BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Jiwa Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:27) "kewirausahaan adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul."

Menurut Trustorini Handayani (2013:35) "*Entrepreneur* merupakan tindakan seseorang yang berani menanggung resiko sebuah bisnis, adanya pertumbuhan bisnis, hasilnya akan meningkatkan kapitalisasi perusahaan."

Menurut Supartha (2005) dalam Ni Wayan Purnami et al (2015:137) mengatakan bahwa "kewirausahaan adalah orang yang mempunyai sifat kewirausahaan, yakni kemampuan seseorang untuk melihat peluang-peluang bisnis, mengelola, dan memanfaatkannya (kreatif), dengan gagasan-gagasan yang senantiasa baru (inovatif), serta melembagakan dalam suatu perusahaan miliknya dengan resiko yang telah diperhitungkan untuk mencapai nilai tambah dan kesejahteraan."

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) dalam Trustorini Handayani (2017:42) mengatakan bahwa "wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan

meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul."

Sedangkan menurut Danajaya (2014:134) "Dalam diri seorang wirausahawan terdapat beberapa sifat atau jiwa yang khas. Sifat-sifat tersebut mampu mengantarkan keberhasilan dalam mengelola perusahaan, dan sifat-sifat itu pula dapat menentukan kadar kewirausahaan seseorang."

Menurut Robert Hisrich (1985) dalam Prof. Dr. H. Buchari Alma (2010:23) "Wirausaha adalah merupakan proses menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengabdikan seluruh waktu dan tenaganya disertai dengan menanggung risiko keuangan, kejiwaan, sosial dan menerima balas jasa dalam bentuk uang dan kepuasan pribadinya."

Menurut teori perilaku Fadiati (2011) dalam jurnal Ahmad Ali Masykuri (2012:34), "menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan seseorang adalah hasil dari sebuah kerja yang bertumpu pada konsep dan teori bukan karena sifat kepribadian seseorang atau berdasarkan intuisi."

Begitu pula dengan Leland E. Hinsie (2013:39), dalam jurnal yang sama dengan Fadiati, adalah *"Character is defined as the pattern oh behavior characteristic for a given individual"*. Sifat-sifat watak dapat disampaikan dengan sifat dan perilaku. Perilaku kewirausahaan yaitu, aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatan dari seorang wirausaha yang diantaranya dibina oleh beberapa ciri utama nya yaitu percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorsinilan, dan berorientasi ke masa depan.

Berdasarkan paparan ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan seseorang yang memiliki sifat mandiri, percaya diri, berani mengambil resiko terhadap ancaman yang datang serta mampu untuk mengambil tindakan agar kegiatan usaha dapat berjalan secara baik.

2.1.1.2 Pengertian Jiwa Kewirausahaan

Menurut Susi Sulastri (2017:39) "Jiwa Kewirausahaan adalah jiwa yang mampu menciptakan nilai tambah dari keterbatasan dalam upaya menciptakan nilai tambah, dengan menangkap peluang bisnis dan mengelola sumber daya untuk mewujudkannya."

Suryana (2014:10) mengatakan bahwa "Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, pada setiap orang yang meyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan."

Jiwa kewirausahaan menurut Nurcholis Madjid dalam Ramdhani (2014:2) adalah "etos yang mengarah adanya keyakinan yang kuat akan harga atau nilai sesuatu yang menjadi bidang kegiatan usaha atau bisnis".

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat disimpulkan Jiwa Kewirausahaan adalah para pelaku usaha yang bersifat kreatif dan inovatif yang mampu memanfaatkan peluang dan berani mengambil risiko untuk mengembangkan usahanya dan mewujudkan keinginannya dimasa yang akan datang.

2.1.1.3 Faktor-Faktor Jiwa Kewirausahaan

Seorang wirausahawan tentunya harus memiliki karakter tentunya ada faktor – faktor yang harus ada pada diri seorang *Entrepreneur* agar mampu menjadi

wirausahawan yang handal dimasa yang akan datang. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:35) Mengungkapkan ada 4 faktor pada *Entrepreneur* :

1. *The Creativity*

   Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata namun juga audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.

2. *The Commitmen*

   Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada.

3. *The Risk*

   Siapa yang menghadapi resiko yang mungkin timbul, baik resiko keuangan, fisik dan resiko social.

4. *The Reward*

   Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti kebebasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

Kewirausahaan tidak ditujukan bagi orang–orang yang suka memilih keadaan atau takut untuk menerima kegagalan. Tips bagi pengusaha yang potensial:

1. Bekerja dengan orang lain, dan pelajari bagaimana mereka mendapatkan
2. Riset pasar anda, tetapi jangan dilakukan dalam jangka waktu lama
3. Mulailah usaha anda ketika anda telah memiliki pelanggan sebagai permulaan, jadikan usaha anda sebagai usaha sampingan dahulu.

4. Susun suatu tujuan spesifik tetapi jangan terlalu tinggi karena dalam memulai usaha, aspek yang paling tersita adalah aspek keuangan anda.
5. Rencanakan beberapa tujuan anda dalam time schedule
6. Biasakan diri anda bergaul dengan orang yang lebih pintar, misalnya seorang akuntan atau direktur yang tertarik dengan usaha anda dan bisa memberi jawaban pertanyaan anda seputar usaha yang dilakukan.
7. Jangan takut gagal. Pengusaha baru harus siap kehabisan waktu beberapa waktu sebelummereka berhasil

2.1.1.4 Ciri-ciri Jiwa Kewirausahaan

Menurut M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:6) dalam Suryana (2017:23) terdapat beberapa ciri-ciri karakteristik kewirausahaan yaitu :

1. Rasa tanggung jawab, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen.
2. Memilih risiko yang moderat, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri, yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.
4. Menghendaki umpan balik segera, yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera, ingin cepat berhasil.
5. Semangat dan kerja keras, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.

6. Berorientasi ke depan, yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. Memiliki keterampilan berorganisasi, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Menghargai prestasi, yaitu lebih menghargai prestasi dari pada uang.

2.1.1.5 Indikator Jiwa Kewirausahaaan

Dari hasil penelitian terdahulu hasil penelitian dari Yohanes Rante (2011:140) menyebutkan indikator jiwa kewirausahaan adalah sebagai berikut :

1. Kemauan/daya juang
2. Disiplin
3. Kerja keras
4. Jujur
5. Tekun
6. Ulet
7. Komunikatif
8. Berani mengambil risiko
9. Jeli
10. Inovatif

Sedangkan Menurut hasil penelitian Suryana (2017:22) bahwa ada lima indikator dalam jiwa kewirausahaan, yaitu :

1. Penuh Percaya Diri

Penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan. Oleh sebab itu, orang yang memiliki kepercayaan diri selalu memiliki nilai keyakinan terhadap sesuatu. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuan untuk mencapai keberhasilan.

2. Memiliki Inisiatif

   Penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif. Artinya selalu ingin mencari dan memulai, untuk memulai diperlukan niat dan tekad yang kuat. Prilaku inisiatif biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman selama bertahuntahun, dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berfikir kritis.

3. Motif berprestasi

   Orientasi pada hasil dan wawasan ke depan. Orientasi pada hasil artinya orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada keberhasilan, ketekunan dan ketabahan. Nilai dan prestasi merupakan hal yang membedakan dengan orang lain yang tidak memiliki jiwa berwirausaha. Sedangkan Berorientasi ke masa depan artinya orang yang memiliki perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena memiliki padangan yang jauh ke masa depan, ia selalu berusaha dan berkarya. Kuncinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan yang sudah ada saat ini.

4. Memiliki jiwa kepemimpin

Berani tampil beda, dapat dipercaya dan Tangguh dalam bertindak. Kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausaha yang sukses. Seseorang yang takut untuk tampil memimpin dan selalu melempar tanggung jawab kepada orang lain akan sulit meraih kesuksesan dalam berwirausaha. Tidak dapat dipercaya, minder yang berlebihan, takut salah dan merasa rendah diri adalah sifat-sifat yang harus ditinggalkan apabila ingin meraih kesuksesan dalam wirausaha.

5. Berani mengambil resiko

   Mengambil resiko dengan penuh perhitungan. Menjadi wirausahawan harus selalu berani menghadapi risiko. Semakin besar risiko yang dihadapinya, maka semakin besar pula kemungkinan dan kesempatan untuk meraih keuntungan yang lebih besar. Sebaliknya, semakin kurang berani menghadapi risiko, maka kemungkinan keberhasilan juga sedikit. Risiko ini sudah diperhitungkan terlebih dahulu. Berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan kunci awal dalam berusaha karena hasil yang akan dicapai akan proposional dengan risiko yang akan diambil. Risiko yang diperhitungkan dengan baik akan lebih banyak memberikan kemungkinan keberhasilan lebih tinggi.

2.1.2 Lokasi Usaha

2.1.2.1 Pengertian Lokasi Usaha

Untuk menjalankan kegiatan usaha diperlukan tempat usaha yang dikenal dengan lokasi. “Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih

sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis." Berman & Evans dalam jurnal Hendra Fure (2013:276). Sedangkan menurut Fathoni (2016:22) "Salah satunya penentu dalam bisnis adalah menentukan lokasi tempat untuk bisnis. Lokasi usaha yang nyaman, aman, bersih, ramai, dan mudah di jangkau merupakan beberapa kriteria lokasi yang diminati oleh banyak konsumen".

Lokasi yang memiliki kriteria yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah lokasi yang dapat menjawab sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi perekonomian. "Lokasi berpengaruh terhadap dimensi – dimensi stratejik, seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan, dan fokus stratejik." Fitzsimmons (1994) dalam Ramdhani (2014:3).

Menurut Sihombing (2014:72) "Lokasi merupakan salah satu elemen yang terkandung dalam retail mix. Dalam bisnis retail, lokasi merupakan elemen penting dalam membangun strategi bisnis sejak lama". Hal tersebut terjadi karena beberapa faktor antara lain:

1. Keputusan dalam pemilihan lokasi bagi konsumen berhubungan besar dengan aksesbilitas dari lokasi ritel menurut model interaksi spasial yang menunjukan hubungan antara persepsi konsumen tentang utilitas dan karakteristik tujuan Forteringham dan O'Kelly, (1989) dalam Sihombing (2014:72).
2. Retailer mungkin dapat mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui strategi lokasi. Levy dan Weitz (2006) dalam Sihombing (2014:72).

Menurut Foster (2008:51) dalam Sihombing (2014:72), “lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang”. Sedangkan menurut Kotler (2004:446) dalam Sihombing (2014:72) “Retailing are accustomed to saying that the three keys to success are location, location, and location”.

Menurut Davidson (1988:234) dalam Rukismono (2013:54), mengatakan bahwa “bila semua faktor mempunyai nilai yang hampir sama dalam pemutusan pemilihan toko, pada umumnya konsumen akan memilih toko yang paling dekat, karena hal tersebut dapat memberikan kenyamanan yang lebih bagi konsumen dalam hal waktu, dan tenaga”.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa, Lokasi usaha memudahkan para pelaku usaha untuk menarik konsumen lebih banyak, dengan kata lain usaha yang memiliki lokasi usaha yang baik, akan lebih sukses dibandingkan dengan usaha yang tidak memiliki lokasi usaha yang baik.

2.1.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Sebuah Lokasi

Menurut Martinus Rukismono & AM. Chandra Gunawan (2013:55) Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi antara lain:

1. lingkungan masyarakat,
2. ketersediaan sumber alam,
3. tenaga kerja,
4. kedekatan dengan pasar,
5. ketersediaan transportasi,
6. pembangkit tenaga serta

7. ketersediaan tanah untuk perluasan usaha.

Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat di suatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif didirikannya suatu tempat usaha di daerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha di daerah tersebut. "Tingkat kepadatan penduduk dan karakteristik masyarakat menjadi faktor penting dalam mempertimbangkan lokasi usaha. Basis perekonomian yang tersedia seperti: potensi pertumbuhan, industri daerah setempat, fasilitas keuanga dan fluktuasi karena faktor musiman di daerah sekitar harus diperhatikan juga dalam pemilihan lokasi usaha." Harding (1978) dalam Fu'ad (2015:59).

Menurut Utami (2010:145) dalam Rukismono (2013:55), masalah - masalah yang membuat suatu lokasi tertentu memiliki daya tarik secara spesifik, yaitu aksesibilitas dan keuntungan secara lokasi sebagai pusatnya:

1. Aksesibilitas

   Adalah suatu kemudahan bagi konsumen untuk datang atau masuk dan keluar dari lokasi tersebut. Analisis ini memiliki dua tahap yaitu:

   a. Analisis makro, untuk menaksir aksesibilitas lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola - pola jalan, kondisi jalan dan halangan - halangan.
   b. Analisis mikro, berkonsentrasi pada masalah sekitar lokasi, seperti visibilitas, arus lalu lintas, parkir, keramaian, dan jalan masuk atau jalan keluar.

2. Keuntungan secara lokasi dalam sebuah pusat

   Lokasi yang lebih baik memerlukan biaya yang lebih ritel harus mempertimbangkan kepentingan mereka. Pada dasarnya konsumen ingin berbelanja dimana mereka menemukan sejumlah variasi barang dagangan yang lengkap.

2.1.2.3 Indikator Lokasi

Lokasi menjadi faktor keberhasilan usahan, oleh sebab itu lokasi menjadi salah satu penentu dalam menjalankan maupun mengawali usaha. Menurut Berman & Evans (2006:113) dalam Fure (20013:276), indikator dari lokasi adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan lahan parkir.

   Yaitu lokasi yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Dengan tersedianya lahan parkir akan memudahkan konsumen maupun kegiatan usaha baik tempat kendaran usaha tempat angkut muat.

2. Memiliki tempat yang cukup luas.

   Yaitu lokasi atau tempat yang dapat menjadi tempat melayani konsumen, aktivitas produksi, aktivitas penyimpanan. Dengan tempat yang luas akan memudahkan untuk pembuatan maupun penataan produk yang dijual.

3. Lokasi pasar dilalui banyak alat trasportasi.

   Misalnya lokasi yang dilalui atau mudah di jangkau sarana transfortasi umum. Dengan banyaknya transportasi umum yang melintas akan memudahkan konsumen untuk datang ke tempat usaha.

4. Lokasi yang strategis.

   Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

2.1.3 Keberhasilan Usaha

2.1.3.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Banyak konsep yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi dan manajemen modern tentang cara meraih keberhasilan usaha kecil dalam mempertahankan eksistensinya secara dinamis. Pandangan Michael P.Porter dalam Suryana (2014:236) "Perusahaan akan mencapai keberhasilan usaha secara berkesinambungan dengan menerapkan strategi generik, yaitu strategi yang menekankan keunggulan biaya rendah, diferensiasi dan fokus."

Menurut Gary Hamel dalam Suryana (2014:237) "Perusahaan yang menekankan strategi yang berfokus pada pengembangan kompetensi inti, pengetahuan dan keunikan aset tidak berwujud untuk menciptakan keunggulan dalam membentuk dan mencapai keberhasilan usaha."

Menurut David C. McClelland dalam Suryana (2014:109) "Menambahkan bahwa Keberhassilan perusahaan untuk menjaga usianya ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan atau keberhasilan." Keberhasilan wirausahawan ditentukan oleh perilaku kewirausahaan. Faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan itu sendiri adalah faktor internal dan eksternal. Faktor-faktor internal meliputi, hak kepemilikan (Property right), kemampuan/kompetensi (Competency/ability), dan Insentif (Incentive), sedangkan faktor eksternal meliputi, Lingkungan (Environment).

Secara spesifik, ahli lain di antaranya Burns dalam Suryana (2014:237) "Perusahaan kecil yang berhasil take off mempunyai usaha-usaha khusus yang diarahkan untuk kelangsungan hidup, konsolidasi, pengendalian, perencanaan dan harapan". Dalam tahapan ini diperlukan penguasaan manajemen, yaitu dengan mengubah pemilik sebagai pengusaha yang merekrut tenaga yang diberi wewenang secara jelas. Beberapa penguasaan manajemen meliputi hal-hal berikut:

1. Dalam bidang pemasaran, harus mengubah dari mendapatkan konsumen menjadi situasi peningkatan persaingan.
2. Dalam bidang keuangan, dari tahap cash flow berubah menjadi tahap memperketat pengendalian keuangan, meningkatkan laba, dan mengendalikan biaya.
3. Dalam bidang pendanaan, dalam tahap take off, usaha kecil harus sudah menerapkan sistem ventura bersama.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas yang mengemukakan tentang keberhasilan usaha, penulis telah dapat menyimpulkan bahwa keberhasilan usaha merupakan pencapaian dari sebuah perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian, sebuah organisasi harus melakukan usaha-usaha dengan memiliki kompetisi khusus, kemampuan internal, kompetensi inti, kreativitas dan keinovasian, fokus strategi.

2.1.3.2 Faktor Keberhasilan usaha

Untuk menjaga usia perusahaan hidup lebih lama dan mencapai sebuah keberhasilan dalam mengelola sebuah usaha tentunya harus ada strategi yang digunakan terutama dalam menghadapi persaingan yang ada. Setiap wirausaha tentunya menginginkan harapan usia perusahaannya yang panjang, pencapaian

keberhasilan dan kelancaran dalam mengelola usaha sehingga orientasi pada hasil bisa tercapai dengan maksimal.

Adapun faktor pendorong keberhasilan usaha dalam menunjang usia perusahaan yang dikemukakan oleh Dun Steinhoff dalam Suryana (2014:108 109), keberhasilan usaha ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak mempunyai kemampuan, keduanya tidak akan bisa menjadi wirausaha yang sukses. Sebaliknya orang yang memiliki kemauan dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses dan dapat mengembangkan usahanya dengan berdampak pada usia perusahaanya
2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, etapi 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. 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.

Peggy Lambing dan Charles R. Kuehl dalam Suryana (2014:118-121), mengemukakan bahwa keberhasilan usaha dalam mempertahankan usia perusahaan tentunya harus berorientassi pada pengembangan ide dan menciptakannya menjadi

sebuah peluang, adapun proses dalam mengembangkan ide dalam mencapai keberhasilan usaha, sebagai berikut:

1. Mengenal suatu kebutuhan pasar, sangat penting bagi perusahaan dalam mengmbangkan produk dan jasa atau perlu tambahan kegunaan produk dan jasa tersebut.
2. Memperbaiki produk yang sudah ada, sangat diperlukan dengan mengidentifikasi produk-produk mana yang tidak mengalami perubahan, serta mengembangkan perubahan yang diperlukan.
3. Kombinasikan industri-industri, yaitu dengan mengombinasikan beberapa industri yang saling mendukung.
4. Memahami kecenderungan yang akan dihadapi, dengan berubahnya lingkungan demografi seperti usia dan pola-pola kehidupannya, maka harus disesuaikan dengan perubahan tersebut.
5. Peduli terhadap segala sesuatu, selalu responsif dengan segala aktivitas yang ada disekitar kita.
6. Mempertanyakan asumsi-asumsi, menganalisa hal-hal yang mungkin akan terjadi pada konsumen dengan mencari tahu keinginan apa saja yang mereka inginkan.
7. Pemberian nama pada produk dan mengembangkannya, hasil akhir dari pengembangan ide adalah terciptanya sebuah produk yang siap untuk dipasarkan serta dengan pengembangan yang terus berjalan guna menciptakan keberhasilan usaha.

Agar ide-ide potensial menjadi peluang bisnis yang nyata, maka harus bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang secara terus-menerus. Proses penjaringan ide atau disebbut screening merupakan suatu cara terbaik untuk menuangkan ide potensial menjadi produk dan jasa yang nyata. Menurut Suryana (2014:243) adapun langkah dalam penjaringan ide dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Menciptakan produk baru dan berbeda

   Setelah terciptanya sebuah ide maka harus dituangkan kedalam bentuk nyata yaitu sebuah produk, produk tersebut harus mempunyai keorisinilan dan berbeda dengan prosuk yang sudah ada serta mempunyai nilai bagi konsumennya.

2. Mengamati pintu peluang

   Wirausahawan harus mengamati potensi-potensi yang dimiliki pesaing, misalnya kemungkinan pesaing mengembangkan produk baru, pengalaman keberhasilan dalam mengembangkan produk baru, dukungan keuangan.

3. Analisis produk dan proses produksi secara mendalam

   Analisis ini sangat penting untuk menjamin apakah jumlah dan kualitas produk yang dihasilkan memadai atau tidak, berapa biaya untuk membuat produk tersebut dan apakah biaya yang dikeluarkan tersebut lebih efisien daripada biaya yang dikeluarkan oleh pesaing.

4. Menaksir biaya awal

   Menyangkut biaya awal yang diperlukan oleh usaha baru, dari mana sumber dan untuk apa digunakannya, berapa yang diperlukan untuk operasi, perluasan dan biaya lainnya.

5. Memperhitungkan risiko yang mungkin terjadi

   Risiko yang mungkin terjadi diantaranya adalah risiko teknik yang berhubungan dengan proses pengembangan produk, risiko finansial yang timbul karena ketidak cukupan finansial dan risiko pesaing adalah kemampuan dan kesediaan pesaing mempertahankan posisinya di pasar.

Berdasarkan faktor keberhasilan usaha yang menunjang dalam menjaga usia perusahaan, bahwa untuk menciptakan usia perusahaan yang berjangka waktu lama dibutuhkan strategi untuk menunjang pencapaian hal tersebut, diantarannya adalah pengembangan ide dan menerapkannya sebagai peluang. Ide dapat menjadi peluang apabila wirausahawan bersedia melakukan evaluasi terhadap peluang peluang secara terus-menerus melalui proses penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda.

2.1.3.3 Proses Tercapainya Keberhasilan Usaha

Keinginan mencapai sebuah tujuan yang telah direncanakan merupakan sebuah hal wajar bagi pelaku bisnis bahkan dapat dikatakan sebuah kewajiban bagi siapa saja yang bergelut dalam dunia usaha. Hal tersebut tentunya tidak secara langsung dapat tercapai, ada beberapa langkah yang harus dilaksanakan oleh para pelaku bisnis. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Porter dalam Suryana (2014:245) dengan menggagas teori *"Dynamic Theory of Strategy"* yang menjelaskan proses tercapainya sebuah keberhasilan usaha, adalah sebagai berikut:

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi yang terkuat di pasar.

2. Tujuan dan kebijaksanaan tersebut ditumbuhkan berdasarkan pada kekuatan perusahaan serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perbahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.
3. Memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan reputasi merek dan biaya produksi yang rendah.

Proses khusus ini harus dikembangkan terus secara dinamis. Bila kompetensi khusus ini tidak diubah, tingkat keuntungan perusahaan bisa menurun. Pada intinya perusahaan harus menciptakan daya saing khusus untuk memperkuat posisi tawar-menawar dalam persaingan, dan utuk menampung tuntutan persaingan di pasar. Selaras dengan Porter, Mintzberg dalam Suryana (2014:245) dalam teori *"Design School"* perusahaan harus mendesain strategi perusahaan yang cocok antara peluang dan ancaman eksternal dengan kemampuan internal yang memadai dan berpedoman kepada pilihan alternatif dari grand strategy, kemudian didukung dengan menumbuhkan kapabilitas inti yang merupakan kompetensi khusus dari pengelolaan sumber daya perusahaan.

Berdasarkan proses tercapainya keberhasilan usaha menurut para ahli di atas, bahwa suatu perusahaan dapat mencapai keberhasilan bila dapat melalui tiga proses. Pertama, tujuan perusahaan dan kebijaksanaan fungsi-fungsi manajemen seperti produksi dan pemasaran harus memiliki posisi yang kuat di pasar. Kedua, tujuan dan kebijaksanaan tersebut ditumbuhkan berdasarkan pada kekuatan perusahaan serta diperbarui secara dinamis.

Ketiga, perusahaan harus memiliki dan mengeksploitasi kompetisi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan.

2.1.3.4 Indikator Keberhasilan Usaha

Dimensi dan indikator meruakan hal yang sangat penting dalam penelitian, dimana komponen-komponen untuk mengukur perusahaan yang telah mencapai keberhasilan dalam berwirausaha. Berikut adalah dimensi-dimensi dari keberhasilan usaha menurut Suryana (2014:108). Dimensi dan indikator dalam mengukur keberhasilan usaha dapat diukur melalui:

1. Modal, indikatornya:
    a. Aset
    b. Modal produksi
2. Output produksi, indikatornya:
    a. Target produksi
    b. Jumlah produksi
3. Volume penjualan, indikatornya:
    a. Target penjualan
    b. Jumlah produk yang terjual
4. Pendapatan, indikatornya:
    a. Target omset
    b. Pencapaian omset

Berdasarkan dimensi dan indikator di atas, bahwa untuk mencapai suatu keberhasilan dalam melakukan kegiatan usaha dapat melihat dari beberapa indikator diantaranya modal, output produksi, volume penjualan dan pendapatan

yang disesuaikan dan diselaraskan dengan kemampuan perusahaan untuk mengolahnya, supaya mempunyai dampak positif terhadap usaha yang sedang dijalankan dimana keberhasilan usaha akan terealisasi.

Menurut Andreas (2011) dalam Ulfah (2015:165), indikator dari keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Hasil cukup memenuhi kebutuhan rumah tangga.
2. Usaha bisa tetap bertahan.
3. Kesejahteraan karyawan terpenuhi.
4. Dapat berkembang.

Keberhasilan usaha akan sangat bergantung pada bagian suatu usaha biasa berkembang.salah satu indicator untuk menggukur keberhasilan suatu usaha yang paling mudah untuk diamati adalah laba yang diperoleh penggusah, menurut Suryana (2006) dalam Albert Wijaya (2010:168) "Menyatakan bahwa laba usaha perusaaahan masih merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu prusahaan dikatakan sangat penting karena jika perusahaan tidak memperoleh laba maka perusahaann tidak dapat memberikan manfaat bagi stakeholder yang berarti tidak bisa meningkatkan gaji, tidak bisa memberikan deviden kepada pemegang saham, tidak bisa memperluas usaha dan tidak bisa membayar pajak."

Berikut adalah dimensi-dimensi dari keberhasilan usaha menurut Suryana (2014) dalam Susi Sulastri (2017:41) dimensi dalam mengukur keberhasilan usaha dapat diukur melalui :

1. Modal

   Yaitu adanya peningkatan akan akumulasi modal

   a. Aset

   b. Modal Produksi

2. Output Produksi

   Yaitu adanya produk barang yang dihasilkan suatu usaha atau yang ingin dicapai dalam waktu tertentu.

   a. Target Produksi

   b. Jumlah Produksi

3. Volume Penjualan

   Yaitu hasil penjualan yang berhasil dicapai dalam suatu usaha

   a. Target Penjualan

   b. Jumlah Produk yang terjual

4. Pendapatan

   Yaitu pemasukan yang dihasilkan dari kegiatan usaha

   a. Target Omset

   b. Pencapaian Omset

2.1.3.5 Aspek Keberhasilan Usaha

Menurut Dun Steinhoff & John F. Burgess (1998) dalam Suryana (2017:108), mengunakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk mencapai pengmbangan dan keberhasilan berwirausaha sebagai berikut :

1. Untuk menjadi wirausahaan yang sukses, seseorang harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas serta kemauan dan keberanian untuk menghadapi risiko,

baik berupa waktu maupun uang. Apabila ada kesiapan dalam menggadapi risiko.

2. Apabila ingin sukses harus membuat perencanaan usaha, mengorganisasikan, dan menjalankannya. Agar usaha tersebut berhasil, selain harus bekerja keras sesuai dengan urgensinya, wirausahaan harus mampu mengembangkan hubungan, baik dengan mitra usaha maupun semua pihak yang terkait dengan kepentingan perusahaan.

Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab. Menurut Dun Steinhoff & John F. Burgess (1998) dalam Suryana (2017;109) berikut adalah menuju kewirausahaan yang sukses :

1. Memiliki visi dan tujuan usaha
2. Berani mengambil resiko waktu dan uang
3. Merencanakan, Mengorganisasikan dan menjalankan
4. Bekerja keras
5. Membangun hubungan dengan karyawan, pelanggan, pemasok
6. Bertanggung jawab atas kesuksesan dan kegagalan

Tidak dapat disangkal lagi bahwa dalam mencapai keberhasilan usaha ada factor-faktor yang mendorong keberhasilan tersebut dapat terwujud. Menurut Suryana (2013:79) ditentukan oleh tiga factor yaitu yang mencakup hal-hal berikut, yaitu :

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 wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang memiliki kemauan dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.
2. Tekad yang kaut 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. Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak ada peluang. Peluang ad ajika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

Selain keberhasilan, menurut Zimmerer (1996) dalam Suryana (2013:80) ada beberapa factor yang menyebabkan wirausahaan gagal dalam menjalankan usaha barunya, yaitu sebgai berikut :

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 maupun teknis, memvisualisasikan usaha, mengkoordinasikan, mengelola sumber daya manusia maupun mengintegrasikanoperasi usaha.
3. Kurang dapat mengendalikan keuangan. Faktor yang paling utama dalam keuangan dalah memelihara aliran kas, megatur pengeluaran dan pemasukan secara cermat.
4. Gagal dalam perencanaan. Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalan perencanaan, maka akan sulit dalam pelaksanaan.
5. Lokasi yang kurang memadai. Lokasi yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi yang tidak strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroprasi karena kurang efesiensi.
6. Kurangnya pengawasan peralatan. Pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas.
7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam usaha. Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang menjadi gagal.
8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/ transisi kewirausahaan. Wirausaha yang kurang siap meghadapai dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini dapat disajikan penelitian terdahulu. Penelitian-penelitian terdahulu ini disajikan dalam tabel 2.2 sebagai berikut.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Alfina Dewi Ratnasari (2017) eJurnal Administrasi Bisnis, 2017, 5(1) :122-124 ISSN : 2355-5408	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis *Online Sho*p Di Kota Samarinda	Pengalaman usaha, tingkat pendidikan dan tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha.	Menggunakan Keberhasilan Usaha sebagai variabel dependent yang sama	Penelitian menggunakan metode kualitatif
2	Susi Sulastri (2017) Jurnal DINAMIKA Vol. 3 No. 2 – Desember 2017 ISSN : 2460-3643	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Susu Kedelai Di Kecamatan Braja, Lampung Timur	Hasil penelitian menunjukan bahwa jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha susu kedelai di Lampung Timur.	Sama – sama menggunakan Jiwa Kewirausahaan sebagai variabel independen dan Keberhasilan Usaha sebagai variable dependent	Hanya menggunakan dua variabel
3	Eko Nur Fu'ad (2015) Media Ekonomi dan Manajemen Vol. 30 No. 1 Januari 2015 ISSN : 0854 - 1442	Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro Kecil di Komplek Centre Jepara	Penelitian ini membuktikan penentuan lokasi usaha mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.	Mengunakan variabel Lokasi Usaha sebagai variabel independent dan Keberhasilan Usaha sebagai variabel dependen	Hanya menggunakan dua variabel
4	Yogi Sugiarto Maulana (2018) Jurnal Ilmiah ADBIS Vol. 2 No. 2 Februari 2018 ISSN : 2528-3928	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT Sung Chang Indonesia Cabang Kota Banjar	Faktor penting yang menjadi penentuan Lokasi Usaha adalah peraturan pemerintah dan ketersediaan tenaga kerja. Pemilihan Lokasi usaha perlu diterapkan dengan baik oleh setiap pelaku usaha.	Sama – sama menggunakan Lokasi Usaha sebagai variabel.	Menggunakan Penelitian Kualitatif
5	Saiful Bukhori (2013) Jurnal Sainstek UNEJ, Vol. 1, 825 - 835	Identifikasi Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Tingkat Keberhasilan Usaha Minimarket Waralaba di Kabupaten Jember dengan Sistem Informasi Geografis	Penelitian ini menyatakan bahwa kedekatan Lokasi Usaha yang berpengaruh terhadap tingkat Keberhasilan Usaha	Menggunakan Lokasi sebagai variabel Independen dan Keberhasilan Usaha sebagai variabel dependen	Menggunakan Sistem Informasi Geografis

6	Syahrudin S (2017) Jurnal Ekonomi Manajemen Vol.7 / No. 1 / Juni 2017 / Tenggarong Seberang	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi terhadap Keberhasilan Usaha Kelapa Parut Ibu Maritha Di Tenggarong Seberang	Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi memiliki pengaruh yang cukup positif terhadap Keberhasilan Usaha	Menggunakan variabel Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha setra variabel Keberhasilan Usaha	Objek penelitian dilakukan di Tenggarong Seberang pada Usaha Kelapa Parut
7	Ane Kurniawati (2018) Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 4 No. 1, Mei 2018 ISSN : 2477 - 2275	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Kinerja Keuangan	Dalam penelitian ini membuktikan jiwa kewirausahaan dan kreativitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan.	Menggunakan variabel independent yang sama yaitu Jiwa Kewirausahaan	Penelitian menggunakan Kretivitas dan Kinerja Keuangan sebagai variabel
8	Danajaya, Suparta, Setaiawan AP (2014) Jurnal Manajemen Agribisnis Vol. 2, No. 2, ISSN : 2355 - 0759	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Manajemen Agribisnis terhadap Keberhasilan Gapoktan Simantri di Kabupaten Tabanan	Jiwa Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha	Menggunakan variabel independent (X1 serta dependen (Y) yang sama yaitu Jiwa Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha	Penelitian dilakukan di Kabupaten Tabanan dan objek penelitiannya adalah Keberhasilan Gapoktan
9	Jeffrey W. Alstete (2008) Journal of Small Business and Enterprise Development Vol.15 No.3 DOI : 10.1108	*Aspects of Entrepreneurial Success*	*work hard (7 percent); take the risk and plunge in directly (5 percent); have enough financial capital (4 percent); have patience and be optimistic (3 percent); and several others that were all 2 percent each: choose a good location, start the business part-time, have integrity, and hire good employees.*	Keberhasilan usaha dapat diraih dengan penentuan Lokasi yang baik serta Optimis dan Berani Mengambil Resiko yang menjadi indikator dari jiwa kewirausahaan dalam penelitian	Menggunakan variabel pembentukan bisnis dan manajemen pengetahuan
10	Li Shen (2012) Journal of Develpmental Entrepreneursh ip Vol. 17, No.4 DOI : 10.1142	*What Makes China's Investment Successful In Afrika: The Entrepreneurial Spirit And Behavior of Chinese Enterprises in Transitional Times*	*Through the case studies, analyze the distinctive entrepreneurial behaviors and characters of different types of Chinese firms with high entrepreneurial spirits in Africa during the transitional time. After*	Menggunakan variabel Jiwa Kewirausahaan	Objek penelitian pada perusahaan di china dan afrika

			comparing the various entrepreneurial behaviors		
11	M.A Islam, M. A Khan, Abu Zafar. (2011) International Journal of Business and Management Vol.6, No.3 March 211 ISSN : 1833-3850	*Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Entreprises (SMEs) in Bangladesh*	*The characteristic of entrepreneur is found to be a significant factor for business success of SMEs in Bangladesh. However the firm characteristics are found not to be significant factor on the business success of SMEs in Bangladesh.*	Menggunakan Keberhasilan Usaha dan Jiwa Kewirausahaan sebagai variabel	Penelitian pada usaha kecil menengah di Bangladesh

2.2 Kerangka Pemikiran

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. Seorang wirausahawan (entrerpreneurship) yang kreatif berhubungan dengan kemampuan dan keuletan untuk mengembangkan ide-ide baru dengan menggabungkan sumber-sumber daya yang dimiliki, dimana mereka selalu mengobservasi situasi dan problem-problem sebelumnya yang tidak atau kurang diperhatikan.

Seorang wirausahawan (entrepreneurship) harus mampu menjawab tantangan yang ada dimasyakarakat, mengerahkan seluruh upaya untuk ikut serta dalam memperbaiki pemasalahan yang muncul, serta mengabil tindakan yang dapat dinilai beresiko tetapi harus diperhitungkan secara baik-baik. Dalam memimpin suatu usaha diperlukan rasa untuk memimpin para pegawai agar kegiatan usaha dapa berjalan dengan baik. Karena mengingat peradaban sudah semakin maju dan persaingan dunia bisnis semakin ketat, maka dibutuhkan kemampuan dalam

mengelola suatu bisnis atau usaha. Indikator yang dipakai dalam jiwa kewirausahaan adalah penuh percaya diri, memiliki inisiatif, motif berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan, berani mengambil resiko.

Selain jiwa kewirausahaan juga perlu dipahami bahwa dalam melaksanakan bisnis kita harus memperhatikan Lokasi Usaha yang dimana faktor dari Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha ini sangat penting dalam melakukan kegiatan usaha Kuliner. Dalam usaha Nasi Jamblang diperlukan lahan yang luas untuk menciptakan kenyamanan konsumen yang datang. Lokasi yang strategis pun harus diperhatikan secara naik pada awal dimualinya kegiatan usaha, maksudnya lokasi harus mudah dijumpai oleh konsumen yang berada disekitar. Tempat usaha pun harus dapat dilalui kenadaraan pribadi maupun kendaraan umum dengan baik. Pemilihin untuk menggunakan bangunan permanen sangat dibutuhkan karena konsumen akan lebih tertarik untuk datang dibandingkan jika hanya berjaulan ditepi jalan (trotoar).

Setiap pengusaha bertujuan untuk mendapatkan laba dalam usahanya yang bertujuan untuk mendorong keberhasilan usaha, sehingga dapat memperbarui semangat dalam berusaha dan meningkatkan keberhasilan usaha perusahaan melalui jiwa kewirausahaa dan lokasi usaha. Untuk indikator yang dipakai penulis dalam lokasi usaha adalah ketersediaan lahan parkir, tempat yang luas, lokasi dilalui banyak transportasi, lokasi yang strategis.

Dari pemikiran di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jika kewirausahaan dan lokasi usaha adalah faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan atau usaha kecil menangah, guna mendukung

meningkatnya Keberhasilan usaha yang di jalani menuju kearah yang positif agar kesejahteraan keluarga maupun para pegawai dapat tercapai. Usaha pun harus tetap berjalan sebagaimana mestinya dan terus berkembang, jadi dapat dikatakan usaha menjadi lebih baik lagi. Indikator yang dipakai dalam keberhasilan usaha adalah hasil yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, usaha tetap bias bertahan, kesejahteraan keluarga terjamin, kesejahteraan karyawan terpenuhi, dapat berkembang.

2.2.1 Hubungan Antara Variabel

2.2.1.1 Hubungan Jiwa Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha

"Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul." Soegoto (2014:27).

Sedangkan menurut Ni Wayan Purnami Rusadi (2015:137) "Kewirausahaan adalah orang yang mempunyai sifat kewirausahaan, yakni kemampuan seorang untuk melihat peluang-peluang bisnis, mengelola, dan memanfaatkannya dengan gagasan-gagasan yang senantiasa baru,serta melembangakan suatu perusahaan miliknya dengan resiko yang telah diperhitungkan untuk mencapai nilai tambah dan kesejahteraan".

Penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dananjaya menyimpulkan "Jiwa kewirausahaan berpengaruh positif sangat signifikan terhadap keberhasilan usaha". Sifat tidak dapat diamati secara langsung tetapi dapat diamati dari tingkah lakunya. Dalam diri seorang wirausahawan terdapat beberapa

sifat atau jiwa yang khas. Sifat-sifat tersebut mampu mengantarkan keberhasilan dalam mengelola perusahaan.” Dananjaya (2014:134).

3.2.1.2 Hubungan Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha

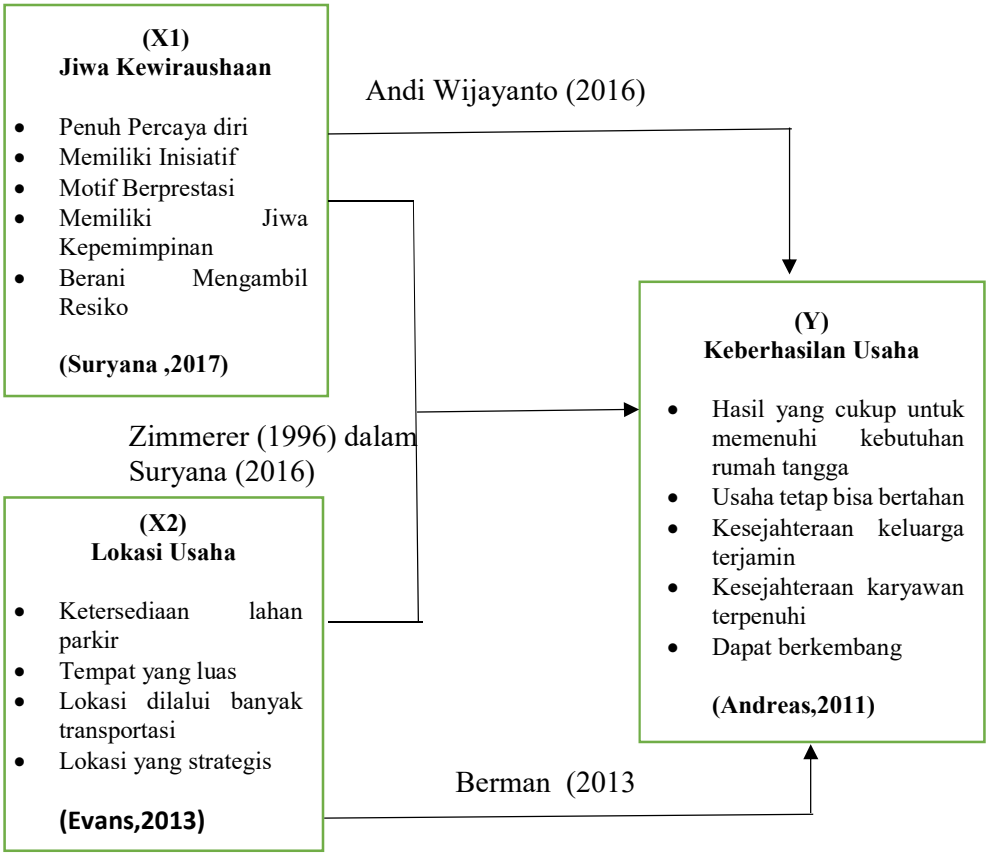
“Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran eceran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses” Berman &Evans (2006:113) dalam Fure (20013:276). Sedangkan menurut Foster (2008:51) dalam Sihombing (2014:72) “lokasi toko sangat mempengaruhi tingkat profitabilitas dan keberhasilan usaha dalam jangka panjang”.

“Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis dalam menentukan tercapainya tujuan usaha” Fathoni (2016:23). Menurut Indarti (2004) dalam Fu’ad (2015:58) “Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati hati”. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa “lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut. Ketepatan pemilihan lokasi akan menentukan keberhasilan UKM” Kristiningsih (2014:152).

2.2.1.3 Hubungan Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha

Berdasarkan Zimmerer (1996) dalam Suryana (2017:110) “Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang di lakukan menjadi labil dan gagal”. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu. Lokasi yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Adapun sepertih hasil dari penelitian yang telah di lakukan oleh Ramdhani (2014:7) menyebutkan, “terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha.”

Kemauan dan kemampuan-kemampuan tersebut diperlukan terutama untuk: 1) Menghasilkan produk atau jasa baru *(the new product or new service)*, 2) Menghasilkan nilai tambah baru *(the new value added)*, 3)Merintis usaha baru *(new businesess)*, 4) Melakukan proses/teknik baru *(the new technic)*, dan 5) Mengembangkan organisasi baru *(the new organization).*



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Trustorini Handayani (2012:923) “Hipoteis adalah dugaan sementara yang memerlukan pengujian." Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarikan pada teori yang relevan, belum pada fakta-fakta

empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dan berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah digambarkan diatas maka hipotesis akan diuji dalam penelitian ini:

Keterangan :

X1 : Variabel Independen 1, yaitu Jiwa Kewirausahaan

X2 : Variabel Independen 2, yaitu Lokasi Usaha

Y : Variabel Dependen, yaitu Keberhasilan Usaha

Hipotesis Utama :

Terdapat Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Lokasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Nasi Jamblang Di Kota Cirebon

Sub Hipotesis

1. Jiwa Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Nasi Jamblang Di Kota Cirebon
2. Lokasi Usaha Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Nasi Jamblang Di Kota Cirebon