BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Jiwa Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Jiwa Kewirausahaan

Kata entrepreneurship yang dahulunya sering diterjemahkan dengan kata kewiraswastaan akhir-akhir ini diterjemahkan dengan kata kewirausahaan. Entrepreneur berasal dari bahasa Perancis yaitu entrepreneur yang artinya memulai atau melaksanakan. Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008:h 10) mendifinisikan: "Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, sertra kepuasan dan kebebasan pribadi".

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai berikut: "Wirausaha usaha merupakan pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang - peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan - tantangan persaingan (Nasrullah Yusuf, 2006).

Wirausahawan adalah orang - orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang - peluang yang ada (Dewanti, 2008:1). Sedangkan kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif

yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses (Suryana, 2006:2). Ahli yang lain mengatakan bahwa wirausaha adalah sebuah pemikiran untuk mewujudkan apa yang diinginkan oleh diri kita tanpa ada sebuah batasan yang dibatasi oleh orang lain dan dapat mengembangkannya ke tahapan yang lebih tinggi (Salim, 2010:8). Berdasarkan pengertian diatas maka dapat dijabarkan mengenai pengertian wirausahawan, yaitu orang yang secara kreatif dan inovatif mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk mewujudkan keinginan (impian) orang tersebut dimasa yang akan datang tanpa dibatasi oleh apapun.

Sedangkan jiwa kewirausahaan menurut Nurcholis Madjid (2002:3) adalah etos yang mengarah adanya keyakinan yang kuat akan harga atau nilai sesuatu yang menjadi bidang kegiatan usaha atau bisnis.

2.1.1.2 Karakteristik Kewirausahaan

Seorang wirausahawan tentunya harus memiliki beberapa karakter agar mampu menjadi wirausahawan yang handal dimasa yang akan datang. Menurut Geoffrey G. Meredith (dalam Dewanti, 2008:4), ciri dan watak wirausahawan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri yaitu wirausahawan harus memiliki watak berkeyakinan tinggi, tidak tergantung pada orang lain, individualis dan optimis.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil yaitu wirausahawan berwatak butuh berprestasi, berorientasi laba, tekun dan tabah, tekad bekerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan inisiatif.

3. Pengambilan resiko dan suka tantangan yaitu wirausahawan mempunyai watak mampu mengambil resiko yang wajar.
4. Kepemimpinan yaitu wirausahawan berperilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran dan kritik.
5. Keorisinilan yaitu wirausaha harus berwatak inovatif dan kreatif serta fleksibel.
6. Berorientasi ke masa depan yaitu wirausaha berpandangan ke depan, perspektif.

2.1.1.3 Pilihan Kewirausahaan

Kasali dkk (2010:18) mengatakan bahwa setiap orang yang mengambil peran atau karir sebagai seorang wirausaha perlu mengetahui pilihan - pilihan apa saja yang tersedia dengan menjadi karyawan, *intrapreneur*, *entrepreneur* atau *social entrepreneur*, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Karyawan yaitu orang yang bekerja pada orang lain dan jika berhasil orang tersebut dapat mencapai karir sebagai professional eksekutif dengan peran sebagai pengambil keputusan.
2. *Intrapreneur* yaitu karyawan yang bekerja pada orang lain, memiliki atasan, namun yang orang tersebut cari adalah kemerdekaan dan akses terhadap *resources* dan orang tersebut memiliki jiwa kewirausahaan.
3. *Entrepreneur* yaitu orang yang tidak bekerja pada orang lain melainkan pada usaha yang didirikan atau dikembangkan sendiri, yang merupakan pemilik usaha yang memiliki kemerdekaan mengatur hidup, arah usaha dan mengambil keputusan - keputusan strategis.

4. *Social entrepreneur* yaitu pelaku kegiatan social yang berwatak *entrepreneur.*

2.1.1.4 Lima Langkah Wirausaha

Gendro Salim (2010) dalam bukunya yang berjudul "Neuro Entrepreneurship, mengubah peluang menjadi uang", mengungkapkan dengan jelas mengenai langkah-langkah pembentukan bisnis yang sangat terstruktur yang terdiri dari:

1. *Fundamental*

   Mengupas tentang teknik dasar yang perlu dikuasai oleh setiap *entrepreneur*. Berbagai kegiatan yang harus dilakukan oleh seorang *entrepreneur* pada tahap ini antara lain menetapkan tujuan pembentukan usaha baik *visi, misi* maupun *goal* 5 tahunan, keuangan yang harus dipersiapkan melalui *budgeting*, proses kerja serta manajemen waktu.

2. *Productivity*

   Mengupas tentang bagaimana membuat perusahaan menjadi sangat produktif. Berbagai kegiatan yang harus dilakukan oleh seorang *entrepreneur* pada tahap ini antara lain membangun kampanye marketing, *Blue Ocean Strategy*, komunikasi dan edukasi pasar, membandingkan biaya dengan penjualan yang terjadi (*cost acquisition versus lifetime value*), mencari ceruk pasar (*finding new customer*), *retention* dan evaluasi.

3. *Simplicity*

   Mengupas tentang bagaimana membuat semuanya menjadi semakin simple (mudah). Berbagai kegiatan yang harus dilakukan oleh seorang *entrepreneur* pada

tahap ini antara lain membuat rencana kerja, struktur organisasi dan *job description*, *Flow Chart*, SOP (Sistem Operasional Prosedur), KPI (*Key Performance Indicator*), *Balance Score Card*, dan lain sebagainya.

4. *Multiply*

   Mengupas tentang bagaimana melipat gandakan usaha yang sudah berjalan. Berbagai kegiatan yang harus dilakukan oleh seorang *entrepreneur* pada tahap ini antara lain mengenai kepemimpinan, rekrutmen, pengembangan, komunikasi dan penilaian.

5. *Freedom*

   Mengupas tentang bagaimana seorang *entrepreneur* tersebut bias bebas menikmati hasil jerih payahnya dalam berwirausaha sehingga ia tidak lagi merasa dibatasi dengan berbagai aktivitasnya sendiri.

2.1.1.5 Indikator Jiwa Kewirausahaan

Menurut Basrowi (2011:27) mengungkapkan beberapa hal yang tentang jiwa yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha:

1. Percaya diri

   Merupakan paduan sikap dan keyakinan seseorang didalam menghadapi tugas atau pekerjaan, yang bersifat internal, sangat relatif dan dinamis dan banyak ditentukan oleh kemampuannya untuk memulai, melaksanakan danmenyelesaikan suatu pekerjaan.

2. Berorientasi tugas dan hasil

    Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan kerja keras.

3. Keberanian mengambil resiko

    Wirausaha adalah orang yangn lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang.

4. Kepemimpinan

    Seorang wirausaha harus memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Dia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru dan berbeda sehingga ia menjadi pelopor, baik dalam proses produksi maupun pemasaran, dan selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai.

5. Berorientasi kemasa depan

    Wirausaha harus menjadi perspektif dan pandangan ke masa depan. Kuncinya adalah dengan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang ada sekarang.

6. Keorisinilan (kreativitas dan inovasi)

    Tidak pernah puas dengan apa yang dilakukan saat ini meskipun cara tersebut cukup baik, selalu menuangkan imajinasi dalam pekerjaanya dan selalu ingin tampil berbeda atau selalu memanfaatkan perbedaan.

2.1.2 Lokasi Usaha

2.1.2.1 Pengertian Lokasi Usaha

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 Broery Andrew Sihombing 2014).

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 Nan Yan, Ruoh dan Molly Eckman 2008).
2. *Retailer* mungkin dapat mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui strategi lokasi (Levy dan Weitz, 2006).

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

Menurut Davidson (1988:234 dalam Martinus Rukismono, AM. Chandra Gunawan 2013), 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.

2.1.2.2 Karakteristik Dari Lokasi

1. Parking (tempat parkir)

   Menurut Levy and Weitz (2007:214) "*The Amount and quality of parking facilities are critical for evaluating a shopping center and specific site within the center. They also must consider the avability of employee parking, the proportion of shoppers using cars,parking by nonshoppers , and the typical length of a shopping trip. A standart rule of thumb for a shooping center and 10 to 15 spaces per 1,000 square feet for a supermarket".*

   Menurut Berman and Ervans (2005:327) " *Sometimes, free parking in shooping locations that are in or close to commercial areas creates problems. Commuters and employees of nearby businesses my park in these facilitues, reducing the number of space available for shoopers* ".

   Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008:237) "Ketersediaan tempat parkir yang memadai sangat diperlukan. Tempat parkir bukanlah sarana pelengkap dalam persyaratan manajemen minimarket, tetapi merupakan salah satu dari 8 P yang disyaratkan (Place, People, Product, Price, Promotion, Profesional, Parking, and Power)".

2. *Store Visibility* (jarak pengelihatan)

   Menurut Levy and Weitz (2007:214) ” *Good visibility is less important for stores with a well-established and loyal customer base, but most retailers still want a direct, unimpeded view of their store* ”.

   Menurut Berman and Ervans (2005:327) *“ visibility refers to a site’s ability to be seen by pedestrian and vehicular traffic. High visibility makes passersby aware a store exists and is open”.*

3. *Adjacent Retailers* (peritel yang berdampingan)

   Menurut Levy and Weitz (2007:214) ”*Location with complementary, as well as competing, adjacent retailers have the potential to build traffic. The grouped location approach is based on principle of cumulative attraction, which states that a cluster of similiar and complementary retailing activities will generally have greater drawing power than isolated stores that engage in the same retailing activities”*.

2.1.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Sebuah Lokasi

Menurut Utami (2010:145), 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:

- Analisis makro, untuk menaksir aksesibilitas lokasi pada tingkat makro ritel secara bersamaan mengevaluasi beberapa faktor seperti pola - pola jalan, kondisi jalan dan halangan - halangan.
- 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.

2.1.2.4 Indikator Lokasi Usaha

Menurut Berman & Evans dalam Ma'ruf (2006:113), indikator dari lokasi adalah sebagai berikut:

1. Ketersediaan lahan parkir
2. Memiliki tempat yang cukup luas
3. Lokasi pasar bersehati dilalui banyak alat trasportasi
4. Lokasi yang strategis.

2.1.3 Keberhasilan Usaha

2.1.3.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Algifari (2003:118), keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis.

Menurut Ranto (2007:20) keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahanya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.

Menurut Suryana (2003:285) dalam Fitria Lestari adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuanya. Menurut Hendry Faizal Noor (2007:397) dalam Fitria Lestari mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis untuk mencapai tujuanya.

2.1.3.2 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Dan Kegagalan Usaha

1. Faktor - faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha

Salah satu seminar Gerald Abraham salah seorang penasehat bisnis pada sebuah firma hukum, juga pemilik dan direktur sebuah konsultan keuangan di tahun 2006, berisi tentang menjadi sukses dengan memahami 9 aspek penting sebelum memulai

usaha yaitu (1) Memahami konsep produk atau jasa secara baik, (2) Membuat visi dan misi bisnis, (3) Perlunya *winning, positive dan learning attitude* untuk menjadi sukses, (4) Membuat perencanaan dan strategi bisnis yang efektif akan menghindari usaha daripada risiko bisnis dan keuangan, (5) Pengetahuan dasar manajemen, organisasi dan sistem akan menghindari usaha daripada risiko manajemen, (6) Optimalisasi sumber daya manusia maka 50% usaha Anda sudah berhasil, (7) Mengapa kreativitas, kepemimpinan dan proses pembuatan keputusan sangat penting, (8) Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan dan pembiayaan (9) Pemasaran, pelayanan dan *product brand* /

Menurut Suryana (2003:44) keberhasilan usaha ditentukan oleh faktor - faktor berikut :

1. Kemampuan dan kemauan.
2. Memiliki tekad yang kuat dan kerja keras.
3. Ketepatan dan peluang.

Faktor - faktor penting dalam menciptakan dan membangun awal kesuksesan usaha : yaitu : (1) Mempunyai visi jangka panjang, (2) Merekrut orang terbaik dan mengelolanya dengan baik, (3) Tetap fokus, (4) Inovasi ; jangan meniru, (5) Membuat ekspektasi yang realistis, (6) Memiliki pemahaman pasar dan kompetisi dengan jelas, (7) Jalankan bisnis dengan disiplin, (8) Mencari rekan yang tepat, (9) Mengembangkan budaya sukses didalam organisasi, (10) Melakukan tinjauan bisnis dan market secara teratur, (11) Belajar, dan terus belajar, (12) Siap untuk perubahan.

2. Faktor - faktor yang mempengaruhi kegagalan usaha

Banyak kisah tentang wirausahawan yang cenderung menceritakan akan keberhasilan mereka dari pada alasan yang menyebabkan kegagalan. Pada kenyataannya wirausahawan yang menemui kegagalan jauh lebih banyak dari pada mereka yang berhasil.

Zimerrer (2002:23) mengemukakan beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha baru :

1. Ketidakpastian manajemen. Lemahnya kemampuan pengambilan keputusan dan kurangnya pengalaman manajemen merupakan masalah utama dari kegagalan usaha.
2. Kurang pengalaman baik dalam kemampuan teknis, kemampuan menvisualkan usaha, mengkoordinasikan, kemampuan mengintergrasikan berbagai kegiatan bisnis menjadi keseluruhan yang sinergik, dan keterampilan mengelola orang – orang dalam organisasi serta memotivasi mereka untuk meningkatkan tingkat kinerja mereka.
3. Lemahnya kendali keuangan. Dua kesalahan keuangan yang sering terjadi diperusahaan kecil : kekurangan modal dan kelemahan dalam kebijakan kredit terhadap pelanggan.
4. Gagal mengembangkan perencanaan strategis. Membangun suatu perencanaan strategis memaksa seseorang wirausahawan untuk menilai secara *realistis* potensi bisnis yang diusulkan.
5. Pertumbuhan tak terkendali. Kadang - kadang wirausahawan mendorong pertumbuhan cepat usahanya hingga melewati kemampuannya dalam mengelola usaha tersebut.

6. Lokasi yang buruk. Pemilihan lokasi yang tepat untuk usahawan merupakan suatu seni dan ilmu.

7. Pengendalian persedian yang tidak baik. Pengendalian persediaan adalah salah satu tanggung jawab manajerial yang paling sering diabaikan sehingga dapat mengakibatkan kekurangan pelanggan.

8. Ketidakmampuan membuat transisi. Pertumbuhan usaha memerlukan perubahan gaya manajemen yang secara drastis berada dan mengharuskan wirausahawan untuk mendelegasikan wewenang serta melepaskan pengendalian sehari – hari.

2.1.3.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Andreas (2011), indikator dari keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

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

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Tahun	Sumber Jurnal	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	2013	JURNAL STIE SEMARANG, VOL 5, NO 1 (ISSN 2252-7826)	Lies Indrianti	ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAPKEBERHASILAN USAHA MIKRO DAN KECIL	Bahwa modal kerja dan kemampuan / skills berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha	Menggunakan variabel dependent yang sama, yaitu keberhasilan usaha	Menggunakan variabel independentyang berbeda, yaitu modal kerja dan skills.
2.	2013	Jurnal EMBA Vol 1 No 3 ISSN 2303 – 1174	Hendra Fure	LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA	Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli	Menggunakan Variabel independent yang sama yaitu Lokasi Usaha	Menggunakan variabel dependent yang berbeda, yaitu minat beli konsumen.

3.	2010	Jurnal Wrausaha dan Bisnis	Atin Hafidiah. Nurhayatidan Trisa Nur Kania	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada Usaha Produk Tekstil di Kabupaten Bandung	Terdapat pengaruh langsung antara jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha .	Sama–sama menggunakan jiwa kewirausahaan sebagai variabel independent	Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur
4.	2013	e-Jurnal Kewirausahaan Volume 1 Nomor 1 Oktober 2013 E-ISSN 2339-1804	Martinus Rukismono	Pengaruh Tempat Parkir, Jarak Pengelihatan, Peritel Yang Berdampingan TerhadaKesuksesan Bisnis Toko Sparepart dan Variasi Motor Di Surabaya	faktor tempat parker, jarak pengelihatan dan peritel berdampingan mempunyai pengaruh serempak dan signifikan terhadap kesuksesan bisnis.	Sama – sama menggunakan Keberhasilan usaha variable dependent	Menggunakan variable independent yang berbeda, yaitu Tempat Parkir, Jarak Pengelihatan, dan Peritel yang berdampingan
5.	2008	Jurnal Inovasi Pendidikan Kimia, Vol. 2, No. 2, 2008	Sri Susilogati Sumarti	PENINGKATAN JIWA KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA CALON GURU KIMIA DENGAN PEMBELAJARAN PRAKTIKUM KIMIA DASAR BERORIENTASI CHEMOE-NTREPRENEURSHIP	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jiwa kewirausahaan berhubungan dengan kemandirian kerja	Menggunakan satu variable independent yang sama, yaitu jiwa kewirausahaan	Hanya menggunakan satu variabel dalam penelitian

6.	2012	JURNAL STIE SEMARANG, VOL 4, NO 3 JURNAL STIE SEMARANG, VOL 4, NO 3	Rudika Harminingtayas	ANALISIS FAKTOR PELAYANAN, FASILITAS, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PENGHUNI PERUMAHAN PERMATA PURINGALIAN SEMARANG	Hasil penelitian menunjukkan fsemua variabel dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Faktor fasilitas mempunyai pengaruh yang paling besar disusul oleh factor lokasi perumahan.	Sama – sama menggunakan Lokasi sebagai variabel independent	Menggunakan variabel dependent yang berbeda, yaitu kepuasan konsumen
7.	2007	Jurnal Ilmiah Ranggading Volume 7 No 2 ISSN 138 -142	Syahlan A. Sume	Analisis Lokasi Perusahaan dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Bahwa Lokasi Usaha dan Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan tehadap kepuasan pelanggan	Menggunakan variabel independent yang sama, yaitu Lokasi Usaha	Memakai variabel dependent yang berbeda, yaitu Kepuasan pelanggan
8.	2009	JURNAL EKONOMI BISNIS, TAHUN 2014, NOMOR 1,	Bambang Hermanto	Lokasi Usaha , karakteristik bisnis terhadap strategi bisnis di usaha kecil Sulawesi Utara	Lokasi usaha memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap strategi bisnis	Sama – sama menggunakan variabel yang sama, yaitu lokasi usaha	Memakai variabel dependent yang berbeda, yaitu strategi bisnis

2.2 Kerangka Pemikiran

Kewirausahaan merupakan tempat dimana kita bisa menciptakan hal - hal yang baru, serta menciptakan sebuah inovasi dan kreativitas yang kita miliki. Jiwa kewirausahaan harus mempunyai keberanian dalam menghadapi resiko persaingan dari luar. Jiwa Kewirausahaan harus memiliki rasa percaya diri yang kuat, harus berani mengambil resiko dalam usaha,lalu harus mempunyai jiwa kepemimpinan yang baik, lalu harus mempunyai berorientasi untuk masa depan. Sehingga pada saat kita membuka suatu usaha kita telah mempersiapkan matang – matang agar usaha yang kita rintis dapat berkembang menjadi besar dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Lokasi usaha adalah tempat dimana yang cocok untuk melakukan kegiatan usaha, lokasi usaha juga sangat berpengaruh kepada para pengusaha karena dengan pemilihan lokasi yang tepat usaha yang kita jalankan akan semakin berkembang dan mencapai terhadap suatu keberhasilan usahanya. Oleh karena itu untuk para pengusaha yang ingin membuka usahanya harus pintar memilih lokasi untuk usahanya dengan cara memilih lokasi yang strategis, memilih tempat yang luas, serta memilih lokasi yang dapat diakses oleh alat transportasi.

Seseorang menekuni usahanya yang tujuannya untuk mencapai keberhasilan usaha, sebagai pelaku usaha wirausaha perlu memanfaatkan sumber daya yang ada, untuk mencapai keberhasilan usaha para pelaku usaha dituntut untuk supaya bekerja yang ulet, serta mau berkorban dan bersaing dengan perusahaan lain. Oleh karena itu para pengusaha perlu dibekali ilmu tentang berwirausaha yang baik serta mengikuti pelatihan wirausaha yang tujuannya agar perusahaan yang kita rintis mampu

berkembang dan bersaing dengan perusahaan lain dan mencapai suatu keberhasilan usaha.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel

2.2.1.1 Keterkaitan Antara Jiwa Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha

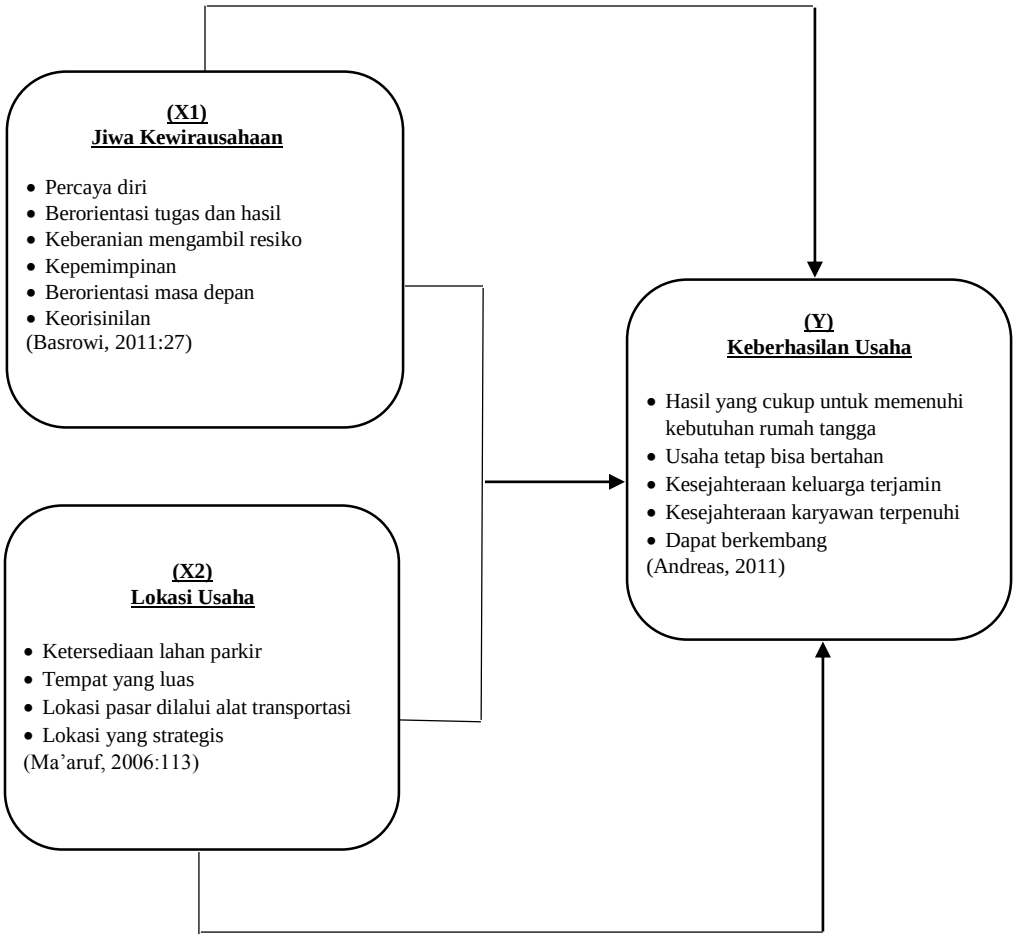
Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009:3), wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul**.**

2.2.1.2 Keterikatan Antara Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha

Menurut Natalie (2000) dalam Bambang Hermanto (2008:5) menyatakan bahwa "pilihan lokasi usaha yang tepat menimbulkan dampak positif terhadap keunggulan bisnis usaha."

2.2.1.3 Keterkaitan Antara Jiwa Kewirausahaan, Lokasi Usaha, dengan Keberhasilan Usaha

Berdasarkan Suryana (2003, p146) Untuk bisnis hendaknya dipilih lokasi yang paling strategis dan paling efisien baik bagi perusahaan itu sendiri maupun pelanggannya. Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan dalam dirinya akan mampu menilai lokasi yang terbaik bagi usahanya agar usaha tersebut memperoleh keberhasilan.



Gambar 2.2

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Dari berbagai macam teori yang ada di bab ini, dan juga berbagai teori penghubung antar variabel yang telah disebutkan, maka penulis menarik kesimpulan sementara, yaitu:

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 perusahaan secara simultan maupun parsial.

Sub Hipotesis:

- Terdapat pengaruh Jiwa Kewiarusahaan terhadap Keberhasilan Usaha.
- Terdapat pengaruh Lokasi Usaha dengan Keberhasilan Usaha