BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kewirausahaan adalah hasil dari suatu proses, disiplin sistematis penerapan kreativitas dan inovasi untuk kebutuhan dan peluang di pasar" Thomas W. Zimmere (Suryana, 1996:7).

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3) kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain. Entrepreneurship mengandung makna wiraswasta atau wirausaha yaitu cabang ilmu ekonomi yang mengajarkan bagaimana kita bisa mandiri dalam memulai suatu usaha dalam rangka mencapai profit serta mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang dimiliki.

Menurut Drucker (1959) dalam Suryana (2006:2) kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inofatif demi terciptanya peluang.

Menurut Siswanto Sudomo (1989) dalam Eddy Soeryanto Soegoto (2009:4) kewirausahaan adalah segala sesuatu yang penting mengenai seorang wirausaha, yakni orang yang memiliki sifat bekerja keras dan berkorban, memusatkan segala daya dan berani mengambil risiko untuk mewujudkan gagasannya. Dari segi

tindakannya, dia mampu dan peka melihat peluang bisnis. Dari tindakannya, yang menonjol adalah mengambil langkah nyata menggabungkan atau mengkombinasikan sumber daya, baik yang telah atau belum dimiliki untuk mewujudkan gagasannya membangun bisnis baru. Dari karyanya, terlihat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru dengan produk-produk baru, teknologi baru, dan lapangan kerja baru.

Sedangkan menurut Schumpeter (1934) dalam Dollinger, (1999:4) kewirausahaan adalah melakukan kombinasi baru dari perorangan produk baru, layanan baru, sumber bahan baku baru, metode produksi baru, pasar baru, bentuk-bentuk organisasi baru.

Sedangkan wirausaha adalah seseorang yang menyukai perubahan, menciptakan nilai tambah, memberikan keuntungan untuk dirinya dan orang lain, ciptaannya dibangun terus menerus. (Dr. Rhenald Khasali dalam Susilo, 2005:4)

Menurut Robert Hisrich (1985) dalam Prof. Dr. H. Buchari Alma (2010:23) *Entrepreneur is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychological, and social risks and receiving the resulting rewards of monetary and personal sastifaction* (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).

Sedangkan menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3) wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

2.1.1 Jiwa Kewirausahaan

Seorang wirausaha haruslah jiwa seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan bukan melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. (BN. Marbun, 1993 : 63).

Menurut Nickels (2005:176) untuk mendapatkan kemampuan-kemampuan tersebut seorang pengusaha harus memiliki jiwa kewirausahaan, yaitu:

1. Mengarahkan diri

   Pengusaha hendaknya bersikap menyenangkan dan memiliki displin diri laupun merupakan pemilik usaha dan penanggungjawab akan keberhasilan maupun kegagalan usaha.

2. Percaya diri

   Pengusaha harus percaya akan ide yang didapatnya walaupun tidak ada orang yang memikirkannya, dan harus melengkapi antusiasme pengusaha.

3. Berorientasi pada tindakan

   Gagasan bisnis yang luar biasa belumlah cukup tanpa adanya semangat untuk mewujudkan, mengaktualisasikan, dan mewujudkan impian menjadi kenyataan.

4. Energik

   Ini bisnis anda, dan anda harus emosional, mental, dan fisik mampu bekerja lama dan keras.

5. Toleran terhadap ketidakpastian

   Pengusaha sukses dengan menempuh resiko–resiko yang telah diperhitungkan sebelumnya. Kewirausahaan tidak ditujukan bagi orang–orang yang suka memilih keadaan atau takut untuk menerima kegagalan. Tips bagi pengusaha yang potensial:

a. Bekerja dengan orang lain, dan pelajari bagaimana mereka mendapatkan

b. Riset pasar anda, tetapi jangan dilakukan dalam jangka waktu lama

c. Mulailah usaha anda ketika anda telah memiliki pelanggan sebagai permulaan, jadikan usaha anda sebagai usaha sampingan dahulu.

d. Susun suatu tujuan spesifik tetapi jangan terlalu tinggi karena dalam memulai usaha, aspek yang paling tersita adalah aspek keuangan anda.

e. Rencanakan beberapa tujuan anda dalam time schedule.

f. 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.

g. Jangan takut gagal. Pengusaha baru harus siap kehabisan waktu beberapa waktu sebelum mereka berhasil (Nickels, 2005:177).

2.1.1.1 Ciri-ciri Jiwa Kewirausahaan

Menurut Suryana (2006:3) seorang yang memiliki jiwa kewirausahaan haruslah memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Penuh percaya diri

   Indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.

2. Memiliki inisiatif

   Indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif

3. Memiliki motif berprestasi

   Indikatornya adalah terdiri dari orientasi pada hasil dan wawasan ke depan.

4. Memiliki jiwa kepemimpinan.

   Indikatornya adalah berani tampilbeda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.

5. Berani mengambil risiko

   Indikatornya adalah penuh perhitungan.

2.1.1.2 Indikator Jiwa Kewirausahaan

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 hasil penelitian dari Sri Hardiati (2008:114) bahwa ada lima indikator dalam jiwa kewirausahaan, yaitu :

1. Kepemimpinan
2. Keterlibatan karyawan
3. Informasi
4. Hubungan dengan pemasok
5. Proses bisnis internal

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini penulis akan melakukan penelitian yang digunakan oleh Yohanes Rante (2011:140) dengan indikator :

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

2.1.2 Kreativitas

2.1.2.1 Pengertian Pengertian kreativitas

Kreativitas menurut alma(2008:69) adalah " kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau meliht hubungan-hubungn baru antara unsur variabel data variabel yang sudah ada sebelumnya" adapun menurut supriadi (alma,2008:70), "Kereativitas merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru,baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya".

Menurut Raka (Helmi:2004:8)" Kreativitas adalah penciptakan ide-ide yang baru, ide-ide tersebut dibuat sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk, jasa, atau cara pengolahan yang baru yang mempunyai nilai kemanfaatan sosial /ekonomi" adapun menurut (zimmerer ,2003:10) " Kreativitas diartika sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang "

Setiap orang kreatif pada tingkat tertentu,tetapi orang mempunyai kemampuan dan bakat dalam bidang tertentu dapat lebih kreatif daripada orang lain".Seorang wirausahawan adalah pemikiran yang kreatif,mereka tidak mengikuti cara pemikiran yang telah menjadi kebiasaan dan dilakukan pada orang lain umumnya.

Oleh karena beragamnya pendapat para ahli akan pengertian kreativitas maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu produk yang baru ataupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya ,yang berguna,serta dapat dimengerti.

2.1.2.2 Indikator Kreatvitas

Menurut Suryana (2006:42) indicator Kreativitas sebagai berikut :

1. Ingin tau

Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi, dan belajar, terbukti dengan pengamatan pada spesies hewan manusia dan banyak.

2. Optimis

Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha ke arah kemajuan atau kejayaan.

3. Flexibel

Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok.

4. Mencari Solusi Dari masalah

Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah.

5. Orisinil

Keaslian dalam menciptakan suatu produk.

6. Suka Berimajinasi

Daya pikir untuk membayangkan (di angan-angan) atau menciptakan gambar (lukisan, karangan, dsb) kejadian berdasarkan kenyataan atau pengalaman seseorang.

2.1.2.3 Proses Kreativitas

Untuk membangkitkan kreativitas memerlukan suatu proses dengan langkah-langkah tertentu yaitu sebagai berikut (Zimmerer).

1. *Preparation*

2. *Investigation*

3. Transformation

4. Incubation

5. Illumination

6. Verification

7. Implementation

Langkah persiapan dimaksudkan memberi kondisi kepada seseorang agar memudahkan munculnya kreativitas. Ini dapat dilakukan melalui pendidikan formal,pelatihan, pengalaman kerja. Untuk menyiapkan pemikiran kreatif harus dilakukan hal-hal yang sangat menunjang sebagai berikut:

Belajar terus menerus, banyak membaca tentang apa saja, tidak terbatas pada disiplin ilmu sendiri dan dari berbagai sumber, bikin klipping. Kemudian coba berdiskusi walaupun dengan orang dibawah anda atau lain bidang, karena kadang-kadang yang tidak ahli dalam bidang yang anda kuasai, mengajukan pertanyaan bodoh, tapi menimbulkan ide cemerlang. Coba anda masuk anggota asosiasi/ perkumpulan, belajar kebudayaan bangsa atau etnis lain, tingkatkan kemampuan mau mendengar terutama pada orang yang lebih tua dan banyak pengalaman.

Langkah kedua, *investigation*. Dalam hal ini harus dilakukan pelajari masalahnya dan identifikasi komponen utama permasalahan.

Langkah ketiga *transformation*.Coba identifikasi persamaan dan perbedaan yang ada dengan informasi dan data yang sudah dikumpulkan disini bisa berlaku analisis divergen dan konvergen Convergen thinking adalah kemampuan melihat persamaan dan hubungan antara berbagai informasi dan peristiwa. Divergent thinking adalah kemampuan melihat perbedaannya,

Langkah keempat *Incubation*.Ini memerlukan waktu untuk melihat kembali berbagai informasi.Masa inkubasi terjadi seakan-akan seseorang keluar atau melupakan masalah yang dihadapi.*Walk away from the situation*, ada pakar menyarankan *three b's – bath, bed, and bus*, kegiatan ini sangat kondusif guna menciptakan kreativitas. Suasana tanpa pikiran ini kadang menghasilkan pemikiran yang sangat kreatif. Lakukan relax dan santai, jangan pikirkan masalah itu terus menurus, tapi lupakan sementara, seringkali pikiran kreatif muncul bila kita olahraga, senam, sedang dikebun, ditaman dsb. Atau anda coba melakukan pekerjaan ditempat lain yang tidak biasa anda bekerja disitu, suasana ini akan membangkitkan ide kreatif.

Langkah kelima *Illumination*.Langkah ini terjadi pada saat inkubasi, secara spontan muncul ide baru. Langkah ini muncul dalam waktu tidak terbatas, ia bisa muncul tiba, biasanya pada saat anda sudah lupa dengan masalah tersebut.

Langkah keenam *Verification*. Untuk memvalidasi ide yang tepat atau akurat, apakah berguna atau tidak, maka dilakukan percobaan, bikin simulasi, test market untuk produk, bikin pilot proyek dsb.

Langkah ketujuh *Implementation*. Ini mulai mentransformasi ide menjadi kenyataan dan digunakan..

2.1.2.4 Sumber Kreativitas

Dalam konteks manajemen, peran fungsi kreativitas dalam proses inovasi merupakan pembangkitan ide yang menghasilkan penyempurnaan efektivitas dan efisiensi pada suatu sistem. Aspek penting dalam kreativitas adalah proses dan manusia. *Proses* berorientasi pada tujuan yang di desan untuk mencapai solusi suatu problem *manusia* merupakan sumber daya yang menentukan solusi.proses tetap sama namun pendekatan yang digunakan dapat bervariasi misalnya, pada suatu problem mereka mengadaptasikan suatu solusi, tetapi pada kesempatan yang berbeda meraka menerapkan solusi inovasi.

A. Imajinasi dan ide

Berdasarkan fungsinya, kapasitas mental manusia dapat dikelompokan menjadi empat bagian, yaitu absortive, retentive, reasoning, creative. imajinasi yang kreatif merupakan kekuatan yang tidak terbatas, misalnya mekipun seseorang yang tidak pernah keluar rumah tetapi dengan menggunakan imajinasinya ia dapat melalang buana kedunia sekitar imajinasi jauh lebih penting dari pada ilmu pengetahuan dan kekuatan murni dari pikiran manusia.

B. Sifat proses kreatif

Kreatif adalah suatu proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan setiap orang kreatif pada tingkat tertentu orang mempunyai kemampua dan bakat dalam bidang tertentu dapat lebih kreatif dari pada orang lain. Hal yang sama juga dialami oleh orang yang dilatih dan dikembangkan dalam suatu lingkungan yang mendukung pengembangan kreativitas, mereka diajari untuk berfikir dan bertindak secara kreatif. bagi pihak lain proses kreatif lebih sukar karena tidak dikembangkan

secara positif dan jika mereka ingin menjadi kreatif,mereka harus belajar.cara mengimplementasikan proses kreatif ada tiga tahap dalam proses kreatif yaitu Absortive, Retentive dan Reasonin.

C. Latar belakang atau akumulasi pengetahuan

Kreasi yang berhasil biasanya didahului dengan penelitian dan pengumpulan informasi yang meliputi membaca, dan percakapan dengan orang lain yang bekerja dalam bidangnya engikuti pertemuan profeional dan lokakarya. Ada beberapa cara mengembangkan daya fikir kreatif dapat disebutkan sebagai berikut :

1) Membaca informasi tenang berbagai hal.

2) Menjadi anggota penghimpun profesional.

3) Mengikuti rapat dan seminar profesional membicarakan subyek yang diminati dengan setiap orang.

4) Mengamati majalah surat kabar jurnal untuk mencari artikel yang berhubungan dengan subyek yang diminati

5) Mencatat setiap informasi yang berguna.

D. Proses Inkubasi

Alam bawa sadar yang kreatif memunkinkan mereka untuk dapat merinci dengan seksama informasi yang mereka dapatkan selama tahap persiapan . prose inkubasi ini sering terjadi pada saat mereka terlibat dalam aktivitas yang tidak sepenuhnya berhubungan dengan subjek atau pokok permasalahan menjauhkan diri dari suatu permasalahan dan membiarkan pikiran bawah sadar menyelesaikanya memberikan kesempatan kepada kereativitas untuk berkembang.

Langkah langkah yang penting adalah:

1) Melakukan aktivitas yang tida memerlukan energi fikir.

2) Melakuan latihan secara rutin bermain.

3) Berdoa dan melakukan meditasi bersantai.

E. Pengalaman Ide

Tahap proses kreatif ini sering kali dianggap sebagai tahap yang menyenangkan karena merupakan saat diteukannya solusi atau ide yang dicari oleh seseorang ada beberapa cara cepat terjadinya pengalaman ide

1) memeikirkan impian tentang suatu rencana

2) Mengembangkan Hobi

3) Mencatat etiap Ide yang muncul.

4) Mengatur waktu istirahat ketika melakukan pekerjaan

F. Latihan Kreatif

Analisi dan kembangkan bagaimana pasangan pasangan objek berikut ini berhubungan sambil melengkapi antara yang sau dengan yang lain. Mur dan Baut, suami istri dan manajer produksi dan karyawan bawahannya.

G. Lingkungan kreatif

Kreativitas dapat berkembang dalam suatu lingkungan yang tepat tida ada perusahaan yang mempunyai manajer dan pemilik kreatif jika lingkungan yang mendukung berkembangnya kreativtas tidak berbentuk. Ciri-Ciri Lingkungan kreatif adalah sebagai berkut :

1) Manajer yang dapat memberikan keprcayaan kepada karyawan tanpa melakukan pengawasan yang berlebihan.

2) Saluran komunikasi yang terbuka untuk setiap anggota perusahaan.

3) Hubungan dan komunikasi membaik dengan pihak luar kepribadian yang bervariasi

4) Kesediaan menerima perubahan.

5) Kesenangan mencoba ide baru.

6) Rasa takut yanng tidak berlebihan apabila terjadi kesalahan dalam melakuan pekerjaan

7) Seleksi dan promosi karyawan berdasarkan prestasi.

8) Penerapan tekhnik yang menumbuhkan ide dengan anjuran dan tukar pikiran.

9) Hambatan dan tekhnik meningkatkan kreativitas.

10) Hambatan psikologis

11) Hambatan budaya

12) Hambatan lingkungan.

13) Hambatan bahasa berfikir

14) Hambatan keterpakuan fungsional.

15) Hambatan kebiasaan memandang.

H. Tekhnik meningkatkan kreatifitas.

1) Perumusan masalah secara efektif

2) Bertanya dan bertanya

3) Curah gagasan

4) Orang aneh

5) Iklim kreatif

I. Berfikir Kreatif

Hasil penelitian terhadap otak manusia menunjukan bahwa fungsi otak manusia di bagi menjadi dua bagian yaitu otak bagian kanan dan kiri. Setiap bagian otak

emiliki fungsi yang spesifik dan menangkap informasi yang berbeda. Sebelah kanan menggerakan fikiran lateral dan meletakkan pada jiwa

proses kreatif menurut Zimmerer untuk menggerakan keterampilannya proses kreatif digunakan sebelah kanan ciri-cirinya sebagai berikut:

1) Selalu bertanya "Apa ada cara yang lebih baik?"

2) Selalu menantang kebiasaan, tradisi dan kebiasaan rutin.

3) Berefleksi (Merenungkan) berfikiran dalam

4) Berani bermain mental, mencoba untuk melihat masalah dan persfektif yang berbeda

5) Menyadari kemungkinan banyak jawaban dari pada satu jawaban yang benar.

6) Melihat kegagalan dan kesalahan hanya sebagai jalan untuk mencapai suskses.

7) Mengkorelasikan ide-ide yang masih samar terhadap masalah untuk memecahkan masalah inovatif

8) Memiliki eterampilan helicopter (heli copters skills) yaitu kemampuan untk bangkit diatas kebiasaan rutin dan melihat permasalahan dari

9) Persfektif yang lebih luas keudia memfokuskannya kepada kebutuhan

2.1.3 Daya Saing

2.1.3.1 Pengertian Daya Saing

Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Karena tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada alasan bagi suatu perusahaan untuk tetap *survive* di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis.

Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing. Porter (1995:5) mengatakan : " *competition is at the core of the success or failure of firms*. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Menurut Muhardi (2007:39) Daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.

2.1.3.2 Dimensi Daya Saing dan Indikator Daya Saing

Dimensi daya saing suatu perusahaan sebagaimana dikemukakan oleh Muhardi (2007:40) dengan mengutip Ward et all (1998:1036-1037) adalah terdiri dari biaya (cost), kualitas (quality), waktu penyampaian (delivery), dan fleksibilitas (flexibility).

Keempat dimensi tersebut lebih lanjut diterangkan oleh Muhardi (2007:41) lengkap dengan indikatornya sebagai berikut :

a. Biaya adalah dimensi daya saing operasi yang meliputi empat indikator yaitu biaya produksi, produktifitas tenaga kerja, penggunaan kapasitas produksi dan persediaan. Unsur daya saing yang terdiri dari biaya merupakan modal yang mutlak

dimiliki oleh suatu perusahaan yang mencakup pembiayaan produksinya, produktifitas tenaga kerjanya, pemanfaatan kapasitas produksi perusahaan dan adanya cadangan produksi (persediaan) yang sewaktu-waktu dapat dipergunakan oleh perusahaan untuk menunjang kelancaran perusahaan tersebut.

b. Kualitas seperti yang dimaksudkan oleh Muhardi adalah merupakan dimensi daya saing yang juga sangat penting, yaitu meliputi berbagai indikator diantaranya tampilan produk, jangka waktu penerimaan produk, daya tahan produk, kecepatan penyelesaian keluhan konsumen, dan kesesuaian produk terhadap spesifikasi desain. Tampilan produk dapat tercermin dari desain produk atau layanannya, tampilan produk yang baik adalah yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi. Jangka waktu penerimaan produk dimaksudkan dengan lamanya umur produk dapat diterima oleh pasar, semakin lama umur produk di pasar menunjukkan kualitas produk tersebut semakin baik. Adapun daya tahan produk dapat diukur dari umur ekonomis penggunaan produk .

c. Waktu penyampaian merupakan dimensi daya saing yang meliputi berbagai indikator diantaranya ketepatan waktu produksi, pengurangan waktu tunggu produksi, dan ketepatan waktu penyampaian produk. Ketiga indikator tersebut berkaitan, ketepatan waktu penyampaian produk dapat dipengaruhi oleh ketepatan waktu produksi dan lamanya waktu tunggu produksi.

d. Adapun fleksibilitas merupakan dimensi daya saing operasi yang meliputi berbagai indikator diantaranya macam produk yang dihasilkan, kecepatan menyesuaikan dengan kepentingan lingkungan.

2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Daya Saing

Adapun factor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah :

1. Lokasi

Memperhatikan lokasi usaha sangat penting untuk kemudahan pembeli dan menjadi faktor utama bagi kelangsungan usaha. Lokasi usaha yang strategis akan menarik perhatian pembeli. Menurut Frans (2003:439) : letak atau lokasi akan menjadi sangat penting untuk memenuhi kemudahan pelanggan dalam berkunjung, konsumen tentu akan mencari jarak tempuh terpendek. Walau tidak menutup kemungkinan konsumen dari jarak jauh juga akan membeli, tapi persentasenya kecil.

2. Harga

Menurut Sunarto (2004:206) Harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Faktor harga juga berpengaruh pada seorang pembeli untuk mengambil keputusan. Harga juga berhubungan dengan diskon, pemberian kupon berhadiah, dan kebijakan penjualan.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang. Demi mendapatkan sebuah barang atau jasa yang diinginkannya seorang konsumen harus rela membayar sejumlah uang. Bagi pelangggan yang sensitif bias anya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi (Irawan, 2008:38).

3. Pelayanan

Program pelayanan / *service* seringkali menjadi pokok pemikiran pertama seorang pengelola. Pelayanan melalui produk berarti konsumen dilayani sepenuhnya melalui persediaan produk yang ada, produk yang bermutu. Pelayanan melalui kemampuan fisik lebih mengacu kepada kenyamanan peralatan (*trolley* atau keranjang belanja), tempat parkir yang nyaman, penerangan ruangan yang baik, juga keramahan dari karyawan.

4. Mutu atau kualitas

Keyakinan untuk memenangkan persaingan pasar akan sangat ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Berkenaan dengan kualitas produk, Muhardi dalam bukunya *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing* mengutip pendapat Adam dan Ebert yang menyatakan : "*product quality is the appropriateness of design specifications to function and use as well as the degree to which the product conforms to the design specifications"*. Kualitas produk ditunjukkan oleh kesesuaian spesifikasi desain dengan fungsi atau kegunaan produk itu sendiri, dan juga kesesuaian produk dengan spesifikasi desainnya. Jadi suatu perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya.

5. Promosi

Semakin sering suatu industri melakukan promosi, semakin banyak pengunjung dalam memenuhi kebutuhannya. Promosi bisa dilakukan melalui berbagai iklan baik di media cetak, elektronik, maupun media lain.

Sunarto (2004:298) mengatakan bahwa promosi penjualan terdiri dari insentif jangka pendek untuk mendorong pembelanjaan atau penjualan produk atau

jasa, yang mana promosi penjualan ini mencakup suatu variasi yang luas dari alat-alat promosi yang didesain untuk merangsang respons pasar yang lebih cepat, atau yang lebih kuat.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tabel Penelitien Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Hasmi Ardi Fauzi (2011)	Analisis Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Pembelajaran Organisional Terhadap Kinerja Bisnis	Hasil Analisis data membuktikan bahwa semua hipotesis yang diajukan dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja bisnis dipengaruhi oleh tiga faktor baik itu secara langsung maupun tidak langsung, yaitu pembelajaran organisasional orientasi pasar dan sikap kewirausahaan	- Variabel Kewirausahaan	- Orientasi Pasar - Pembelajaran Organisional
Kartib Bayu dan Eri Mustari (2012)	Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Petani terhadap Penerapan Teknologi Padi Organik Serta Implikasinya Pada Pemanfaatan Potensi Lokal (Kasus Pada Petani P3A Mitra Cai Mekarsari	Sikap Petani dengan Kompetensi petani dalam usaha padi organik memiliki hubungan yang sangat lemah. baik secara parsial maupun simultan sikap petani dan	Sikap Kewirausahaan	- Penerapan Teknologi - Pemanfaatan Potensi Lokal

	Kecamatan Jatitujuah Majahlengka Jawa Barat)	kompetensi petani berpengaruh terhadap penerapan teknologi padi organik. dan pemanfaatan potensi lokal.		
Sonang Sitohang (2008)	Pengaruh Kreativitas dan trade Exhibition terhadap inovasi berkelanjutan dan kinerja pemasaran sentra industri kecil mebel kayu di kabupaten madiun	Kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap inovasi berkelanjutan sentra industri Kecil mebel kayu di kabupaten madiun	Sama2 meneliti sentra industry	Variable x1 dan y berbeda
Eddy Poernomo (2006)	Pengaruh Kreativitas dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Manajer Pada PT.Jesslyn k cakes Indonesia	Kreativitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja manajer	Sama sama memakai 3 variabel	Tesis
SUPRIATNA, Tata (2012)	Kemampuan Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha: Studi (Terhadap Pengusaha Bordir di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya)	Kemampuan Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha: Studi (Terhadap Pengusaha Bordir di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya	Memakai 3 variabe	Tesis
Muliastuti Anggrahini (2011)	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Peran	Hasil penelitian menunjukkan bahwa	Jiwa Kewirausahaan	- Peran Pemerintah

	Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha (Survey Usaha bakso di kota Malang)	pengaruh jiwa kewirausahaan pengusaha dan peranan pemerintah terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 76,1%. Pengaruh terbesar terdapat pada variabel jiwa kewirausahaan sedangkan pengaruh terkecil terdapat pada variabel peranan pemerintah.		

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. Selain itu mereka cenderung memiliki banyak alternatif terhadap situasi tertentu dan mendaya gunakan kekuatan-kekuatan emosional mental di bawah sadar yang dimiliki untuk menciptakan sesuatu atau produk yang baru atau cara baru dan sebagainya.

Selain jiwa kewirausahaan juga dalam melaksanakan bisnis kita harus mempunyai kreativitas yang dimana faktor jiwa kewirausahaan dan kreativitas ini sangat penting dalam dunia bisnis. Setiap pengusaha bertujuan untuk mendapatkan laba dalam usahanya yang memungkinkan keberhasilan mendorong pengusaha untuk memperbarui semangat dalam berusaha dan meningkatkan keberhasilan usaha perusahaan melalui kewirausahaan dan melakukan berbagai Kreativitas. Menurut Suryana (2006:3) Jiwa kewirausahaan terdiri dari Penuh Percaya diri, Memiliki Inisiatif, motif Berprestasi, memiliki Jiwa Kepemimpinana, Berani Mengambil Resiko. Menurut Suryana (2006:42) Kreativitas terdiri dari, Ingin Tau, Optimis, Flexibel, Mencari solusi dari masalah, Orisinil, Suka Berimajinasi. dan Keberhasilan Usaha menurut suryana (2003:85) Modal, Pendapatan, Volume penjualan ,Output produksi,Tenaga Kerja.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa jiwa kewirausahaan dan Kreativitas sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan atau industri kecil, guna mendukung meningkatnya Keberhasilan usaha

2.2.1 Hubungan antara Jiwa Kewirausahaan terhadap Daya Saing

Menurut Surachman (2008:7) dalam penelitiannya, variabel kewirausahaan terhadap daya saing, seperti sistem produksi yang berbasiskan waktu, industri yang memproduksi massa dan produksi berdasarkan pesanan, karena menurut hasil penelitian Vanderembse (1991) kewirausahaan mampu meningkatkan nilai pada pelanggan, yang memperkaya penemuan yang berhubungan dengan pengaruh variabel kewirausahaan terhadap daya saing.

Dari hasil penelitian terdahulu diatas, maka peneliti akan menggunakan penelitian dari Surachman (2008:7), hal ini akan digunakan peneliti sebagai teori penghubung antara jiwa kewirausahaan terhadap daya saing.

2.2.2 Hubungan antara Kreativitas terhadap Daya Saing

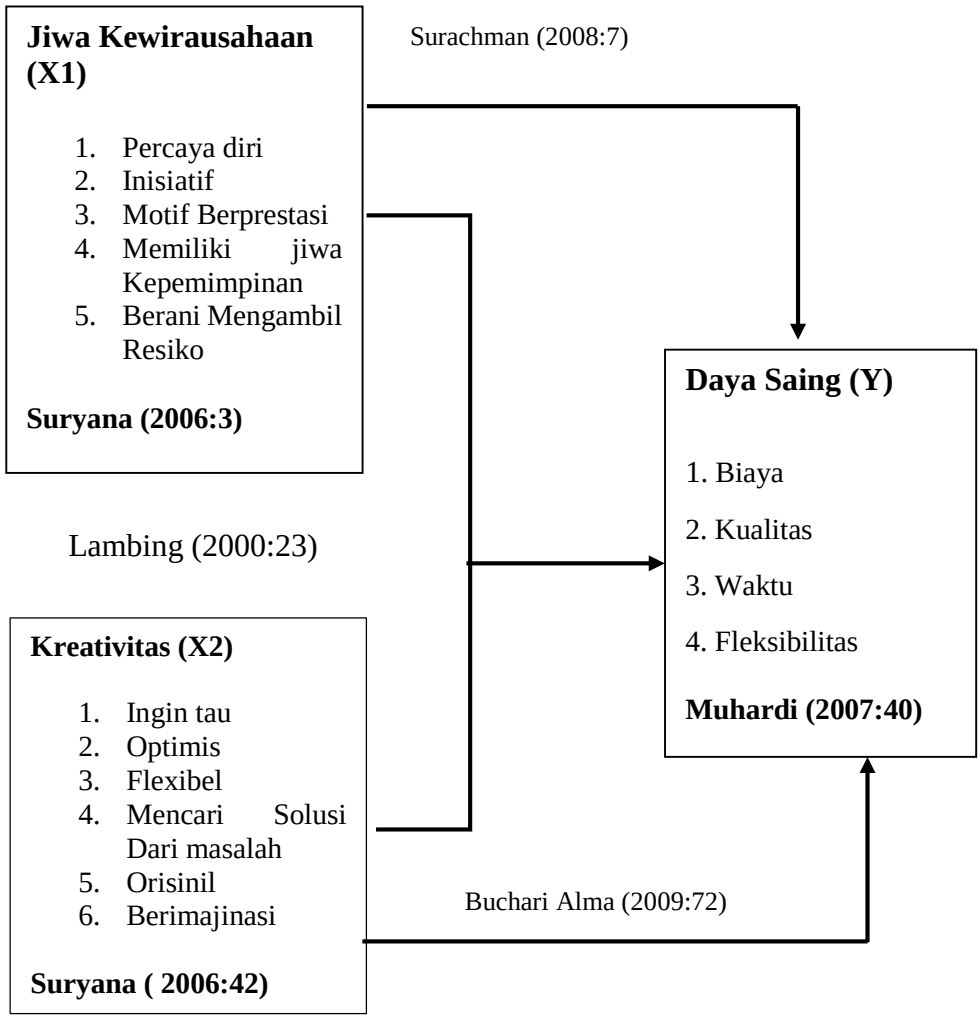
Menurut Buchari Alma (2009:72) Kreativitas menjadi sangat penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, dan kelangsungan hidup bisnis.

Menurut Zimmerer dalam buku Buchari Alma (2009:71) mengemukakan kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide baru dan menemukan cara baru dalam melihat peluang ataupun problem yang d hadapi.

2.2.3 Hubungan antara Jiwa kewirausahaan dan Kreativitas terhadap Daya Saing

Menurut Lambing (2000:23) untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memilki jiwa dan watak kewirausahaan. Seorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memilki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start-up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (*oppertunity*), kemampuan dan keberanian untuk menanggung resiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan sumber daya. 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

Hipotesis Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dibutuhkan suatu pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah terdapat dampak antara variabel X terhadap variabel Y.

Menurut Umi Narimawati (2007 : 59), pengertian Hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Merupakan ungkapan berupa jawaban sementara atas masalah penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran.

2. Jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris melalui suatu analisis (berdasarkan data di lapangan).

3. Kesimpulan yang sifatnya masih sementara dan perlu diuji secara empiris melalui suatu analisis (berdasarkan data dilapangan).

Berdasarkan hal tersebut penulis menetapkan hipotesis bahwa

X1= Jiwa Kewirausahaan diduga mempengaruhi Daya Saing Bisnis.

X2= Kreativitas diduga mempengaruhi Daya Saing Bisnis.

Y= Daya saing bisnis diduga dipengaruhi oleh Jiwa kewirausahaan dan Kreativitas di IKM Batik AA Ade .