

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Konseptual

1. Kewirausahaan

a. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin akan dihadapinya.¹ Secara etimologik, perkataan kewirausahaan (*entrepreneur*) berasal dari kata *entreprendre* (bahasa Inggris) yang berarti melakukan. Dengan demikian, kewirausahaan bukanlah bakat dari lahir atau milik etnis/suku tertentu. Kewirausahaan bukanlah mitos, melainkan realistik atau *construct* yang dapat dipelajari melalui proses pembelajaran, pelatihan, simulasi, dan magang secara *intent*. Kewirausahaan merupakan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Seseorang wirausahawan selalu diharuskan untuk menghadapi segala resiko atau peluang yang muncul, sehingga seseorang wirausahawan sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan tindakan inovatif.² Kewirausahaan

¹ Suryana, , *Kewirausahaan Kiat dan Proses ...*, hal.2.

² Bunga Aditi, *Buku Ajar Entrepreneurship & Startup Entrepreneur yang Unggul*, (Medan : Perdana Medika, 2018), hal.7-8

merupakan suatu disiplin ilmu tersendiri, memiliki proses sistematis, dan dapat diterapkan dalam bentuk penerapan kreativitas dan keinovasian.

Kewirausahaan tidak hanya dapat digunakan sebagai kiat- kiat bisnis jangka pendek, akan tetapi juga sebagai kiat untuk tetap bertahan hidup secara jangka panjang. didalam dunia bisnis misalnya perusahaan yang sukses dan memperoleh peluang besar. Hal ini dikarenakan pengusahanya memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Melalui penerapan kemampuan kreatif dan inovatif inilah perusahaan menciptakan nilai tambah atas barang dan jasa yang diminati oleh konsumennya. Nilai tambah dalam menciptakan barang dan jasa merupakan suatu keunggulan dalam melakukan daya saing dalam persaingan pasar bagi perusahaan.

b. Karakteristik Wirausahaan

Menurut M. Scarborough dan Thomas W.Zimmer yang dikutip Suryana, terdapat delapan karakteristik kewirausahaan yang meliputi hal- hal sebagai berikut :³

- 1) Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. seseorang yang memiliki tanggung jawab akan selalu berkonmitmen dan waswas diri.
- 2) Memiliki risiko yang moderet (*prefence for moderete risk*), yaitu lebih memilih risiko yang moderet, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.

³ Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses...*,hal.23.

- 3) Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (*confidenci in their ability to succes*), yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.
- 4) Menghendaki umpan balik segera (*desire for immediate feedback*), yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil.
- 5) Semangat dan kerja keras (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- 6) Berorientasi kedepan (*future orentation*), yaitu berorientasi masa depan dan memiliki prespektif dan wawasan jauh kedepan.
- 7) Memiliki ketrampilan berorganisasi (*skill at organizing*), yaitu memiliki ketrampilan dalam mengorganisasikan sumberdaya untuk menciptakan nilai tambah.
- 8) Menghargai prestasi (*value of achievement over money*), yaitu menghargai prestasi daripada uang.

c. Faktor – Faktor penghambat kewirausahaan

Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan secara kebetulan, tetapi dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab.⁴ Akan tetapi, dalam berwirausaha seorang wirausahawan juga dibayangi oleh potensi kegagalan yang akan memberikan lebih banyak pelajaran dibanding sekedar

⁴ Suryana, , *Kewirausahaan Kiat dan Proses ...*, hal. 108.

kesuksesan. Menurut Zimmer yang dikutip dari Suryana, keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat tergantung pada kemampuan dan pribadi wirausahawan itu sendiri. Ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausahawan gagal dalam menjalankan usaha barunya, yaitu sebagai berikut:⁵

- 1) Tidak kompeten dalam hal manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
- 2) Kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik, memvisualisasikan usaha, mengkoordinasikan, mengelola sumber daya manusia maupun mengintegrasikan operasi perusahaan.
- 3) Kurang dapat mengendalikan keuangan. Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas, mengatur pengeluaran dan pemasukan secara cermat. Kekeliruan dalam pemeliharaan aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar
- 4) Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan, maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.

⁵ Suryana, , *Kewirausahaan Kiat dan Proses ...*, hal. 110.

- 5) Lokasi yang kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.
- 6) Kurang pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisien dan efektivitas. Kurangnya pengawasam dapat mengakibatkan peralatan (fasilitas) perusahaan secara tidak efisien dan tidak efektif.
- 7) Sikap yang kurang sungguh- sungguh dalam berusaha. Sikap yang setengah- setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. Dengan sikap setengah hati, kemungkinan terjadinya kegagalan lebih besar.
- 8) Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/ transisi kewirausahaan. Wirausahawan yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirausahawan yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

d. Keuntungan dan kerugian kewirausahaan

Keuntungan dan kerugian berwirausaha identik dengan keuntungan dan kerugian pada usaha kecil milik sendiri. Menurut Peggy Lambing dan Charles L. Kuehl yang dikutip dari Suryana, keuntungan dan kerugian dalam berwirausaha sebagai berikut:⁶

⁶ Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses...*, hal. 112.

1) Keuntungan kwirausahaan adalah sebagai berikut:

- a) Otonomi. Pengolahan yang bebas dan tidak terikat membuat wirausahawan menjadi seorang “bos” yang penuh kepuasan.
- b) Tantangan awal dan perasaan motif berprestasi. Tantangan awal atau perasaan bermotivasi yang tinggi merupakan hal mengembirakan. Peluang untuk mengembangkan konsep usaha yang dapat menghasilkan keuntungan sangat memotivasi wirausahawan.
- c) Kontrol finansial. Wirausahawan memiliki kebebasan untuk mengelola keuangan dan merasakan kekayaan sebagai milik sendiri.

2) Kerugian Kewirausahawan sebagai berikut:⁷

- a) Pengorbanan personal. Pada awalnya, wirausahawan harus bekerja dengan waktu yang lama dan sibuk. Sedikit sekali waktu yang tersedia untuk kepentingan keluarga atau berekreasi karena hampir sebagian besar waktu dihabiskan untuk kegiatan bisnis.
- b) Beban tanggung jawab. Wirausahawan harus mengelola semua fungsi bisnis, baik pemasaran, keuangan, personal maupun pengadaan dan pelatihan.
- c) Kecilnya margin keuntungan dan besarnya kemungkinan gagal. Karena wirausahawan menggunakan sumber dana milik sendiri, margin laba/ keuntungan yang diperoleh akan relatif kecil.

⁷ Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses...*, hal. 112-11.

e. Kewirausahaan dalam pandangan Islam

Konsep berwirausaha dalam islam dikenal dengan istilah *tijarah* (berdagang atau bertransaksi). Konsep berwirausaha dalam islam yang mengacu pada konsep wirausaha Nabi Muhammad SAW yang perlu ditiru dan diterapkan umat muslim.⁸ Berwirausaha berarti bekerja secara mandiri dan bersungguh- sungguh tanpa banyak menguntungkan dari orang lain sehingga memperoleh hasil sesuai yang diharapkan. Wirausaha merupakan pilihan pekerjaan Nabi dan utusan Allah termasuk pekerjaan yang dipilih oleh rasulullah saw. Wirausaha merupakan sebuah pekerjaan yang lebih banyak mengedepankan peberdayaan seluruh potensi yang dimiliki seseorang, salah satu potensi tersebut adalah potensi akal untu berfikir dan potensi anggota tubuh lainnya untuk berkreasi. Pemberdayaan seluruh potensi yang dimiliki seseorang dan pemberdayaan waktu benar- benar diperintahkan Allah dan rasulnya sebagaimana yang terdapat dan hadis.

Untuk mencapai keberhasilan usaha terdapat ayat Al-Qur'an tentang jiwa wirausaha dengan diantaranya tertuang dalam Q.S.Al-Qashash ayat 77 tentang keseimbangan antara duniawi dan ukhrowi dalam mencari rizki :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ^ط وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا^ط
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ^ط وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ^ط إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُفْسِدِينَ

⁸ Yana Hendrayana, Dini Lisnawati, Amir Machmud, *Keirausahaan Berbasis Syariah*, (Bandung: Manggu Makmur Tanjung Lestari, 2017), hal.62.

Artinya : “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.⁹

Kaitan ayat ini dengan kewirausahaan adalah bahwa ayat ini menegaskan seorang muslim dalam usahanya mencari rizki sebenarnya adalah merupakan amal kebaikan yang bernilai ukhrowi, artinya dalam usaha dan jerih payahnya mencari rizki itu di samping mengandung nilai duniawi yaitu didapatkannya rizki untuk kebutuhan biaya menjalani proses kehidupan, tapi juga mengandung nilai ukhrowi karena diniatkan sebagai sarana untuk mencapai kebahagiaan diakhirat juga. Yaitu dengan menggunakan apa yang didapatkan dari jerih payahnya untuk kebaikan dan ketaatan kepada Allah SWT dan proses mencarinya diniatkan sebagai amal kebaikan dan ketaatan.

Prinsip atau ajaran yang terkandung dalam Q.S.Al-Qashash ayat 77 adalah tentang pentingnya seorang memiliki pandangan yang jauh ke depan, memiliki visi dan misi ke depan yang jelas dan tegas, tujuan atau sasaran yang terarah dengan baik dalam hidupnya. Dalam ayat tersebut mengajarkan bahwa semua usaha dan jerih payah yang kita lakukan dan juga hasil yang sudah bisa kita capai didunia ini, kita harus bisa memandangnya dengan bentuk penggunaan dan pemanfaatannya sampai akhirat.

Sedangkan hadist yang berkaitan dengan kewirausahaan adalah hadist riwayat Imam Muslim tentang Pekerjaan yang paling baik.

⁹Q.S. Al-Qashash ayat 77, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Yayasan Penyelenggara Penerjemah), hal. 395.

Rasulullah saw bersabda: *Ya Rasulullah, pekerjaan apa yang paling baik? Rasulullah menjawab: Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan tiap –tiap jual beli yang baik.*(HR. Imam Muslim).¹⁰

Dalam hadist tersebut juga disebutkan bahwa jual beli yang baik termasuk pekerjaan yang paling baik. Jual beli dalam bahasa yang lain adalah perdagangan atau bisnis. Jual beli atau bisnis dikatakan pekerjaan atau profesi yang paling baik karena dalam jual beli mengandung tolong menolong yang didalamnya ada unsur kekeluargaan. Di samping itu dalam jual beli atau bisnis terdapat ujian keuletan bagi pelaku jual beli atau pembisnis. Dalam jual beli atau bisnis terdapat resiko yang sangat besar diantaranya adalah kerugian oleh karena itu tantangan yang dihadapi oleh orang pebisnis lebih besar daripada resiko yang ditanggung, demikian juga hasil yang diperoleh lebih besar daripada hasil yang diperoleh selain wiarusaha atau pembisnis. Bisnis atau wirausaha membutuhkan kesungguhan, keuletan, kerja keras dan penuh resiko sehingga pantas hasilnya lebih besar. Dari sinilah kita bisa mengerti dan memahami bahwa jual beli, bisnis, wirausaha atau bisnis adalah pekerjaan yang paling baik.¹¹

Kerja dengan tangan sendiri atau wiraswasta adalah pekerjaan yang paling baik dalam hadits tersebut menunjukkan bahwa wiraswasta atau wirausaha dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan profesi atau jenis pekerjaan lainnya. Kata yang paling baik dalam hadist tersebut juga mengisyaratkan bahwa wiraswasta atau wirausaha merupakan cara dan jalan yang paling tepat untuk mewujudkan kemapanan dibidang ekonomi karena

¹⁰Cholin Umam dan Taulikhul Afkar, *Modul Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011), hal. 50.

¹¹*Ibid.*hal. 51.

wirausaha atau wiraswasta seseorang yang benar-benar mengembangkan dan memberdayakan seluruh potensi yang ada, akal terus berfikir, kaki terus melangkah dan tangan terus berbuat kreasi, disamping itu juga memanfaatkan waktu yang maksimal.

2. Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas.¹²Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan franchising. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

¹²Pandji Anoraga. *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hal. 66.

b. Tahapan Pengembangan usaha

Menurut Pandji Anoraga ada beberapa tahapan pengembangan usaha antara lain:¹³

1) Identifikasi Peluang

Perlu mengidentifikasi peluang dengan didukung data dan informasi. Informasi biasanya dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti:

- a) Rencana Perusahaan
- b) Saran dan usul manajemen kecil
- c) Program dan pemerintah
- d) Hasil berbagai riset peluang usaha
- e) Kadin atau asosiasi usaha sejenis

2) Merumuskan Alternatif Usaha

Setelah informasi berkumpul dan dianalisis maka pimpinan perusahaan atau manajer usaha dapat dirumuskan usaha apa saja yang mungkin dapat dibuka.

3) Seleksi Alternatif

Alternatif yang banyak selanjutnya harus dipilih satu atau beberapa alternatif yang terbaik dan prospektif. Untuk usaha yang prospektif dasar pemilihannya antara lain dapat menggunakan kriteria sebagai berikut:

¹³Pandji Anoraga. *Pendekatan Bisnis dalam Era Globalisasi ...*, hal.90.

- a) Ketersediaan Pasar
 - b) Resiko Kegagalan
 - c) Harga
- 4) Pelaksanaan Alternatif Terpilih

Setelah penentuan alternatif maka tahap selanjutnya pelaksanaan usaha yang terpilih.

- 5) Evaluasi

Evaluasi dimaksud untuk memberikan koreksi dan perbaikan terhadap usaha yang dijalankan. Di samping itu juga diarahkan untuk dapat memberikan masukan bagi perbaikan pelaksanaan usaha selanjutnya.

c. Teknik Pengembangan Usaha

- 1) Peningkatan Skala Ekonomis

Cara ini dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, tenaga kerja, teknologi, sistem distribusi, dan tempat usaha.¹⁴ Ini dilakukan bila perluasan usaha atau peningkatan output akan menurunkan biaya jangka panjang, yang berarti mencapai skala ekonomis. Sebaliknya, bila peningkatan output mengakibatkan peningkatan biaya jangka panjang, maka tidak baik untuk dilakukan.

Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai titik paling efisien, maka memperluas skala

¹⁴Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*, edisi ketiga, (Jakarta: Salemba, 2006) hal. 156.

ekonomi tidak bisa dilakukan, sebab akan mendorong kenaikan biaya. Skala usaha ekonomiterjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha.

2) Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini bisa dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru yang berbeda dari yang sekarang diproduksi (diversifikasi), serta dengan teknologi yang berbeda.¹⁵

Dengan demikian, lingkup usaha ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha ekonomis yang ditandai oleh total biaya produksi gabungan(joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih kecil daripada penjumlahan biaya produksi masing-masing produk itu apabila diproduksi secara terpisah. Perluasan cakupan usaha ini bisa dilakukan apabila wirausaha memiliki permodalan yang cukup. Sebaliknya, lingkup usaha tidak ekonomis dapat didefinisikan sebagai suatu diversifikasi usaha yang tidak ekonomis, dimana biaya produksi total bersama (joint total production cost) dalam memproduksi dua atau lebih jenis produk secara bersama-sama adalah lebih besar daripada penjumlahan

¹⁵Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*, edisi ketiga...,hal. 156.

biaya produksi dari masing-masing jenis produk itu apabila diproduksi secara terpisah.

Untuk memperluas skala ekonomi atau cukup, lingkup ekonomi. bila pengetahuan usaha dan permodalan yang cukup., wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui usaha patungan (joint venture), atau kerjasama manajemen melalui sistem kemitraan.

d. Jenis – jenis Strategi Pengembangan Usaha

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.¹⁶

1) Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah mengupayakan peningkatan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau pengembangan produk atau jasa baru.¹⁷

Pengembangan produk biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan. Strategi pengembangan produk ini dipilih untuk dijalankan oleh suatu perusahaan dalam rangka memodifikasi produk yang ada sekarang atau penciptaan produk baru yang masih terkait dengan produk yang sekarang. Dengan demikian produk baru atau yang dimodifikasi tersebut, dapat dipasarkan kepada pelanggan yang ada sekarang

¹⁶ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication* (Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2009), hal. 4.

¹⁷ Fred R. David. *Manajemen Strategis*. (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 251.

melalui saluran pemasaran yang ada. Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Di samping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalami pengaruh dari siklus yang dikenal sebagai *product life style*.

Menurut David lima pedoman tentang kapan pengembangan produk dapat menjadi sebuah strategi yang efektif, yaitu:¹⁸

- a) Ketika organisasi memiliki produk-produk berhasil yang berada di tahap kematangan dari siklus hidup produk; gagasannya di sini adalah menarik konsumen yang terpuaskan untuk mencoba produk baru (yang lebih baik) sebagai hasil dari pengalaman positif mereka dengan produk atau jasa organisasi saat ini.
- b) Ketika organisasi berkompetensi di industri yang ditandai oleh perkembangan teknologi yang cepat .
- c) Ketika pesaing utama menawarkan produk berkualitas lebih baik dengan harga “bagus”.
- d) Ketika organisasi bersaing dalam industri dengan tingkat pertumbuhan tinggi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapabilitas penelitian dan pengembangan yang sangat kuat.

¹⁸Fred R. David. *Manajemen Strategis...*, hal. 260.

2) Strategi Pengembangan Pasar

Menurut David ada enam pedoman tentang kapan pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang sangat efektif, yaitu:

- a) Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
- b) Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya.
- c) Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul.
- d) Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengelola perluasan operasi.
- e) Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih.
- f) Ketika industri dasar organisasi dengan cepat berkembang menjadi global dalam cakupannya.¹⁹

3) Strategi Pengembangan yang Terkonsentrasi

Strategi pengembangan yang terkonsentrasi memfokuskan pada suatu kombinasi produk dan pasar tertentu. Suatu pertumbuhan terkonsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal, dalam suatu pasar tunggal dengan suatu teknologi yang dominan. Pemilihan secara rasional atas pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan

¹⁹ Fred R. David. *Manajemen Strategis...*, hal. 259.

strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan di dalam suatu arena bisnis persaingan.

Strategi pengembangan yang Terkonsentrasi diarahkan untuk mempertinggi kinerja perusahaan. Dimungkinkannya hal ini, karena didukung oleh kemampuan menilai kebutuhan pasar, pengetahuan tentang perilaku pembeli, sensitivitas harga pelanggan dan efektivitas dari advertensi dan promosi. Suatu perusahaan menjalankan strategi pertumbuhan yang terkonsentrasi secara berhasil, bila didukung oleh pengembangan keterampilan atau *skills*, dan kompetensi bagi upaya pencapaian keberhasilan bersaing.

4) Strategi Inovasi

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.²⁰ Strategi inovasi selalu dibutuhkan perusahaan baik untuk produk-produk industri, maupun untuk barang-barang konsumsi, karena selalu diharapkan adanya perubahan atau kemajuan dari produk yang ditawarkan. Di dalam era persaingan, kompetensi suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu melakukan inovasi, baik yang terkait dengan inovasi produk untuk menemukan produk baru atau

²⁰ Kasmir, *Kewirausahaan...*, hal. 171.

produk modifikasi, maupun inovasi proses yang dapat menghasilkan produk yang sama dengan biaya yang lebih murah, sebagai akibat digunakannya teknologi baru yang lebih maju.

3. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Menurut Suharyadi, inovasi adalah kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang diimplementasikan dan memberi nilai tambah atas sumberdaya yang kita miliki.²¹

Menurut Winardi, inovasi merupakan timbulnya sesuatu hal yang baru, misalnya berupa sebuah ide baru, sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, sebuah gaya baru penulisan, atau caramelukis sebuah investasi (*invention*), atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi.²²

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough, inovasi kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang dan meningkatkan atau memperkaya kehidupan orang-orang.²³

Sedangkan menurut Suryana, berinovasi bagi seorang wirausahaan merupakan kunci sukses. Inovasi merupakan tindakan kewirausahaan untuk meraih sukses dalam persaingan.²⁴

²¹Suharyadi Purwanto, *Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, (Jakarta : Salemba Empat, 2007), hal. 97

²² Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 234.

²³ Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hal. 57.

²⁴Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses....*, hal. 74.

Kata inovasi dapat diartikan sebagai “proses” atau “hasil” pengembangan atau pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang/jasa) yang memberikan nilai berarti atau secara signifikan. Inovasi sebagai sebuah objek juga memiliki arti sebagai suatu produk baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial, biasanya beragam tingkat kebaurannya dapat dibedakan, tergantung pada konteksnya. Suatu inovasi dapat bersifat baru bagi perusahaan, baru bagi pasar, negara atau daerah, bahkan bagi dunia. Sementara itu inovasi sebagai suatu aktivitas merupakan proses penciptaan. Inovasi seringkali diidentifikasi dengan komersial atau invensi.

b. Proses inovasi

Seorang wirausahawan harus segera menerjemahkan mimpi-mimpinya menjadi inovasi untuk mengembangkan bisnis. Jika impian dan tujuan hidup merupakan fondasi bangunan dan bisnis, inovasi dapat diibaratkan sebagai pilar-pilar yang menunjang kukuhnya hidup dan bisnis.²⁵ Proses inovasi wirausaha dihasilkan dari keyakinan, pemahaman tujuan yang jelas untuk menghasilkan kesempatan. Proses dapat dilihat dari kehidupan nyata. Proses ini dimulai dengan analisis sumber daya kesempatan menjadi obyek. Inovasi bersifat konseptual dan perseptual, dapat di pahami dan dilihat dari inovator harus melihat, bertanya dan mendengarkan oranglain dalam mencari inovasi. Mereka berfikir karsa dengan segenap kemampuan otaknya, mereka melakukan perhitungan dengan cermat dan mendengarkan pendapat

²⁵ Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses...*, hal. 32.

oranglain, serta memperhatikan potensi pengguna inovasi yang di carinya untuk harapan dan kebutuhan.

Ada empat tipe inovasi yang membangkitkan, pertumbuhan kewirausahaan dalam memulai kegiatan usaha, menghasilkan barang atau pun jasa bagi masyarakat (Koratko & Hodgeets,2007) yang dikutip dari Heru Kristanto yaitu :²⁶

1) *Invention*

Menciptakan produk baru, jasa atau proses. Konsep tersebut memiliki kecenderungan revolusioner. Contoh; Thomas Alpha Edison dengan bola listrik, Graham Bell dengan telepon.

2) *Exention*

Ekspansi atau perluasan produk, jasa atau proses yang berhubungan dengan eksistensi. Konsep tersebut membuat aplikasi yang berbeda dengan ide awal. Contoh; Ray Kroc dengan McDonald, Keramik menggunakan kayu kelapa, tela- tela.

3) *Duplication*

Proses melakukan replikasi terhadap produk, jasa atau proses yang sudah ada. Duplikasi dilakukan terhadap produk dengan melakukan penambahan nilai dan mafaat produk, seperti; kemasan, assesoris, penambahan bentuk prouk, vasilitas. Duplikasi tidak hanya sekedar melakukan peiruan tetapi wirausaha harus ciptakan daya saing yang lebih baik. Contoh; tela kress, honda vario.

²⁶R. Heru Kristanto HC, *Kewirausahaan Entrepreneurship Pendekatan Manajemen dan Praktik*, (Yogyakarta :Graha Ilmu,2009), hal. 28-29.

4) *Synthesis*

Proses sintesis merupakan proses melakukan kombinasi produk, jasa atau proses yang sudah ada dengan memasukkan formulasi baru sehingga memiliki kemampuan daya saing lebih tinggi. Contoh; penerimaan siswa atau mahasiswa baru secara *online*, pembayaran pulsa melalui ATM.

4. Kreativitas

a. Pengertian Kreativitas

Menurut Suryana, kreativitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara- cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang (*thinking new things*).²⁷

Menurut pendapat Levitt kreatifitas merupakan proses berfikir kreatif, yakni berfikir kreatif, sedangkan inovasi adalah hasil dari penerapan kreatifitas itu sendiri.²⁸ Jadi dapat diketahui bahwa kreatifitas itu dapat terbentuk dari pola fikir seseorang dan hasil dari berfikir kreatif, jika diterapkankan baik kepada prodak jasa atau barang, maka prodak barang atau jasa yang lahir dari berfikir kreatif tadi dapat disebut prodak yang telah di inovasi.

Dalam bukunya “Creative Thinking”, Charles S. Whiting membedakan pemikiran kreatif dan pemikiran orisinil, menurutnya pemikiran orisinil

²⁷Suryana. *Kewirausahaan Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*, edisi ketiga...,hal.2.

²⁸Muh. Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif*,(Malang: UIN-MalangPress (Anggota IKAPI),2008), hal.26.

menghasilkan ide-ide yang baru-setidaknya bagi individu yang bersangkutan sekalipun ide-ide itu belum tentu bermanfaat, sedangkan pemikiran kreatif selain menghasilkan ide-ide baru juga bermanfaat baik bagi individu, kelompok ataupun masyarakat.²⁹

Menurut Dedi Supriadi kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.³⁰ Jadi kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk memunculkan produk-produk baru yang belum pernah ada di pasaran atau dengan menambah nilai seni pada produk yang telah ada di pasaran sehingga berbeda dengan produk sebelumnya. Wirausaha yang kreatif dapat meluncurkan produk yang belum pernah dibuat di pasar. Maka dari itu jika seorang wirausaha dapat memperkenalkan produk atau jasa baru yang terus menerus dapat diperbarui dan dapat diterima oleh masyarakat, maka dapat dipastikan bahwa orang itu bisa bertahan lama di pasar yang penuh persaingan.

b. Proses kreativitas

Proses kreativitas merupakan syarat utama munculnya kewirausahaan. Proses kreativitas merupakan proses pembangkitan ide dimana individu maupun kelompok berproses menghasilkan sesuatu yang baru dengan lebih efektif dan efisien pada suatu sistem. Aspek penting dari kreativitas adalah manusia dan proses. Manusia merupakan pelaku yang menentukan solusi

²⁹Muh. Yunus, *Islam dan Kewirausahaan Inovatif...*, hal 129.

³⁰Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2002). hal. 46.

permasalahan. Proses adalah aktivitas yang didisain untk menemukan solusi. Proses tidak selalu sama dan pendekatanpun adakalanya berbeda.

Berpikir kreatif seorang calon atau wirausaha sebagai berikut:³¹

1) Akumulasi Pengetahuan

Kesuksesan sebuah kreativitas berhubungan dengan kemampuan pemangamatan dan pencairan informasi. Akumulasi pengalaman dan pendidikan selama beberapa periode akan mampu meningkatkan kemampuan kreativitas wirausaha.

2) Proses Inkubasi

Kreativitas individu muncul dengan melihat langsung proses kegiatan usaha yang sejenis atau berhubungan (*related*). Dengan melihat langsung akan bisa mengetahui proses bisnis yang ditekuni sebenarnya.

3) Ide, Gagasan

Proses ide dan gagasan adalah menemukan sesuatu yang baru dan berbeda dari pencairan yang terus menerus. Ide dan gagasan adakalanya muncul bersamaan dengan proses akumulasi pengetahuan dan proses inukubasi.

4) Impementasi dan Evaluasi

Proses implementasi dan evaluasimerupakan proses yang sulit dan berhubungan pelaksanaan ide dan evaluasi terhadap ide yang

³¹R. Heru Kristanto HC, *Kewirausahaan Entrepreneurship ...*, hal. 25-28.

mewujudkan dalam dunia nyata. Sukses seseorang wirausaha adalah ketika ide yang dilaksanakan dapat berhasil sesuai dengan keinginan.

5. Keberhasilan usaha

a. Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Henry, keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis dalam pencapaian tujuannya. Keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari suatu perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan.³² Suatu perusahaan atau bisnis dikatakan berhasil ketika mendapat keuntungan atau laba. Walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan usaha atau bisnis, keuntungan atau laba menjadi faktor penting karena laba merupakan tujuan dari orang yang memulai usaha.

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. Entrepreneurship mengandung makna wiraswasta atau wirausaha yaitu cabang ilmu ekonomi yang mengajarkan bagaimana kita bisa mandiri dalam memulai suatu usaha dalam rangka mencapai profit serta mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang dimiliki.³³

Menurut Sujuti yang dikutip dari Suryana, keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi faktor. Baik faktor eksternal maupun faktor

³² Henry Faisal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal 397.

³³Eddy Soeryanto Soegoto, *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung*, (Jakarta:PT.Elex Media Computindo,2009), hal.3.

internal. Faktor internal yang memiliki pengaruh adalah kemampuan, kemauan, dan kelemahan, sedangkan faktor yang berasal dari eksternal dari pelaku adalah kesempatan atau peluang.³⁴ Selain itu, Semakin besar usaha maka semakin banyak hambatan yang harus disikapi sehingga para pembisnis harus betul- betul memperhatikan sebab akibat maupun resiko yang akan dihadapi.

b. Indikator keberhasilan usaha

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan usaha:³⁵

1) Laba (*profitability*)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya. Pendapatan suatu perusahaan berasal dari penjualan barang dan jasa yang dihasilkan atau diprosuksinya.

2) Produktivitas dan Efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan sangat menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan. Sementara itu, biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang dan jasa yang menjadi bisnisnya tergantung dari tingkat efisiensi produksi yang dihasilkan. Semakin tinggi efisiensinya maka semakin rendah biaya produksi yang dikeluarkan, begitupun sebaliknya.

³⁴Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat...*, hal. 48.

³⁵*Ibid.* hal. 397.

3) Kompetensi dan Etika Usaha

Kopetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman. Kopetensi perlu diperbaiki dan disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi agar perusahaan tetap mempertahankan daya saing. Sedangkan etika bisnis adalah perilaku dalam melaksanakan bisnis, yang secara garis besar dapat dirumuskan sebagai perilaku berbisnis tidak merugikan kepentingan orang lain baik secara individu, kelompok, maupun masyarakat luas. Untuk dapat mempertahankannya daya saing atau keunggulan yang dimilikinya, maka perusahaan perlu merawatnya melalui dua hal penting, yaitu terus menerus meningkatkan kopetensi dan secara bersamaan menegakkan etika dalam berusaha.

5) Daya Saing

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau Negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang diberikan dalam pasar. Daya saing sebuah Negara dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap perusahaan. Proses penciptaan nilai tambah (*value added creation*) pada lingkup perusahaan.³⁶

³⁶ Mudraja kuncoro, *Ekonomika Industri Indonesia (Menuju Negara Industri Baru 2030)*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2007), hal. 82.

6) Terbangunnya Citra Baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, *trust internal* dan *trust external*. *Trust internal* adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Indikator tumbuhnya *trust internal* adalah rendahnya tingkat absensi karyawan, rendahnya *turnover* karyawan, meningkatnya produktivitas dan efisiensi perusahaan, dan sebagainya. Sedangkan *trust external* adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stake holder* perusahaan, baik konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing. Indikatornya adalah terangun image yang baik, meningkatnya penjualan, rendahnya complain, meningkatnya pesemsanan dan sebagainya.

c. Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Keberhasilan dalam berwirausahawan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu mencakup hal-hal berikut:³⁷

- 1) Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi kewirausahawan yang sukses.
- 2) Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang

³⁷ Suryana, *Kewirausahaan Kiat dan Proses...*, hal. 108-109.

yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.

- 3) Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang. Sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari- cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

6. Pentingnya Kreativitas dan Inovasi Berwirausaha dalam *Entrepreneurship*

Dunia *entrepreneurship* atau kewirausahaan terus mengalami perkembangan. Tantangan dalam kewirausahaan semakin hari tidak semakin kecil tetapi justru semakin besar. Tantangan berwirausaha sebanyak peluang dalam berwirausaha itu sendiri. Kreativitas dan inovasi merupakan modal dan jawaban dalam mengatasi tantangan dan persaingan dunia kewirausahaan.³⁸ Tanpa adanya kreativitas dan inovasi usaha pasti akan mengalami kemandegan atau stagnasi dan pada akhirnya pasti akan sigulung oleh bisnis- bisnis baru yang penuh dengan kreativitas dan inovasi.

Kreativitas dan inovasi adalah karakteristik personal yang terpatri kuat dalam diri seorang wirausaha sejati. Bisnis yang tidak dilandasi upaya kreativitas dan inovasi dari sang wirausaha biasanya tidak dapat berkembang abadi. Lingkungan bisnis yang begitu dinamis menuntut wirausaha untuk

³⁸Cholin Umam dan Taudlikhul Afkar, *Modul Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011), hal, 153.

selalu adaptasi dan mencari terobosan terbaru.³⁹Semua bisnis yang maju dan berkembang hingga kini terpancang pada upaya kreativitas dan inovasi. Kreativitas dan inovasi dapat diterapkan secara sederhana. Kuncinya yaitu kepekaan terhadap peluang dan kemampuan pasar.

Dalam berbisnis para wirausaha tidak akan melakukan hal-hal yang berbeda, mereka melakukan hal-hal biasa secara istimewa. Daya kreativitas dan inovasi merupakan kompetensi yang dimiliki oleh setiap individu. Suatu yang menjadi pembeda antar individu yang satu dengan yang lainnya adalah taraf tinggi, sedang dan rendahnya daya kreativitas dan inovasinya.

7. Pengertian Kerajinan Marmer

Marmer merupakan batuan hasil proses metamorfosis batu gamping (dolomite) yang telah mengalami proses perubahan tekanan dan temperature selama ratusan tahun. Batuan ini terbentuk kompak, padat, tanpa pelapisan, menunjukkan adanya proses rekristalisasi, dan banyak mengandung mineral kalsit. Adapun mineral tambahannya berupa *kuarsa, talk, klorit, amphibol, pirit, piroksen, hematite, dan grafit*.

Ukuran batu marmer ini bervariasi antara 10 x 10 cm, 10 x 20 cm, 15 x 30 cm, sampai 30 x 60 cm. karena bentuknya yang berupa lempengan, ukuran batu ini bisa dipotong berdasarkan permintaan. Ada beberapa jenis batu

³⁹ Cholin Umam dan Taudlikhul Afkar, *Modul Kewirausahaan ...*, hal. 155.

marmer yang populer, seperti marmer jenis dark emperador, marmer ujung pandang, dan marmer putih.⁴⁰

Di daerah Tulungagung marmer yang ditemukan adalah jenis marmer yang berwarna kekuningan dan marmer yang berwarna kemerahan. Perbedaan warna pada batu marmer ini disebabkan oleh jenis mineral lain yang mengendap bersamanya. Warna merah tembaga pada marmer Tulungagung disebabkan oleh pengisian rongga dengan asosiasi urat kuarsa dan kalsit oleh Mangan (Mn) yang termineralisasi.

B. Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu berfungsi untuk menjelaskan keterkaitan atau kesamaan masalah penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan ini adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah dan Ma'rifah, bertujuan untuk meneliti tentang menganalisis pengaruh perilaku inovatif dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha, dengan dimediasi oleh motivasi usaha. Responden dalam penelitian ini adalah para pengusaha batik tulis di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan melalui survey, analisis *crosstab* dengan metode *path analysis*. Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap motivasi dan keberhasilan usaha, dan motivasi memediasi hubungan antara kreativitas dengan keberhasilan usaha. Namun, perilaku inovatif tidak berpengaruh terhadap motivasi

⁴⁰Enzeline F. Manurung, “30 Inspirasi Desain Rumah Bertingkat”, (Jakarta: Trans Media Pustaka, 2010), Cet. Pertama, hal. 21-22.

maupun keberhasilan usaha. Sehingga motivasi tidak memediasi hubungan antara perilaku inovatif dengan keberhasilan usaha.⁴¹ Perbedaannya dengan penelitian sekarang adalah pada metode, variabel dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda, penelitian ini membahas tentang inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha dan obyek penelitian dilakukan pada pengrajin marmer di Desa Besole.

Penelitian yang dilakukan oleh Al Farisi, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberhasilan usaha. Lokasi penelitian di industri rajut Binong Jati Bandung. Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dengan tanda positif dan inovasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dengan tanda positif.⁴² Perbedaannya adalah jenis metode dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian explanatory, sedangkan peneliti menggunakan deskriptif dan objek penelitian Al Farisi adalah industri rajut Binong Jati Bandung sedangkan objek penelitian peneliti adalah seluruh pengrajin marmer di Desa Besole.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari, yang bertujuan untuk menguji pengaruh pengaruh jiwa wirausaha dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha industri pada sentra industri rajut Binong Jati Bandung. Penelitian ini

⁴¹Siti Nur Azizah dan Diana Ma'rifah, *Motivasi Usaha Sebagai Mediator Hubungan Antara Perilaku Inovatif dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha Pengusaha Batik Tulis di Kabupaten Kebumen*, (Purwokerto: Jurnal Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 1

⁴²Raisan Al Farisi, *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Pengusaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey terhadap Para Pengusaha di Industri Rajut Binong Jati Bandung)*, (Bandung: jurnal tidak diterbitkan, 2013), hal. 1.

menggunakan penelitian jenis deskriptif dan verifikatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis berganda Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jiwa wirausaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha rajut Binong Jati Bandung dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha rajut Binong Jati Bandung.⁴³ Perbedaannya dengan penelitian sekarang adalah pada metode dan objek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Obyek penelitian adalah industri rajut Binong Jati Bandung. Sedangkan metode peneliti menggunakan metode deskriptif dan obyek penelitiannya adalah pengrajin marmer di Desa Besole.

Penelitian yang dilakukan oleh Afifudin, yang bertujuan mengetahui pengaruh kreativitas, inovasi dan media promosi terhadap keberhasilan usaha warung kopi free wifi Kecamatan Wates. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode pengumpulan data pembagian kuesioner, wawancara, dan observasi. Hasil pengujian menunjukkan hasil penelitian uji parsial diperoleh : Hasil uji t diperoleh thitung 3,418 dengan signifikansi 0,005 yang berarti kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, hasil uji t diperoleh thitung 7,740 dengan signifikansi 0,000 yang berarti inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, hasil uji t media diperoleh thitung -0,586 dengan signifikansi 0,568 yang berarti media promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha, sedangkan secara simultan diperoleh Fhitung sebesar 50,840 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, dengan demikian diperoleh hasil

⁴³Fitria Lestari, *Pengaruh Jiwa Wirausaha dan Kreativitas terhadap Keberhasilan Usaha pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung*, (Bandung: Jurnal tidak diterbitkan, 2011), hal. 1.

yang menyatakan bahwa kreativitas, inovasi dan media promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.⁴⁴ Perbedaannya adalah terletak pada variabel dan objek penelitiannya. Penelitian ini membahas tentang inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha dengan obyeknya adalah pengrajin marmer di di Desa Besole.

Penelitian ini dilakukan oleh Setiawan, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM pakaian anak Pagarsih Bandung. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* dengan menggunakan analisis berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan terhadap keberhasilan usaha adalah kreativitas.⁴⁵ Perbedaannya adalah terletak pada variabel dan objek penelitiannya. Penelitian Setiawan menggudakan variabel kreativitas dan motivasi usaha terhadap keberhasilan usaha dan obyek penelitiannya adalah seluruh masyarakat UKM pakaian anak Pagarsih Bandung. Sedangkan peneliti membahas tentang inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha dengan obyeknya adalah pengrajin marmer di di Desa Besole.

C. Kerangka Konseptual

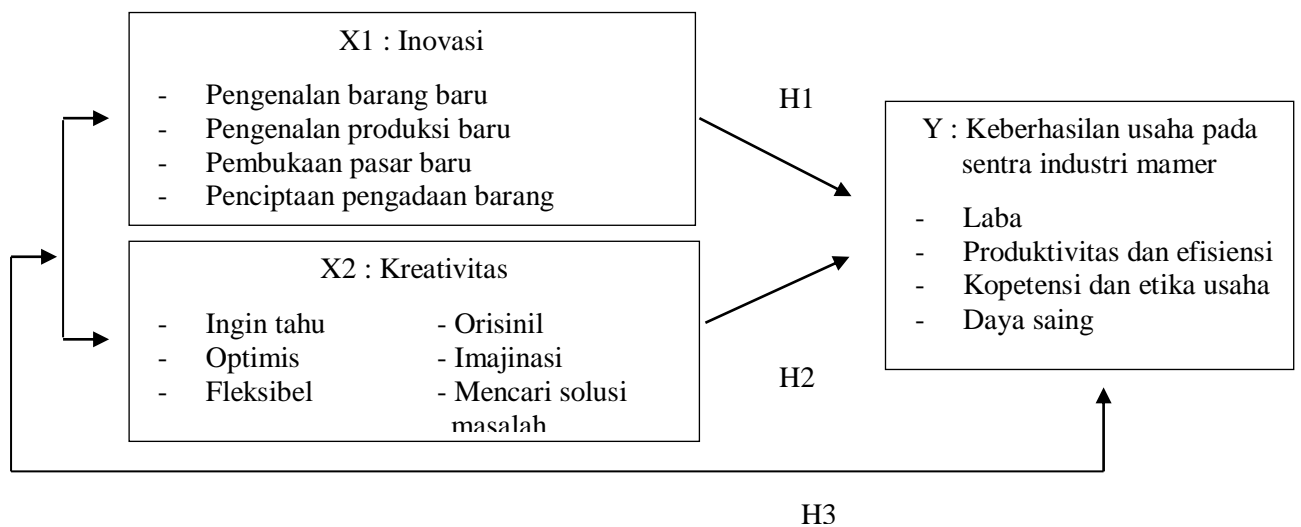
Pada penelitian ini peneliti menggunakan judul dengan variabel dependen Independen inovasi (X_1) dan kreativitas (X_2) dengan variabel dependen

⁴⁴Puji Mustofa Afifudin, *Pengaruh Kreativitas, Inovasi dan Media Promosi terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi Di Kecamatan Wates*, (Kediri: Jurnal tidak diterbitkan, 2016), hal. 1.

⁴⁵Nugroho Setiawan, *Pengaruh Kreativitas dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Pada UKM Pakaian Anak Pagarsih Bandung*, (Bandung : Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 1.

keberhasilan usaha pada sentra industri mamer di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung (Y). Yang dilakukan pada pengrajin marmer di Desa Besole. Dari judul tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



D. Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Diduga ada pengaruh positif antara Inovasi terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri mamer di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung

H_2 : Diduga ada pengaruh positif antara Kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri mamer di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung

H_3 : Diduga ada pengaruh positif signifikan antara Inovasi dan Kreativitas bersama-sama terhadap keberhasilan usaha pada sentra industri mamer di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung.