mereka yang mempunyai motif berprestasi tinggi. Sifat khas motif berprestasi tinggi yaitu:

1. Mempunyai komitmen dan tanggung jawab terhadap pekerjaan.
2. Cenderung memilih tantangan.
3. Selalu jeli melihat dan memanfaatkan peluang.
4. Objektif dalam setiap penilaian.
5. Selalu memerlukan umpan balik.

Sikap dan motivasi merupakan bagian yang saling berkaitan dalam keseluruhan organisasi kepribadian individu. Sikap dan motivasi memiliki hubungan yang timbal balik dan akan menunjukkan kecenderungan berperilaku untuk memenuhi tercapainya pemuas kebutuhan.

## **2.4 Orientasi Kemasa Depan**

### **2.4.1 Visioner**

Orang yang berorientasi kemasa depan menurut Suryana (2010) adalah orang yang memiliki perspektif dan pandangan kemasa depan. Karena ia memiliki pandangan yang jauh kemasa depan, selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Seorang wirausaha haruslah perspektif, apa yang ingin ia capai. Sebab sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara, tetapi untuk selamanya. Oleh sebab itu, faktor kontinuitasnya harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh kedepan.

Untuk menghadapi pandangan jauh kedepan, seorang wirausahawan akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

#### **2.4.2 Berpikir Positif**

Sebelum jauh membicarakan pola pikir positif, Suryana (2010) berpendapat bahwa terlebih dahulu perlu dikenal tentang apa berpikir positif itu. Kalau telah mengerti orang akan tahu kegunaannya. Berikut adalah tanda-tanda seseorang berpikir positif yaitu:

1. Orang yang berpikir positif, adalah orang yang cara pandangannya untuk perbaikan, kreatif, bekerja produktif, dan efisien.
2. Orang yang berpikir positif, pikiran diisi dengan tujuan baik. Keinginan untuk maju memperbaiki kesalahan yang pernah terjadi, bekerja sama dan saling membantu.

Sikap positif seorang wirausaha menurut Suryana (2010) adalah:

1. Selalu menggunakan pikiran secara produktif
2. Bergaul dengan orang yang berpikiran dan bertindak wirausaha.
3. *Fleksibel* terhadap ide atau gagasan.
4. Dapat mengubah lingkungan, atau pindah kelingkungan lain yang lebih positif.
5. Dapat menyelesaikan konflik mental secepat mungkin.
6. Kemampuan mengambil keputusan dalam suasana stres.

Mengenai kegunaan cara berpikir positif, dikaitkan dengan keberhasilan usaha, mengarahkan pengusaha untuk berpikir masuk akal. Apabila ada pengusaha lain yang sukses, maka orang tidak berpikir negatif, misalnya karena nasib, keberuntungan dan koneksi. Faktor-faktor nonteknis tersebut justru ditempatkan sebagai kiat, yang mendorong untuk berhasil. Melalui pikiran yang jernih dan positif jika diterapkan pada usaha, akan mempunyai pengaruh yang sangat baik terhadap keberhasilan usaha (Suryana, 2010).

### **2.4.3 Pengetahuan**

Dalam pengertian tradisional, kecerdasan meliputi kemampuan membaca, menulis, dan berhitung sebagai jalur sempit keterampilan angka dan kata yang menjadi fokus pada pendidikan formal dan mampu mengarahkan seseorang untuk mencapai kesuksesan dibidang akademis. Namun, definisi hidup bukan hanya satu yaitu terdapat kecerdasan lain diluar *IQ (Intellectual Quotient)*, seperti bakat, ketajaman pengamatan sosial, hubungan sosial, kematangan emosional, maupun lainnya yang harus dikembangkan untuk menunjang keberhasilan hidup setiap individu.

Goleman dalam Suryana (2010) bahwa kecerdasan emosional adalah kecakapan yang meliputi kemampuan untuk mengendalikan diri sendiri, memiliki daya tahan ketika menghadapi rintangan, mengendalikan gejolak, tidak merasa puas, mengatur suasana hati, dan mengelola kecemasan supaya tidak mengganggu kemampuan berpikir, dan berempati serta berharap.

Kecerdasan emosional adalah kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain, mudah mengenali emosi pada orang lain, serta penuh perhatian. Lima wilayah kecerdasan emosional yang dapat menjadi pedoman bagi individu untuk mencapai kesuksesan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu:

1. Mengenali Emosi Diri

Kesadaran diri dalam mengenali perasaan ketika perasaan itu terjadi merupakan dasar dari kecerdasan emosional (*EQ*). Ketidakmampuan untuk mencermati perasaan yang sesungguhnya membuat diri seseorang berada dalam kekuasaan perasaan sehingga tidak peka terhadap perasaan yang sesungguhnya yang dapat berakibat buruk terhadap pengambilan keputusan.

2. Mengelola Emosi

Mengelola emosi berarti menangani perasaan agar dapat terungkap dengan tepat.

3. Memotivasi Diri

Yaitu kemampuan untuk memotivasi diri sendiri melalui hal-hal berikut seperti: cara mengendalikan dorongan hati, derajat kecemasan, berpikir positif dan optimis, dan keadaan yang *flow* (mengikuti aliran).

4. Mengenali Emosi Orang Lain

Empati atau mengenali emosi orang lain dibangun berdasarkan kesadaran diri.

## 5. Membina hubungan dengan orang lain

Membina hubungan dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari merupakan sebuah keterampilan sosial, tanpa memiliki keterampilan sosial seseorang akan mengalami kesulitan bergaul dengan lingkungannya.

Orang dengan keterampilan emosional yang baik kemungkinan besar akan lebih bahagia dan berhasil dalam kehidupan sekaligus mampu menguasai kebiasaan pikiran yang mendorong produktivitas mereka. Orang yang tidak dapat menghimpun kendali tertentu atas kehidupan emosionalnya akan mengalami pertarungan batin yang merampas kemampuan mereka untuk berkonsentrasi terhadap pekerjaan ataupun untuk memiliki kemampuan yang jernih.

## 2.5 Kepemimpinan

Menurut Suryana (2010), pada dasarnya seorang wirausaha merupakan pemimpin bagi diri dan usahanya. Kepemimpinan merupakan keinginan untuk mencapai suatu komunikasi yang berdampak dan berakibat dalam memengaruhi tindakan orang lain. Kepemimpinan adalah kegiatan membujuk orang untuk bekerja sama dalam pencapaian suatu tujuan. Kepemimpinan asal kata dari pimpin yang menunjukkan sifat yang dimiliki pemimpin itu. Kata pemimpin mengandung pengertian mengarahkan, membina atau mengatur, dan menunjukkan atau memengaruhi.

Jadi dalam kata pimpin termuat dua unsur pokok, yaitu subjek sebagai unsur pemimpin dan objek sebagai unsur yang dipimpin. Dalam kaitannya dengan

organisasi atau suatu kegiatan usaha, kata pemimpin mengacu pada posisi seseorang yang secara formal memiliki status tertentu melalui, pemilihan, pengangkatan, keturunan, revolusi, atau cara lain. Kepemimpinan mengacu pada perilaku yang ditunjukkan kepada seseorang atau banyak orang dalam suatu kelompok dengan maksud mencapai tujuan organisasi atau usaha.

Menurut Suryana (2010) bahwa fungsi yang harus disampaikan seorang pemimpin usaha diantaranya adalah:

1. Koordinasi, yaitu seseorang pemimpin harus mampu menjalin koordinasi yang baik antar kegiatan dan antar organisasi.
2. Pengarahan, yaitu seorang pemimpin harus mampu memberikan pengarahan yang benar supaya tidak terjadi penyimpangan dan keterlambatan terhadap strategi dan kebijakan organisasi yang telah ditetapkan.
3. Komunikasi, yaitu seorang pemimpin harus mampu berkomunikasi (komunikatif) baik terhadap atasan maupun bawahan.
4. Konsultasi, yaitu seorang pemimpin harus mampu mengembangkan sikap konsultatif keatas dan kebawah dan memupuk keterbukaan.
5. Pelayanan, yaitu seorang pemimpin harus rendah hati dan mampu memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan.

## **2.6 Jaringan Usaha**

Seseorang wirausaha tidak dapat hidup sendiri dalam menjalankan usahanya, namun ada keterkaitan dengan pihak luar baik sebagai pemasok, pelanggan maupun pedagang perantara. Oleh karena itu diperlukan jaringan usaha agar usaha

yang kita jalankan berkelanjutan. Suryana (2010) mengatakan bahwa terdapat berbagai jenis jaringan usaha dalam pengembangan usaha dapat berbentuk antara lain:

1. Jaringan produksi, yaitu menggabungkan keahlian khusus masing-masing usaha membentuk produk baru, peralatan, sistem produksi dan membuat produk unggul yang memiliki daya saing.
2. Jaringan pemasaran, bekerja sama untuk memperkuat posisi tawar-menawar dengan pembeli dan memenangi persaingan pemasaran.
3. Jaringan pelayanan, kelompok usaha bergabung dalam pembiayaan untuk jasa tertentu: pelatihan, informasi, teknologi, manajemen konsultasi atau jasa konsultasi ahli, misalnya pelatihan bersama.
4. Jaringan kerjasama, kerjasama pembelian, peningkatan tenaga kerja, pengembangan produk dan kerjasama produk, kerjasama penjualan dan pemasaran.
5. Memecahkan tantangan dengan jaringan usaha,
6. Jaringan antarkelompok usaha, Swasta dan BUMN.

Dengan dukungan informasi yang cepat, tepat, dan akurat, akan sangat bermanfaat dalam pengembangan usaha, misalnya kontrol kualitas dan koordinasi produksi perlu didukung sistem informasi. Melihat potensi usaha yang sedang dijalankan perlu didukung oleh beberapa pembangunan infrastruktur telekomunikasi, infrastruktur jaringan pendukung usaha, jaringan pembiayaan yang pada gilirannya akan mendorong pengembangan, jaringan perdagangan dan jasa.

## 2.7 Tanggap dan Kreatif Menghadapi Perubahan

Tantangan wirausaha pada masa sekarang dan untuk masa yang akan datang semakin berat terutama menghadapi era globalisasi. *Globalisasi* ekonomi ditandai dengan proses liberalisasi perdagangan dan investasi ekonomi pasar bebas. Era globalisasi dalam skema perdagangan bebas cepat atau lambat mengakibatkan perubahan ekonomi dunia. Dampak lebih lanjut, memaksa perubahan yang dilakukan oleh setiap Negara untuk mengarah pada usaha untuk mengurangi distorsi perekonomian dan meningkatkan *efisiensi* usaha.

Fenomena *globalisasi* dan pasar bebas membawa konsekuensi semakin tingginya persaingan dan rentannya perekonomian atas faktor *eksternal*. Kenyataan ini berdampak pada kinerja pertumbuhan ekonomi suatu negara. *Globalisasi* mengakibatkan segala sesuatu bergerak cepat, dan situasi cepat berubah. Perubahan yang cepat berdampak pada situasi ketidakpastian yang berpengaruh terhadap usaha.

Menurut Suryana (2010), Seseorang wirausaha tidak dapat menghindari perubahan yang terjadi, tetapi dituntut untuk siap menghindari perubahan. Wirausaha dituntut untuk *merespons* dan beradaptasi pada lingkungan ekonomi, teknologi, dan informasi yang terus berubah, sehingga wirausaha tidak tertinggal dalam memanfaatkan peluang ekonomi yang ada.



## 2.8 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan Menurut C.W. Hofer dan W.R. Sandberg dalam Wijayanto (2013), ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil terutama untuk usaha baru. Sesuai dengan tingkat pengaruhnya, faktor-faktor tersebut adalah:

### 1. Struktur industri

Karakteristik produk industri mempunyai pengaruh langsung terhadap suksesnya perusahaan baru. Pertama, perusahaan baru akan lebih sukses ketika memasuki industri dengan yang heterogen daripada yang homogen. Pada industri yang produknya heterogen, perusahaan baru dapat mendiferensiasi produknya dari produk pesaing dengan produk yang unik dengan memfokuskan pada segmen pasar yang mempunyai kebutuhan unik.

Kedua, menurut data hasil studi, perusahaan baru akan lebih sukses jika produknya merupakan produk yang relatif tidak penting terhadap kebutuhan total pembelian konsumen daripada jika produk tersebut penting. Konsumen akan lebih mempunyai kesempatan untuk mencoba produk baru jika produk tersebut lebih murah dan kegagalan karena mengkonsumsi produk tersebut tidak beresiko.

### 2. Strategi Bisnis

Kunci sukses bagi kebanyakan perusahaan baru adalah (a). mendiferensiasi produk dari produk pesaing dalam hal kualitas dan layanan, dan (b). memfokuskan produk pada kebutuhan konsumen dalam segmen pasar yang

dimasukkan untuk mendapatkan ceruk pasar (strategi kompetitif diferensiasi dari Porter).

### 3. Karakteristik Wirausaha

Ada empat faktor perilaku yang berpengaruh terhadap kesuksesan usaha, yaitu:

- a. Wirausahawan sukses lebih baik dibanding orang lain dalam mengidentifikasi kesempatan bisnis potensial. Mereka memfokuskan pada aspek kesempatan, bukan pada masalah, dan mencoba belajar dari kegagalan. Wirausahawan berorientasi pada tujuan dan mempunyai pengaruh budaya yang kuat pada organisasinya.
- b. Wirausahawan sukses biasanya memiliki *sense of urgency* yang membuat mereka berorientasi pada tindakan. Mereka mempunyai kebutuhan yang tinggi untuk berprestasi dan hal itu memotivasi mereka untuk mengembangkan ide ke dalam tindakan.
- c. Wirausahawan sukses mempunyai pengetahuan terinci atas faktor-faktor kunci yang diperlukan untuk sukses dalam industri dan stamina fisik yang diperlukan untuk pekerjaannya.
- d. Wirausahawan sukses mencari bantuan dari pihak luar untuk melengkapi keahlian, pengetahuan dan kemampuannya. Mereka juga mengembangkan hubungan relasional dengan pihak-pihak yang terdiri atas orang-orang yang memiliki keahlian dan pengetahuan kunci dimana ia dapat mendapatkan dukungan.

Menurut Tambunan dalam Wijayanto (2013) mengungkapkan bahwa kinerja industri kecil dan menengah dikatakan sukses dapat dilihat dari beberapa hal, yaitu:

#### 1. Penciptaan Kesempatan Kerja

Penciptaan kesempatan kerja ini sangat penting di dalam melihat sukses tidaknya suatu usaha. Dengan semakin banyaknya tenaga kerja yang diserap, semakin besar pula peranan industri kecil dan menengah dalam menanggulangi masalah pengangguran. Demikian pula dengan produktivitas usaha itu sendiri, dengan meningkatnya tenaga kerja yang dipakai berarti produktivitas pun bisa ditingkatkan.

#### 2. Kontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB)

Kontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) bisa terjadi apabila industri kecil dan menengah itu bisa memberikan pendapatan bagi negara, dalam hal ini baik dari pendapatan dari pemasaran di dalam negeri maupun dari penjualan keluar negeri (ekspor). Suatu industri kecil dan menengah dikatakan sukses apabila memiliki pendapatan yang terus meningkat yang biasanya besar dipengaruhi oleh peningkatan penjualan. Dengan meningkatnya penjualan secara langsung juga akan mempengaruhi peningkatan kinerja industri kecil dan menengah itu sendiri.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menganalisis keberhasilan usaha yang menjadi dasar penelitian, yaitu:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Tahun</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Merlin Yolla Hasendi	2013	Pengaruh Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pengusaha Tanaman Hias Mawar Potong Desa Cihideung Bandung Barat	Motivasi yang terdiri dari indikator motivasi berprestasi memberikan pengaruh kuat dan positif terhadap keberhasilan usaha.
Intan Septi Handayani	2013	Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Wirausaha	Faktor yang menentukan keberhasilan wirausaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausaha antara lain jiwa kepemimpinan dan orientasinya kemasa depan.

## 2.10 Kerangka Pemikiran

Karakteristik wirausahawan adalah watak, tingkah laku, atau tabiat dalam diri seseorang yang memiliki kemampuan untuk menjalankan suatu usahanya. Proses membangun karakter itu memerlukan disiplin yang tinggi, karena membangun karakter tidak mungkin terbentuk dengan mudah dan seketika. Diperlukan waktu untuk membuat semua itu menjadi *custom* (kebiasaan) dan membentuk watak atau tabiat seseorang. Suatu usaha akan berhasil dan sukses apabila orang yang menjalankannya memiliki kemampuan, kedisiplinan dan kecerdasan yang terdapat dalam karakter seseorang.

Sebagaimana menurut Suryana (2010) yang merangkum ciri-ciri karakter yang harus dimiliki seorang wirausaha yang dibagi kedalam lima golongan, yaitu:

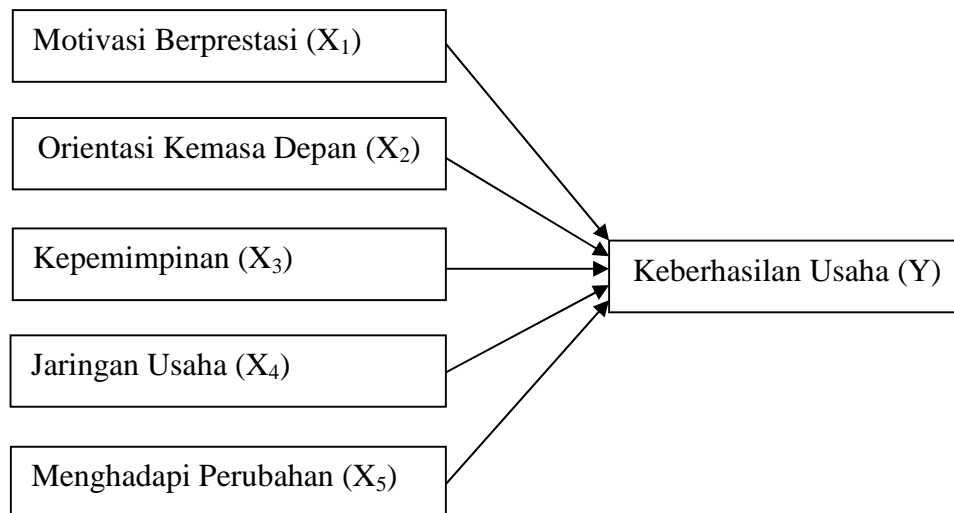
1. Memiliki motivasi untuk berprestasi.
2. Berorientasi ke masa depan.
3. Memiliki jiwa kepemimpinan.
4. Memiliki jaringan usaha.
5. Tanggap dan kreatif dalam menghadapi perubahan.

Keberhasilan usaha adalah ukuran nilai yang menjadi tujuan dalam suatu usaha atau bisnis telah tercapai. Indikator Suatu usaha dikatakan berhasil apabila ketahanan usaha, tenaga kerja, dan penjualannya mengalami peningkatan Tambunan dalam Wijayanto (2013).

Dapat ditemukan bahwa keberhasilan usaha tersebut berkaitan erat dengan variabel-variabel karakter wirausaha yang terdiri dari variabel motivasi berprestasi ( $X_1$ ), orientasi kedepan ( $X_2$ ), memiliki jiwa kepemimpinan ( $X_3$ ), memiliki jaringan usaha ( $X_4$ ) dan tanggap serta kreatif terhadap perubahan ( $X_5$ ). Terjadinya hubungan antara karakteristik wirausaha dengan keberhasilan usaha bersifat kausal. Artinya variabel-variabel karakter wirausaha hanya akan berpengaruh terhadap (Y), dan tidak bisa berpengaruh sebaliknya.

Berdasarkan kerangka pemikiran peneliti tersebut maka dapat disusun model kerangka pemikiran penelitian yang dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini:

**Gambar 2.1 Model Penelitian**



### 2.11 Hipotesis

1. H<sub>1</sub> : Variabel motivasi berprestasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2. H<sub>2</sub> : Variabel orientasi kemasa depan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
3. H<sub>3</sub> : Variabel kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
4. H<sub>4</sub> : Variabel jaringan usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.
5. H<sub>5</sub> : Variabel menghadapi perubahan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.

6.  $H_6$  : Secara simultan karakteristik wirausahawan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.