BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Karakteristik Entrepreneur

2.1.1.1 Pengertian Karakteristik Entrepreneur

Kewirausahaan (entrepreneurship) dapat dimaknai sebagai jiwa, semangat, sikap, perilaku, dan potensi kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar (Zainal Arif, 2018).

Entrepeuneur didefinisikan sebagai individu yang mengambil inisiatif, bertangggung jawab dan memiliki kemampuan untuk membuat sesuatu hal terjadi atau terbentuk, mampu menciptakan hal-hal yang baru, mampu mengelola resiko yang melekat pada proses, memiliki ketekunan dan keteguhan untuk melihat segala sesuatu melalui identifikasi titik akhir, bahkan ketika menghadapi berbagai hambatan dan kesulitan. Karakteristik Entrepreuner menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kewiraswastaan berasal dari kata entrepreneur (bahasa inggris) adalah ”orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya” (Sumarsono, 2010).

Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Setiap pikiran dan

langkah wirausahawan adalah bisnis. Bahkan, mimpi seorang pebisnis sudah merupakan ide untuk berkreasi dalam menemukan dan menciptakan bisnis-bisnis baru. Segala sesuatu tentang kesuksesan wirausaha yg berhubungan dengan usahanya tersebut dapat dipelajari, dilatih dan dikenal selama ini sebagai kewirausahaan (Ali Al Jufri, 2017).

2.1.1.2 Tahapan Entrepreneur

Menurut Zainal Arif (2018:149) ada beberapa tahap seseorang untuk melakukan entrepreneur, adalah sebagai berikut:

1. Tahap memulai, yaitu: tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau melakukan franchising.
2. Tahap melaksanakan, yaitu: tahap usaha atau diringkas dengan tahap "jalan", tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.
3. Mempertahankan usaha, yaitu: tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

4. Mengembangkan usaha, yaitu: tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan menjadi salah satu pilihan yang mungkin di ambil.

2.1.1.3 Indikator Karakteristik Entrepreneur

Menurut Abdulwahab dan Al-Damen dalam Al Jufri (2017:1353), bahwa karakteristik pengusaha adalah sifat dan keterampilan personal yang dimiliki pengusaha yang membangun kompetensi yang dibutuhkan untuk kesuksesan usaha. Indikator karakteristik pengusaha usaha kecil yang paling penting dan berkaitan dengan kesuksesan antara lain:

1. Need for Achiement (berorientasi pada pencapaian).

   Need for Achiement merupakan watak secara psikologi yang dimiliki pengusaha dan merupakan hasrat untuk memenuhi standar internal yang harus dicapai. Karakteristik ini didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki keinginan besar untuk mencapai kesuksesan. Need for Achiement merupakan watak psikologi yang mendorong pengusaha untuk mencapai standar yang tinggi sehingga menghantarkan pengusaha tersebut pada kesuksesan.

2. Self-Confidence (Kepercayaan diri)

   Kepercayaan diri merupakan apa yang pengusaha yakini tentang dirinya dan seberapa besar dia percaya bahwa dirinya akan membawa bisnisnya pada kesuksesan.

3. Keinisiatifan (Proaktif)

   Keinisiatifan adalah kemampuan pengusaha untuk memulai menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat, sehingga dapat menambah nilai baik bagi dirinya, bagi perusahaan maupun bagi masyarakat.

4. Independency (Autonomi) and Responsibility (Kemandirian dan Tanggung Jawab)

   Kemandirian dan tanggung jawab adalah keinginan untuk memiliki kendali atas pekerjaan yang dilakukan, keinginan untuk bertanggung jawab atas semua hasil yang dicapai dan menyukai tantangan untuk memiliki usaha sendiri dan untuk menjadi bos dalam bisnisnya.

5. Risk Taking Prospensity (Keberanian menerima resiko)

   Risk taking prospensity adalah kecenderungan pengusaha dalam membuat keputusan dalam keadaan yang penuh ketidakpastian dengan sedikit informasi dan hasil yang tidak pasti.

6. Experience (Pengalaman)

   Pengalaman adalah kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki pengusaha yang terus berkembang dari waktu ke waktu tentang bisnis, penyelesaian masalah dan pembuatan keputusan, dan pengalaman tersebut mencerminkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh pengusaha selama bertahun-tahun.

2.1.2 Karakteristik UKM

2.1.2.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan sebuah istilah yang mengacu pada usaha berskala kecil yang memiliki kekayaan bersih maksimal sekitar Rp 200.000.000, belum termasuk tanah dan bangunan. UKM merupakan salah satu contoh dari badan usaha perseorangan dimana didirikan dan dimiliki oleh satu orang saja. Menurut Naisbitt dalam bukunya Global Paradox meramalkan bahwa semakin besar dan terbuka ekonomi dunia, maka semakin banyak perusahaan kecil dan menengah akan mendominasi. Perusahaan kecil di masa datang akan memeainkan peran utama dalam peraturan ekonomi dunia karena mereka memiliki efisiensi yang tinggi disertai dengan akses yang lebih luas untuk menjangkau peluang ekonomi dunia.

Ada dua definisi usaha kecil yang dikenal di Indonesia. Pertama, Menurut Keppres RI No. 99 tahun 1998, UKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dimana tipe bidang usahanya bersifat heterogen serta perlu dilindungi oleh pemerintah untuk mencegah persaingan yang tidak sehat. Kriteria UKM menurut UU No. 9 tahun 1995, diantaranya memiliki kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak senilai 1 milyar rupiah, dan dimiliki oleh warga negara Indonesia.

Kemudian UKM merupakan usaha yang berdiri sendiri dan bukan anak dari suatu perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau

bergabung secara langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.

Kedua, menurut Pusat Data Statistik (BPS), Usaha Kecil Merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah pekerja antara 5-19 orang, sedangkan Usaha Menengah yaitu Usaha yang memiliki tenaga kerja berkisar 20-99 orang. Keputuasan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994. Menurut Kemenkeu, UKM adalah bisnis yang dilakoni perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan usaha serta punya omset, aset dan aktiva mencapai 600 juta/tahun, diluar tanah dan bangunan usaha yang ditempati.

Dari beberapa pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa, pengertian UKM adalah sebuah satuan bidang usaha yang berkarakter usaha kecil dan menengah, serta dilakoni oleh perorangan atau bidang usaha, dengan profit pertahun sekitar 200-600 juta rupiah, diluar bangunan gedung dan tanah sebagai lahan tempat usaha.

2.1.2.2 Ciri-Ciri UKM Di Indonesia

Mengutip data dari undang-undang No. 9 tahun 1995, karakteristik UKM ada beberapa macam, yaitu sebagai berikut:

1. Mempunyai kekayaan bersih maksimal Rp. 200 juta, diluar bangunan usaha dan tanah.
2. Telah melakukan penjualan pertahun paling banyak Rp. 1 Milyar
3. Milik NKRI dan berada di Wilayah NKRI
4. Berdiri sendiri, dalam artian tidak berada dibawah naungan perusahaan lain (swasta maupun BUMN), tidak berafiliasi dengan yang lain baik

secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha yang lebih besar.

5. Berbentuk usaha perorangan, artinya usaha yang tidak berbadan hukum.

2.1.2.3 Indikator Karakteristik UKM

Menurut Kristiningsih dan Andrianto (2014:144), Karakteristik dari UKM adalah hal-hal yang ada di dalam perusahaan dan berkaitan dengan jati diri atau profil dari perusahaan itu sendiri. Adapun karakteristik dari UKM dapat dari beberapa indikator, antara lain: (1) Asal perusahaan, (2) Lama waktu beroperasi, (3) Ukuran Skala Usaha, (4) Sumber modal dan (5) Lokasi.

1. Asal perusahaan, dibedakan menjadi 4 macam yaitu: pertama perusahaan berasal dari pembelian perusahaan dari pemilik sebelumnya, kedua perusahaan berasal dari franchising (suatu persetujuan lisensi menurut hukum antara suatu perusahaan penyelenggara dengan penyalur atau perusahaan lain untuk melakukan usaha, ketiga berasal dari bisnis keluarga (dari warisan keluarga wirausahawan sendiri), keempat murni berasal dari ide si pengusaha itu sendiri (Nurmala, Damayanti dan Evi Yuniarti, 2019:30-31).
2. Lama waktu beroperasi, perusahaan sudah berjalan 1 tahun, sekitar 3 tahun, sekitar 5 tahun, lebih dari 5 tahun atau lebih dari 10 tahun. UKM yang sudah lama berdiri dapat belajar lebih dari pengalamannya dibanding dengan UKM yang baru berdiri. Namun lamanya berdiri sebuah usaha tidak mempengaruhi pertumbuhan bagi sebuah bisnis. Kecepatan

pertumbuhan suatu bisnis juga tidak dibatasi oleh berapa lama usaha tersebut berdiri (Nurmala, Damayanti dan Evi Yuniarti, 2019:30-31).

3. Skala usaha, terlihat dari banyaknya karyawan yang dimiliki. Bahwa ukuran perusahaan pada saat memulai juga mempunyai pengaruh terhadap peluang ketahanan hidup. Semakin besar perusahaan itu (jumlah karyawannya) pada saat dilahirkan, semakin besar peluangnya untuk bertahan hidup. Perusahaan dengan 1, 2, 3 karyawan pada saat didirikan memiliki tingkat ketahanan hidup yang jauh lebih rendah daripada perusahaan dengan jumlah karyawan yang lebih banyak. Menariknya perusahaan dengan 4 karyawan pada saat didirikan memiliki tingkat ketahanan hidup yang sama dengan perusahaan yang memulai usahanya dengan 10, 20 karyawan, atau lebih (Nurmala, Damayanti dan Evi Yuniarti, 2019:30-31).
4. Sumber modal, terlihat dari, apakah seorang calon pengusaha sewaktu pertama kali mendirikan perusahaan menggunakan pendanaan pribadi/tabungan pribadi. Mencoba mendapatkan akses pinjaman pada teman atau saudara. Mendapatkan pinjaman dari pihak luar seperti bank dan investor dari pihak luar perusahaan. Serta penjualan saham di pasar saham umum (go public). Kebanyakan sumber pendanaan utang adalah investor perorangan, penyalur, pemberi pinjaman berdasarkan aktiva, bank komersial, program yang didukung pemerintah, dan lembaga keuangan masyarakat (Nurmala, Damayanti dan Evi Yuniarti, 2019:30-31).

5. Letak perusahaan, menyatakan bahwa letak perusahaan disebut tempat kediaman perusahaan, yaitu tempat dimana perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Salah memilih lokasi perusahaan, akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Seperti misalnya harus mengadakan penempatan kembali letak perusahaan dan kesulitan apabila mengadakan ekspansi. Dengan semakin tajamnya persaingan serta banyaknya perusahaan kecil yang saat ini bermunculan, maka letak perusahaan ini sudah tidak mungkin dilakukan dengan coba-coba (Nurmala, Damayanti dan Evi Yuniarti, 2019:30-31).

2.1.3 Perkembangan Usaha

2.1.3.1 Pengertian Perkembangan Usaha

Pada umumnya perkembangan usaha dari suatu perusahaan memiliki pola tertentu yang disederhanakan seperti dari dimulainya suatu usaha. Sebagian perusahaan dimulai dengan unit usaha yang relatif kecil dengan melayani wilayah pemasaran yang relatif sempit. Pada mulanya, perusahaan tersebut juga menghasilkan ragam produk yang terbatas dan hanya didukung dengan permodalan yang terbatas. Oleh karena itu, usaha baru mempunyai posisi pasar yang relatif lemah karena rendahnya penguasaan pangsa pasar. Tidak heran jika pada mulanya sebuah perusahaan baru dimulai dengan usaha untuk bertahan hidup. Barulah kemudian, secara perlahan diikuti dengan usaha untuk mengembangkan perusahaan yang diarahkan sepenuhnya untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Perkembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Tolak ukur perkembangan usaha haruslah merupakan parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggungjawabkan. Semakin konkrit tolak ukur itu semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihnya keberhasilan tersebut (Nurrohmah, 2015).

Menurut Endang Purwanti (2012:21), Perkembangan usaha kecil menengah adalah kemampuan seorang pengusaha kecil untuk mensosialisasikan dirinya kepada kebutuhan pangsa pasar sehingga ada perbaikan taraf hidup pada diri seorang pengusaha.

2.1.3.2 Strategi Perkembangan Usaha

Menurut Harris Fadilah (2012) Strategi pengembangan usaha kecil meliputi:

1. Menciptakan iklim yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya usaha kecil.
2. Mewujudkan usaha kecil menjadi usaha yang efisien, sehat dan memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi, sehingga mampu menjadi kekuatan ekonomi rakyat dan dapat memberikan sumbangan yang benar bagi pembangunan ekonomi nasional.
3. Mendorong usaha kecil agar dapat berperan maksimal dalam penyerapan tenaga kerja dan sumber pendapatan.

4. Menciptakan bentuk-bentuk kerjasama yang dapat memperkuat kedudukan usaha kecil dalam kompetisi di tingkat nasional maupun internasional.

2.1.3.3 Indikator Perkembangan Usaha

Perkembangan usaha itu sendiri bisa dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut: (1) jumlah pendapatan (laba kotor), (2) peningkatan laba bersih, (3) jumlah nilai penjualan, (4) jumlah pelanggan, (5) barang yang terjual dan (6) perluasan usaha (Prastiawati dan Dharma, 2016:200).

1. Laba kotor merupakan perandingan antar laba kotor dengan tingkat penjualan, rasio ini menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari jumlah penjualan. Semakin tinggi margin laba kotor perusahaan, semakin bagus, karena itu artinya biaya produksi perusahaan itu rendah (Seyla Sangeroki, 2013:1187).
2. Laba bersih merupakan selisih positif antara total pendapatan dengan total biaya. Sehingga besarnya jumlah laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada kedua pos tersebut (Nasution & Lisa 2013:4).
3. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan dalam Rina Rachmawati, 2011:147)
4. Jumlah pelanggan, perusahaan harus terus menjaga dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya dengan cara memperbaiki kualitas produk agar selalu lebih unggul dari pesaing. Sebab pelanggan lama bisa menjadi alternatif untuk mendatangkan pelanggan baru, hal ini sangat

penting untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang tentunya akan berdampak positif pada peningkatan pendapatan (Ni Made Sinta Wedarini, 2012:510).

5. Barang terjual, mengetahui tingkat penjualan dari setiap periode tertentu (hari, bulan, dan tahun) (Tri Octafian, 2011:148)
6. Perluasan usaha, perusahaan bekerja lebih keras untuk meningkatkan kinerja, mengembangkan inovasi dan melakukan perluasan usaha agar dapat terus bertahan dan bersaing untuk mencapai tujuan yang dikehendaki perusahaan (Anny Widiasmara, 2014 :111).

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dari teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini :

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Reni Shinta Dewi. MARET 2013	PENGARUH FAKTOR MODAL PSIKOLOGIS, KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR, INOVASI, MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA, DAN KARAKTERISTIK UKM TERHADAP	Bahwa variabel modal psikologis, karakteristik entrepreuner, inovasi, manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UKM mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional Peterongan baik secara	Terdapat 3 variabel sama 1. Karakteristik Entrepreneur 2. Karakteristik UKM 3. Perkembangan Usaha	Adanya variabel lain seperti modal psikologis, inovasi, manajemen SDA dan berbeda unit analisis

		PERKEMBANGAN USAHA PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)	parsial maupun secara simultan.		
2	Azis Fathoni SE MM. 2015	ANALISA FAKTOR KARAKTERISTIK ENTREPRENEUR, KARAKTERISTIK SUMBER DAYA MANUSIA, DAN KARAKTERISTIK UMKM TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Pedagang grosir dan retail di Pasar Genuk - Semarang)	Bahwa variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap perkembangan usaha pedagang pasar tradisional Genuk adalah variable Karakteristik Entreprener.	Adanya 2 variabel yang sama 1. Karakteristik Entrepreneur 2. Perkembangan Usaha	Adanya variabel lain seperti karakteristik SDA, karakteristik UMKM dan berbeda unit analisis
3	Esti Dwi Rinawiyanti. 2016	PENGARUH KARAKTERISTIK UKM PADA KAPABILITAS INOVASI DAN KINERJA INOVASI UKM (Studi Kasus pada Sentra IKM Alas Kaki	Bahwa pada UKM alas kaki di Surabaya terlihat bahwa usia UKM memberi pengaruh signifikan terhadap kapabilitas inovasi UKM	Adanya 1 variabel yang sama Karakteristik UKM	Adanya variabel lain Kapabilitas inovasi, kinerja usaha dan berbeda unit analisis

		Jawa Timur)	dan sekaligus memberi pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi UKM		
4	Muhdar. 2018	KARAKTERISTIK PENGUSAHA, KARAKTERISTIK USAHA KECIL MENENGAH DAN VARIABEL KONTEKSTUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU PERTUMBUHAN USAHA (STUDI USAHA KECIL MENENGAH AMPLANG DI KABUPATEN KOTABARU KALIMANTAN SELATAN)	Berdasarkan data karakteristik pengusaha diketahui bahwa sebagian besar tidak mempunyai pengalaman kerja di bidang usaha (78%). Berdasarkan variabel usaha dapat diketahui bahwa pengusaha usaha ini sebagian besar adalah hasil usaha sendiri namun dari omzet pendapatan per bulan sebagian besar masih di bawah 5 juta.	Adanya 2 variabel yang sama 1. Karakteristik pengusaha 2. Karakteristik ukm	Ada variabel lain seperti variabel kontekstual, pertumbuhan usaha dan berbeda unit analisis
5	Yully Christiana. 2014	PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA, PEMBINAAN USAHA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota	Semua masing-masing variabel x berpengaruh positif signifikan terhadap y	Adanya 1 variabel yang sama 1. Perkembangan Usaha	Adanya variabel lain seperti kompetensi wirausaha, pembinaan usaha, inovasi produk dan berbeda unit analisis

		Pekalongan)			
6	Maisarah Ahmad, Suhaila Abdul Kadir 2013	Characteristics of Entrepreneurs and the Practice of Islamic Values in Influencing the Success of Small Medium Enterprises in Kelantan and Selangor	bahwa variabel karakteristik wirausaha memiliki hubungan positif dengan praktik nilai-nilai Islam dan kesuksesan. Saya mengambil variabel karakteristis entrepreneur sebagai referensi	Adanya variabel yang sama: Characteristic of Entreprneur	Ada variabel lain : 1. Practice of Islamic 2. Success of Small Medium Enterprises
7	Kozubíková dkk, 2015	Personal Characteristics Of Entrepreneurs In The Context Of Perception And Management Of Business Risk In The Sme Segment	Menguji antara karakteristik kepribadian dan pendekatan terhadap persepsi dan manajemen risiko bisnis.	Adanya variabel yang sama: personal characteristic entrepreneur	Ada variabel lain : management of business risk
8	Md. Aminul Islam. 2011	Effect of Entrepreneur and Firm Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangladesh	Parsial bahwa karakteristik pengusaha memiliki pengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Bisnis UKM.	Adanya variabel yang sama: entrepreneur Characteristic dan variabel yang berkaitan : firm Characteristic	Ada variabel lain : businnes success dan berbeda unit analisis
9	Murad Husni Abdulwahab. 2015	The Impact of Entrepreneurs' Characteristics on Small Business Success at Medical Instruments	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dampak karakteristik pengusaha pada keberhasilan	Adanya variabel yang sama Entrepreneur Characteristic Dan variabel yang berkaitan Small business success	Berbeda unit analisis

		Supplies Organizations in Jordan	usaha kecil, yang menunjukkan keberhasilan usaha kecil terkait dengan karakteristik usaha.		
10	Katarzyna Szczepańska-Woszczyna. 2016	Sustainable business development through leadership in SMEs	Manajer UKM bisa menjadi yang penting untuk perubahan cara berpikir tentang pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. (hubungannya antara karakteristik entrpreneur>perkembangan usaha)	Adanya variabel yang sama : businnes development	Berbeda variabel lain leadership

2.2 Kerangka Pemikiran

Pengembangan usaha kecil sebagai salah satu strategi dan kebijakan pemerintah yang berperan penting dalam mendorong perubahan ekonomi secara menyeluruh. Usaha kecil dianggap mampu dalam memerankan peranan yang strategis dalam kancah perekonomian Nasional. Sumbangsihnya dalam berbagai sektor pembangunan Nasional adalah wujud nyata yang tidak dapat disangsikan lagi, salah satunya membuka lapangan kerja bagi perilaku usaha yang dapat sedikitnya mengurangi angka pengangguran, dan kotribusinya terhadap pendapatan kas negara, melalui pajak penghasilan. Ada beberapa keuntungan yang diperoleh dari sikap Entrepeneur antara lain :

1. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikendalikan sendiri.

2. Terbuka peluang untuk mendemontrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh.
3. Terbuka peluang memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
4. Terbuka peluang membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit.
5. Terbuka kesempatan untuk menjadi bos.

Karakter Usaha memang sangat diperlukan, guna meningkatkan usaha mereka, selain itu keyakinan diri juga sangat diperlukan guna memacu keinginan para pengusaha untuk mengembangkan usahanya. Pembinaan ini bertujuan untuk memotivasi agar dapat mengembangkan usahanya, selain itu bertujuan pula memberikan arahan tentang pentingnya manajerial agar kinerja mampu mengelola usahanya tersebut sehingga diharapkan usaha akan bertambah maju.

Karakteristik pengusaha yang baik serta karakteristik usaha yang sesuai diharapkan dapat meningkatkan perkembangan usaha, dimana dengan semakin meningkatnya perkembangan usaha dan kesejahteraan kinerja diharapkan akan dapat mendorong kinerja untuk atau merencanakan usaha sesuai kemampuan yang di miliki, sehingga akan dapat meningkatkan peluang kerja di sektor informal yang pada gilirannya dapat menanggulangi tingkat pengangguran.

Dapat disimpulkan bahwa karakteristik entrepreneur dan karakteristik UKM berpengaruh dalam menentukan perkembangan usaha. Sehingga para pengusaha dalam meningkatkan usahanya dituntut untuk memiliki sikap wirausahawan.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik entrepreneur sangat penting dimiliki oleh setiap pemilik perusahaan guna mendukung tercapainya suatu usaha.

2.2.1 Hubungan Karakteristik Entrepreneur dengan Perkembangan Usaha

Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan petumbuhan usaha. Menurut Reni Shinta Dewi (2013) bahwa Karakteristik Entrepreuner berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas penulis menyimpulkan bahwa karakteristik entrepreneur itu berhubungan dan berperanguh terhadap perkembangan usaha. Maka para pelaku usaha dapat menentukan jenis usahanya yang tentunya didukung dengan karakter wirausaha.

2.2.2 Hubungan Karakteristik UKM dengan Perkembangan Usaha

Usaha yang berhasil saat ini biasanya bukan usaha yang pertama kali dilakukan. Kebutuhan akan pengalaman mengelola usaha semakin diperlukan dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Reni Shinta Dewi (2013) bahwa Karakteristik UKM berpengaruh positif terhadap Perkembangan Usaha.

Jadi dapat disimpulkan bahwa karakteristik UKM berkaitan terhadap perkembangan suatu usaha. Dan usaha itu dapat dikatakan berhasil jika mengalami peningkatan yang baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba maupun jenis usaha atau pengelolaan nya.

2.2.3 Hubungan Karakteristik Entrepreneur dan Karakteristik UKM dengan Perkembangan Usaha

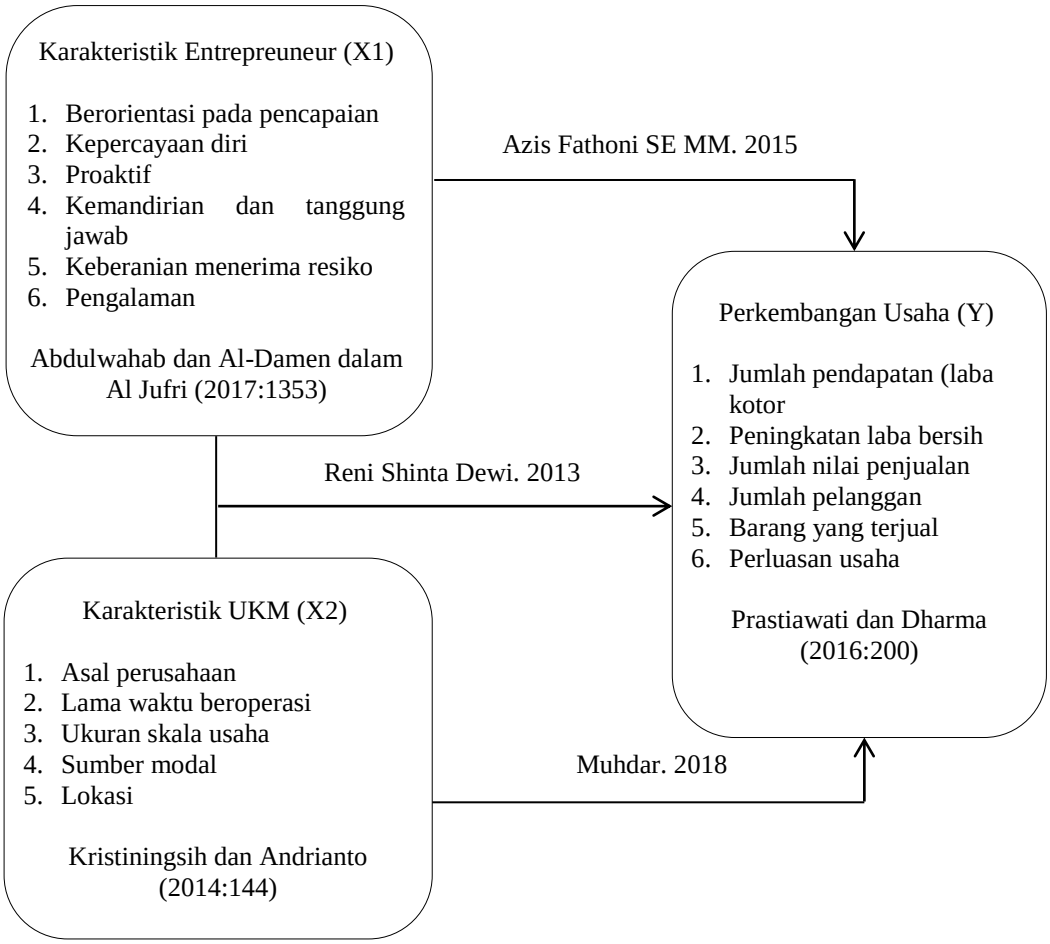
Karakterikstik Entrepreuner mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha. Karakteristik Entrepreuner, yang terdiri dari usia, pendidikan, latar belakang keluarga pedagang, dan pengalaman dalam menjalankan usaha memberikan pengaruh terhadap berkembang atau tidaknya usaha seseorang. Semakin baik pendidikan seseorang, semakin banyak pengalaman seseorang dalam menjalankan usaha, dan semakin mendukung lingkungan wirausaha dari seseorang akan berbanding lurus dengan keberhasilan usaha yang dijalani.

Dalam Entrepreneurship Resistence to Change and Growth in Small Firms (USA), menyatakan bahwa perilaku kewirausahaan harus belajar dari pengalaman usaha, ketidakpastian membuat wirausaha harus selalu memperhitungkan resiko bagi kegiatannya, karakteristiknya memiliki pengaruh yang positif terhadap kemampuan usaha bagi wirausahaan.

Menurut Novita Febrianti (2018) bahwa perkembangan usaha peran karakter UKM yang besar ditunjukan oleh jumlah unit usaha dan pengusaha, serta kontribusinya terhadap pendapatan Nasional dan penyediaan lapangan kerja.

Gambar 2.1

Paradigma Penelitian



2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:99) definisi hipotesis adalah sebagai berikut:

"Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data".

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Hipotesis Utama

   Terdapat pengaruh Karakteristik Entrepreneur dan Karakteristik UKM terhadap Perkembangan Usaha.

2. Sub Hipotesis

   a. Terdapat pengaruh Karakteristik Entrepreneur terhadap Perkembangan Usaha.

   b. Terdapat pengaruh Karakteristik UKM terhadap Perkembangan Usaha.