

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kompetensi Kewirausahaan

2.1.1.1 Definisi Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Nakhata dalam Nagel dan Suhartatik (2021) memberikan suatu pemaknaan terhadap kompetensi kewirausahaan yaitu proses dalam melihat adanya karakter secara individual, hal tersebut berkaitan dengan ciri-ciri pribadi yang sudah sejak lama tertanam, melalui adanya pengetahuan, keahlian sebagai kemampuan yang terlatih untuk mendukung adanya suatu cara dalam proses melayani konsumen sebagai pihak yang menghabiskan suatu nilai dari produk dengan adanya efektivitas dan efisiensi yang tinggi.

Menurut Ishak Hasan dalam Nugraha dan Handayani (2022) Kompetensi merupakan keahlian dalam melakukan suatu pekerjaan atau suatu tugas dengan keterampilan dan pengetahuan yang didorong dengan tingkah laku kerja yang ditegaskan oleh pekerjaan yang dilakukan. Kewirausahaan merupakan adaptasi dari perilaku terarah yang bertujuan untuk memulai, mempromosikan dan mengelola kegiatan ekonomi untuk produksi dan memobilisasi dari sumber daya keuangan (Khalid Bhatti, 2015).

Menurut Iffan dan Suharlin (2022) kompetensi kewirausahaan merupakan sebuah kemampuan dan keterampilan yang terbentuk dari pengetahuan seseorang untuk menciptakan visi yang strategis dalam mengembangkan sebuah usaha.

Kompetensi UMKM, atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, mencakup berbagai aspek yang penting untuk kesuksesan dan pertumbuhan bisnis skala kecil dan menengah. Pertama, dalam hal manajemen, UMKM perlu memiliki kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia, keuangan, dan operasional dengan efisien. Ini melibatkan keahlian dalam perencanaan strategis, pengorganisasian, serta pemantauan dan evaluasi kinerja (Utama, 2020).

Kemampuan pemasaran juga menjadi kompetensi krusial bagi UMKM. Mampu mengidentifikasi pasar potensial, memahami kebutuhan pelanggan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Penguasaan teknologi informasi dan pemasaran digital juga semakin penting dalam menghadapi era bisnis yang terus berubah (Mughtar, 2018).

Aspek lain dari kompetensi kewirausahaan adalah inovasi dan adaptabilitas. UMKM yang mampu berinovasi dalam produk, layanan, atau proses bisnisnya dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan memenuhi tuntutan konsumen yang berkembang. Fleksibilitas dalam menghadapi perubahan ekonomi, teknologi, dan kebijakan juga menjadi kunci untuk kelangsungan dan pertumbuhan UMKM (Fonny, 2021).

Selain itu, kompetensi kewirausahaan juga mencakup aspek keberlanjutan. UMKM yang memahami dan menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan dapat menciptakan nilai tambah, baik dari perspektif lingkungan maupun sosial. Menanamkan nilai-nilai keberlanjutan dalam operasional sehari-hari dapat meningkatkan reputasi bisnis dan daya tarik pelanggan yang semakin peduli

terhadap masalah lingkungan dan sosial. Dalam hal pengembangan keterampilan sumber daya manusia, UMKM perlu memberikan perhatian khusus pada pelatihan dan pengembangan karyawan. Membangun tim yang kompeten dan berkomitmen dapat menjadi asset berharga bagi UMKM dalam menghadapi persaingan yang ketat.

2.1.1.2 Dimensi Kompetensi Kewirausahaan

Novitasari & Zuraida, (2015, p. 168) menyatakan bahwa terdapat 5 (lima) dimensi kompetensi yang harus dimiliki yaitu:

1. Task Skill

Yaitu keterampilan untuk melaksanakan tugas-tugas rutin sesuai dengan standar ditempat kerja.

2. Task Management Skill

Yaitu keterampilan untuk mengelola serangkaian tugas yang berbeda yang muncul dalam pekerjaan.

3. Contingency Management Skill

Yaitu keterampilan mengambil tindakan yang cepat dan tepat apabila timbul masalah dalam suatu pekerjaan.

4. Job Role Environment Skill

Yaitu keterampilan untuk bekerja sama serta memelihara kenyataan lingkungan kerja.

5. Transfer Skill

Yaitu keterampilan untuk beradaptasi dengan lingkungan baru.

2.1.1.3 Aspek Penting Kompetensi Kewirausahaan

Menurut Ahmad et al. (2018) kompetensi wirausaha yang diambil dari literatur manajemen dan kewirausahaan serta dapat diterapkan di berbagai sistem mulai dari yang sangat luas hingga yang lebih spesifik. Dimana terdapat enam aspek penting dari kompetensi yang juga merupakan definisi dari kompetensi tersebut sebagai berikut:

1. Kompetensi mencakup karakteristik keseluruhan individu yang terkait dengan kinerja efektifnya dari pekerjaan yang diberikan
2. Kompetensi dimanifestasikan dalam perilaku individu, dan oleh karena itu bisa diamati dan terukur
3. Kompetensi memfasilitasi pencapaian tujuan dan sasaran
4. Kompetensi adalah sumber daya organisasi yang dapat dikembangkan

2.1.1.4 Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Indikator dalam kompetensi kewirausahaan menurut Heru dalam Iffan dan Suharlin. (2022) sebagai berikut:

1. Kompetensi Teknik

Kompetensi wirausaha yang berkaitan dengan teknik, cara, bahan serta tenaga kerja yang menghasilkan barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan.

2. Kompetensi Marketing

Kompetensi wirausaha yang berkaitan dengan kemampuan wirausaha di bidang pemasaran produk. Kemampuan ini mencakup keahlian dalam

melakukan riset pasar, memilih strategi pemasaran dan mengkombinasikan bauran pemasaran yang menguntungkan.

3. Kompetensi Keuangan

Kompetensi yang dimiliki wirausaha dalam mengelola uang, terutama mencari sumber pendanaan yang paling terjangkau, menggunakan dan menginvestasikan dana yang menguntungkan, membuat anggaran yang tepat dan membagi laba atas keuntungan usaha dengan memuaskan semua pihak yang berkepentingan.

4. Kompetensi Konseptual

Kompetensi wirausaha yang berhubungan dengan kemampuan untuk membuat konsep kegiatan, event, produk yang baik. Konsep tersebut apabila dijalankan dapat berhasil.

5. Kompetensi Pengambilan Keputusan

Kompetensi wirausaha yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengambil keputusan dengan tepat. Wirausaha selalu berhubungan dengan aktivitas yang berisiko, ketidakpastian lingkungan, maka dibutuhkan keahlian dalam mengambil keputusan yang tepat, terukur serta menguntungkan.

2.1.2 Keberhasilan Usaha

2.1.2.1 Definisi Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana (2017) dalam (Aprilianti & Abidin, 2021) menyatakan suatu indikasi keberhasilan usaha yang berjalan pada kondisi perusahaan tercapai

Ketika adanya perkembangan dapat terlampaui bahkan melebihi adanya ekspektasi usaha.

Menurut Andreas (2011) dalam (Ekasari & Nurhasanah, 2018) memberikan pemaknaan bagi keberhasilan usaha dilihat dari adanya keuntungan atau laba yang didapatkan perusahaan pada satuan periode yang telah ditentukan dengan perbandingan terhadap kesejahteraan sumber daya manusia sebagai faktor produksi.

Menurut Suryana (2003:285) dalam (Kurniawan, Hadi & Sakitri, 2019) keberhasilan usaha dilihat dari adanya suatu capaian terhadap perencanaan yang sudah dilakukan pada awal usaha dengan memperhatikan berbagai faktor, pertama adanya peningkatan sumber daya modal, kedua pendapatan sebagai laba, ketika adanya volume pengeluaran output produk, dan yang terhadap tingkat efektivitas dan efisiensi produksi dan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja.

Menurut Rizki Zulfikar (2020) keberhasilan usaha dalam menjaga kelangsungan usahanya penjualan produk terletak pada kemampuannya untuk mengubah pola pikir dan sifat inovatif pemiliknya terkait kemampuan mereka untuk menyampaikan nilai bagi pelanggan.

Menurut Lucky, Olusegun dan Bakar (2012) dalam Iffan & Anggita (2022) mengemukakan keberhasilan usaha didefinisikan sebagai kemampuan dari pencapaian bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Keberhasilan berwirausaha tidak serupa dengan kemampuan seseorang untuk mengumpulkan uang atau kekayaan serta menjadi berkecukupan, karena bisa dihasilkan dengan beberapa cara yang memberikan nilai tambah. Berusaha

diukur dengan kemampuan seseorang untuk mengembangkan, membangun, serta mengoperasikan bisnis dari sesuatu yang sebelumnya rusak, tidak berfungsi, atau mungkin tidak ada (Miftah & Pangiuk, 2020).

Menurut Iffan, Firmansyah dan Novianti (2023) kesuksesan usaha diartikan sebagai peningkatan pendapatan dibandingkan hasil sebelumnya yang memiliki tujuan utama yaitu mencapai kesuksesan dan seluruh aktivitasnya terfokus pada tujuan tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya yaitu dengan adanya ketercapaian yang melebihi dari perencanaan awal, baik adanya keuntungan dalam bentuk modal maupun perkembangan usaha secara luas.

2.1.2.2 Faktor - Faktor Keberhasilan Usaha

Hermansyah, H., & Dahmiri, D (2019) mengemukakan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

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 wirausaha yang sukses. Contohnya, seorang pemilik kios yang memiliki kemauan untuk berjualan kebutuhan sehari-hari, tetapi tidak memiliki kemampuan mengembangkannya, maka kios yang dimiliki tidak pernah berubah dan berkembang. Sebaliknya seseorang yang memiliki kemampuan, baik ilmu maupun keahlian berdagang tetapi tidak memiliki kemauan dan malah malas, tidak akan pernah berdagang.

2. Tekad Yang Kuat dan Kerja Keras

Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.

3. Mengenal Peluang Yang Ada dan Berusaha Meraihnya Ketika Ada Kesempatan Ada solusi ada peluang sebaliknya tidak ada solusi tidak ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari menunggu peluang yang akan datang kepada kita.

2.1.2.3 Faktor - Faktor Kegagalan Wirausaha

Wartika,I.W. (2015) mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya, yaitu:

1. Tidak kompeten dalam hal manajerial. Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.
2. Kurang berpengalaman, baik dalam kemampuan teknik memvisualisasikan usaha, mengoordinasikan, mengelola sumber daya manusia, dan 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 penerimaan 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. Lokasi kurang memadai. Lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan suka beroperasi karena kurang efisien.
6. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektifitas. Kurangnya pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan 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 gagal menjadi besar.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

2.1.2.4 Indikator Keberhasilan Usaha

Indikator dalam menentukan keberhasilan usaha menurut Suryana. (2014) sebagai berikut:

1. Volume Penjualan

Total penjualan yang didapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu.

2. Keuntungan

Selisih dari pendapatan di atas biaya-biayanya dalam jangka waktu (periode) tertentu.

3. Pendapatan

Arus masuk atau kenaikan pada nilai harga satuan usaha atau penghentian hutang-hutang atau kombinasi dari keduanya dalam satu periode yang diperoleh dari penyerahan/produksi barang-barang, penyerahan jasa dan pelaksanaan aktivitas ekonomi lainnya.

2.1.3 Inovasi Produk

2.1.3.1 Konsep Inovasi

Menurut Zimmerer et al (2021) Inovasi merupakan instrument khusus dan ide-ide, sarana yang mereka gunakan untuk mengeksploitasi perubahan untuk bisnis atau jasa yang berbeda. Tindakan yang dilakukan untuk menciptakan kreasi baru dari temuan yang sudah ada sebelumnya dan diterapkan untuk meningkatkan kinerja.

Menurut Rizki Zulfikar (2020:76) menyatakan bahwa inovasi adalah penerapan atau penciptaan teknologi baru dalam organisasi yang diterapkan pada sistem, kebijakan, program, produk, proses atau alat atau layanan.

Inovasi merupakan bagian penting dari kegiatan bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing dari perusahaan. Inovasi tidak lepas dari semangat kewirausahaan yang akan diwujudkan dalam tindakan menjalankan bisnis. Tidak mudah bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis, tanpa inovasi. Kegiatan inovasi dapat mendorong kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan produk bermutu (Ekawati et al, 2016).

Menurut Machfoedz (2004:21) dalam Reniati (2013:24) inovasi merupakan suatu proses untuk mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dipasarkan. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan penting dan pikiran yang kreatif mengembangkannya menjadi gagasan berharga.

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah penciptaan, pengembangan dan implementasi barang, proses dan jasa baru dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas untuk memperoleh keunggulan bersaing yang baik.

2.1.3.2 Definisi Inovasi Produk

Menurut B. D. Prasetyo (2020:37) Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan.

Menurut Myers & Marquis (dalam Kotler, 2016:454), inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Alamsyah (2015:177) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Sedangkan menurut Trustorini Handayani (2018:346) Inovasi Produk menggambarkan perubahan dalam cara sebuah organisasi menghasilkan produk akhir dan layanan perusahaan.

Inovasi produk adalah suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, yaitu dengan cara memodifikasi produk tersebut untuk menjadikan sesuatu yang lebih bernilai, menciptakan hal baru dan juga berbeda, yaitu dengan merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya tersebut menjadi suatu inovasi baru atau spesifikasi produk yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian untung maupun rugi atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan yang kompetitif.

Inovasi produk merupakan sebuah cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan berupa penciptaan pemikiran baru sehingga perusahaan dapat bersaing dan memiliki keunggulan kompetitif.

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk

Inovasi produk adalah proses pengembangan dan penerapan ide-ide baru untuk menciptakan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk menurut beberapa ahli:

1. Sumber daya manusia yang berkualitas tinggi: Menurut Drucker, P. (2014) ahli manajemen ternama, sumber daya manusia yang berkualitas tinggi merupakan faktor penting dalam menciptakan inovasi produk yang sukses.
2. Kemampuan riset dan pengembangan (R&D): R&D adalah salah satu faktor penting dalam menciptakan inovasi produk. Tim R&D yang handal dan efektif dapat membantu memastikan bahwa produk yang dihasilkan selalu inovatif dan terdepan (Blacutt Olmos, J.A.A (2021).
3. Kemampuan untuk memahami pasar dan kebutuhan pelanggan: inovasi produk yang sukses memerlukan pemahaman yang baik tentang pasar dan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, faktor ini harus dipertimbangkan dalam setiap tahap pengembangan produk (Drucker, P. (2014).
4. Kapasitas finansial: inovasi produk yang sukses sering memerlukan investasi besar. Ketersediaan sumber daya finansial yang memadai dapat membantu mempercepat proses pengembangan dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan (Kamola, I.A. (2019).
5. Lingkungan inovatif: faktor yang terakhir adalah lingkungan inovatif yang mendorong kreativitas dan inovasi. Suatu lingkungan yang menyediakan ruang untuk eksperimen dan kegagalan serta memberikan dukungan dan sumber daya yang memadai dapat meningkatkan kemungkinan

keberhasilan inovasi produk menurut Drucker, P. (2014) dalam (Fernanda, M., & Frinaldi, A. (2023).

2.1.3.4 Proses Inovasi Produk

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012) proses inovasi produk memiliki tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap Pemunculan

Ide proses pengembangan produk baru dimulai dengan pencarian ide atau gagasan yang berasal dari sejumlah sumber.

2. Tahap Penyaringan

Ditujukan untuk mengeliminasi atau mengevaluasi konsep baru.

3. Analisa Bisnis

Analisa bisnis memiliki tujuan untuk mendapatkan gambaran sekomprensif mungkin tentang dampak dari finansial yang dapat diambil melalui memperkenalkan produk yang baru.

4. Tahap Pengembangan

Beberapa ide yang muncul harus dirubah menjadi sesempurna mungkin dengan konsep yang diuji terlebih dahulu oleh perusahaan.

5. Tahap Pengujian

Tahap ini memberikan penilaian lebih terperinci terhadap peluang sukses produk baru, mengidentifikasi penyesuaian akhir yang suatu produk butuhkan dan menetapkan elemen penting program pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk baru.

6. Tahap Komersialisasi

Tahapan ini memiliki sangkut paut dengan perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran produk baru, yaitu memiliki beberapa komponen: waktu yang tepat untuk meluncurkan produk baru, pemberian merek pada produk baru, koordinasi dengan program pemasaran yang mendukung introduksi produk baru.

2.1.3.5 Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler Amstrong (2016) terdapat tiga indikator inovasi produk yaitu:

1. Kualitas Produk

Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.

2. Varian Produk

Sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

3. Gaya dan Desain Produk

Cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan, gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.

2.1.3.6 Dimensi Inovasi Produk

Dimensi inovasi produk menurut Sekardila Pratiwi (2016):

1) Perluasan lini (line extensions)

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan berbagai macam variasi, sehingga memudahkan konsumen untuk mencari barang sesuai kehendaknya.

2) Produk baru (me too product)

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar.

3) Produk benar-benar baru (new to the world product)

produk yang termasuk baru bagi perusahaan dan pasar.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut adalah tabel persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

Tabel 2. 1
Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini:

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Azmi Umar ISSN: 1913-9004	Efek Mediasi Inovasi Terhadap Kompetensi Kewirausahaan dan Kesuksesan Bisnis di UKM Malaysia	Hasil penelitian menyatakan bahwa 77% perubahan inovatif didorong oleh kompetensi kewirausahaan menunjukkan dampak yang kuat dari kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi dan kinerja perusahaan	Menggunakan variabel yang sama kompetensi kewirausahaan (Y)	Penelitian dilakukan di Malaysia
2	Irvan Kurniawan,	Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Skala	Kompetensi wirausaha, skala usaha dan saluran	kompetensi kewirausahaan	Memiliki 4 variabel

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Syamsu Hadi, Wijang Sakitri ISSN: 2502-356X	Usaha dan Saluran Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha	pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan pada keberhasilan usaha	dan keberhasilan usaha	
3	Ilham Kudratul Alam, Joni Efendi ISSN: 2541-6006	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha UKM Kuliner di Wilayah Darmaga Bogor	Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha	Menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha	Memiliki 4 variabel
4	Novita Ekasari, Nurhanasah ISSN: 2580-2305	Pengaruh Lokasi Usaha dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kawasan Wisata Gentala Arasy Kota Jambi	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha adalah variabel lokasi	Menggunakan variabel keberhasilan usaha	Tidak ada variabel lokasi usaha dan kreativitas
5	Laela Aprilianti, M.Zainal Abidin ISSN: 2580-9695	Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Fotocopy di Kecamatan Banjarmasin Utara	Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha diterima	Menggunakan variabel keberhasilan usaha	Memiliki 4 variabel
6	Sulaiman Sajilan, Shehnaz Tehsen ISSN: 2304-1013	Orientasi Budaya, Kompetensi Kewirausahaan dan Kesuksesan Bisnis UKM: Peran Kontigen Turbulensi Lingkungan dan Kompetensi Jaringan	Hasil penelitian menunjukkan kontribusi penting dari lingkungan bisnis sebagai moderator untuk meningkatkan hubungan antara kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan bisnis	Menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha	Tidak ada orientasi budaya

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
7	F.B.Tende,S.D. Achebelema,O. Jude,U.D. Anyakie ISSN: 2395-7220	Prasayat Kompetensi Wirausaha: Jebakan, Peluang dan Keberhasilan Usaha Kecil di Sektor Jasa Makanan Nigeria	Hasil menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan bisnis jasa makanan	Menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha	Memiliki 4 variabel
8	Angga Wibowo Gultom ISSN: 2798-4397	Karakteristik Kewirausahaan, Lokasi Usaha dan Kompetensi Terhadap Keberhasilan Usaha Bengkel	Hasil menunjukkan bahwa lokasi usaha dan kemampuan kompetensi menjadi variabel yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha	Menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha	Menggunakan 4 variabel
9	Alkusani, Rida Ilmafa'ati ISSN: 2721-6675	Pengaruh Kewirausahaan, Kreativitas dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha	Hasil penelitian menyatakan lokasi bisnis berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, semakin strategis lokasi kulinernya semakin tinggi keberhasilan bisnisnya	Menggunakan variabel keberhasilan usaha	Menggunakan 4 variabel
10	Shehnaz Tehseen,T. Ramayah ISSN: 2039-2117	Kompetensi Kewirausahaan dan Keberhasilan Bisnis UKM: Peran Kontigen Integrasi Eksternal	Hasil menunjukkan kerangka konseptual mengenai pentingnya kompetensi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha	Menggunakan variabel kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha	Memiliki variabel moderat

2.2 Kerangka Pemikiran

Banyaknya para pelaku usaha yang berlomba-lomba dalam dunia bisnis. Hal ini ditunjang dengan jaman yang semakin berkembang dan itu menjadi kesempatan para pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya hingga mencapai keberhasilan yang dituju. Untuk mencapai keberhasilan usaha ada beberapa faktor yang bisa mendukung keberhasilan usaha, beberapa faktor tersebut yang harus diketahui oleh para pelaku usaha diantaranya adalah kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk. Kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk sangat berpengaruh bagi pelaku usaha yang ingin mencapai keberhasilan.

Para pelaku usaha harus mempertimbangkan segala risiko yang akan datang agar bisa mengatasi semuanya dengan baik. Seorang pelaku usaha harus memiliki pengetahuan yang luas tentang berwirausaha, karena dalam kegiatan usaha akan banyak menemukan hambatan dan rintangan, maka seorang pelaku usaha harus berbekal ilmu yang memadai sebelum membuka usaha, yang dimaksudkan agar bisa maksimal dalam mencapai keberhasilan usaha.

Tak hanya itu inovasi produk pun merupakan faktor penentu keberhasilan usaha. Inovasi lebih dari sekedar ide yang baik. Suatu gagasan murni memegang peranan penting, dan pikiran yang kreatif dalam mengembangkannya menjadi gagasan berharga. Pelaku usaha saat ini harus menciptakan inovasi baru pada produk untuk meraih dalam keberhasilan suatu usahanya.

Untuk mencapai keberhasilan usaha, para pelaku usaha dituntut untuk mengetahui pengetahuan akan dunia bisnis yang dijalani, agar tidak salah dalam mengambil keputusan yang akan diambil. Oleh karena itu, untuk mencapai

keberhasilan usaha para pelaku usaha harus memperhatikan faktor-faktor terpenting disaat akan membuka usaha, agar bisa tercapainya keberhasilan usaha yang maksimal diantaranya yaitu kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk, maka perlu adanya peningkatan akan kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk untuk para pelaku usaha dalam membuka bisnisnya.

Kompetensi kewirausahaan merupakan kunci dari adanya keberhasilan usaha itu sendiri, hal tersebut dilakukan oleh pelaku usaha melalui adanya pemahaman serta pengalaman untuk memberikan suatu keputusan terhadap kondisi yang terjadi., dengan memperhatikan capaian yang terjadi dengan tidak adanya rasa kepuasan dalam melakukan suatu usaha, hal tersebut akan saling berkaitan erat, dapat dikatakan bahwa pelaku usaha tanpa adanya kompetensi kewirausahaan tidak mampu berjalan dengan baik dan bertahan lama, melalui tidak adanya keseimbangan perencanaan yang sudah dilakukan tidak dapat berjalan dengan baik.

2.2.1 Hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan (X) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Menurut Vijaya dkk. (2015) Umeze dan Ohen (2015), dan Castellanos, Merino, dan Zambrano (2011) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan usaha. Kompetensi kewirausahaan yang kuat yang ditunjukkan oleh wirausahawan akan membawa keberhasilan usaha yang lebih baik dalam hal pertumbuhan bisnis, kinerja penjualan, pendapatan, pangsa pasar, laba atas investasi, kualitas produk dan kepuasan diri.

Menurut Rifa'I Suprihatin & Agustin (2019) menjelaskan hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada pedagang nasi goreng keliling di wilayah kelurahan Tlogomas Kota Malang. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa wirausaha yang sukses pada umumnya mereka yang memiliki kompetensi, kompetensi akan berpengaruh pada kinerja yang merupakan tujuan yang ingin dicapainya dalam hal keberhasilan usaha.

2.2.2 Hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan (X) terhadap Inovasi Produk (Z)

Menurut Bird (1995) mendefinisikan kompetensi kewirausahaan merupakan karakteristik yang dimiliki wirausaha seperti pengetahuan tertentu, motif, ciri-ciri, self image, peran sosial dan keterampilan yang menghasilkan kelahiran, bertahan hidup, dan bertumbuh. Kompetensi kewirausahaan akan membuat seorang wirausaha mampu memunculkan ide-ide baru di dalam bisnis. Ide-ide baru tersebut akan dapat direalisasikan dalam bentuk produk atau jasa yang baru. Kompetensi akan mampu meningkatkan suksesnya inovasi produk. Karakteristik dan keterampilan yang dimiliki seorang wirausahalah yang memampunya untuk berinovasi.

2.2.3 Hubungan antara Inovasi Produk (Z) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Menurut Bamburger dan Meshoulam (2000) inovasi produk adalah salah satu unsur penting pendukung keberhasilan usaha, karena maju mundurnya suatu usaha terletak ditangan manajer, jika manajer mampu mengambil keputusan dan

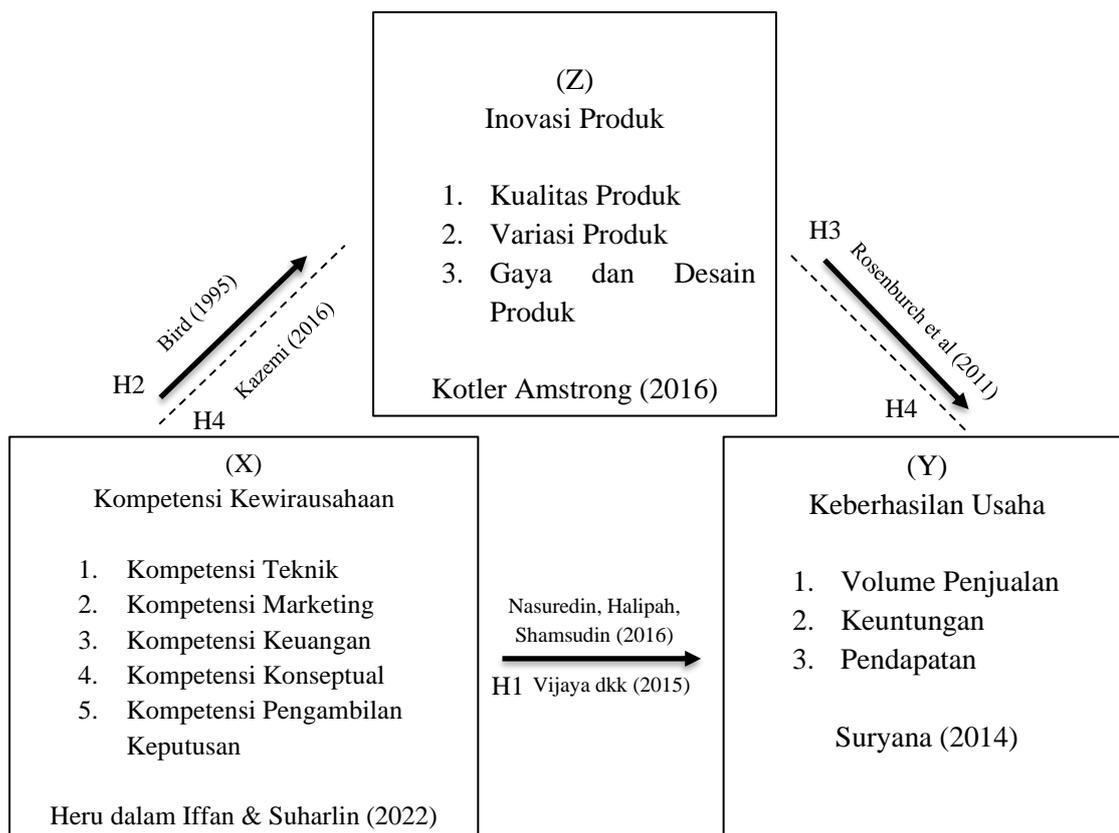
kebijakan yang benar dalam menjalankan usahanya maka usaha itu mempunyai peluang yang besar untuk maju dan berkembang, tapi jika manajer mengambil keputusan dan kebijakan yang salah maka kemungkinan besar pula usaha itu akan mengalami kemunduran atau bahkan mengalami kebangkrutan.

Menurut Trustorini (2017:38) inovasi produk atau proses memberikan sesuatu yang unik atau khas pada suatu produk, yang mungkin sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh perusahaan, tentu dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Inovasi diterima sebagai suatu kebutuhan, dan merupakan sumber daya penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan, serta untuk memastikan keberhasilan UKM dalam jangka Panjang (Murjan, 2012; Rosenburch et al., 2011).

2.2.4 Hubungan Kompetensi Kewirausahaan (X) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y) Melalui Inovasi Produk (Z)

Menurut Nasuredin, Halipah, dan Shamsudin (2016) bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada UMKM. Menurut Rosenbusch dkk (2011) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dan keberhasilan usaha. Inovasi berguna karena manfaatnya melebihi biaya sumber daya untuk menerapkannya (Niera et al., 2009), dan Kazemi et al. (2016) menemukan adanya pengaruh positif yang signifikan antara inovasi dan kompetensi kewirausahaan.

Contoh Paradigma Penelitian :



Gambar 2. 1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Berdasarkan indikator penelitian dan tujuan penelitian yang telah ditentukan, berikut adalah contoh hipotesis untuk penelitian ini:

H1: Diduga terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha.

H2: Diduga terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk.

H3: Diduga terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha.

H4: Diduga terdapat pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha melalui Inovasi Produk.