BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Inovasi Produk

Wahyono (2002:28-29) menjelaskan bahwa inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan dasar yang pada gilirannya akan mengarah pada terciptanya keunggulan kompetitif. Secara konvensional, istilah inovasi dapat diartikan sebagai terobosan yang berkaitan dengan produk-produk baru. Namun seiring dengan perkembangan yang terjadi, pengertian inovasi juga mencakup penerapan gagasan atau proses yang baru. Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungannya yang dinamis. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah memaksa perusahaan untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru, dan menawarkan produk-produk inovatif. Dengan demikian inovasi semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai suatu alat untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk unggul dalam persaingan dan kunci keberhasilan usaha.

Jose Briones (dikutip dalam Dhewanto dkk, 2015) menyimpulkan bahwa inovasi pada produk bukan hanya sekedar menemukan hal atau produk yang baru, namun hal baru tersebut harus berpotongan dengan *added value* atau nilai tambah dalam barang. Jadi bila terciptanya produk baru atau penemuan baru yang tidak menawarkan nilai tambah di dalamnya, maka produk tersebut

hanya dapat digolongkan sebagai produk baru, dan belum bisa disebut sebagai inovasi produk. Inovasi dalam kewirausahaan terbagi atas dua tipe inovasi yang membentuk keuntungan bagi suatu usaha dengan cara yang berbeda yaitu inovasi produk dan inovasi proses (Mc Daniel, 2002:105).

Inovasi produk menurut *Business Dictionary* bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengonsep ulang dalam rangka meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Penemuan produk baru, meningkatkan spesifikasi dan kualitas produk, atau memasukan komponen baru, materi baru atau bahkan fungsi yang baru merupakan sebuah bentuk inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan.

Glossary of Statistical Term, dalam situsnya mendefinisikan inovasi produk sebagai sebuah pengenalan atas barang atau jasa yang baru. Peningkatan karakteristik atau kegunaan produk tersebut juga dianggap sebagai nilai tambah hasil dari inovasi produk yang dilakukan perusahaan. Peningkatan tersebut juga termasuk pada peningkatan secara teknis, peningkatan komponen barang, bahan baku, software dan kemudahan penggunaannya, atau karakteristik fungsional yang lainnya.

Cambridge Dictionary mendefinisikan inovasi produk sebagai sebuah proses perancangan produk baru atau membuat pembaharuan dari produk yang sebelumnya sudah hadir. Seiring dengan meningkatnya kompetisi yang terjadi di pasar saat ini, maka peningkatan kekuatan pasar dapat dilakukan salah satunya

dengan menginvestasikan sumber daya (*resources*) pada produk inovasi dan kecerdasan pemasaran (*clever marketing*). Inovasi produk yang sukses biasanya dikenang bahkan lebih dari satu dekade

Berdasarkan definisi dari berbagai kamus bisnis di atas, sebuah kesimpulan dapat diambil. Bahwa sebuah inovasi produk bukan hanya merupakan bentuk dari penciptaan produk baru yang dihasilkan perusahaan, namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu (baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan) barang yang sebelumnya sudah pernah dipasarkan.

2.1.1.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk

Menurut Li, (1998) faktor yang mempengaruhi cepat atau lambatnya suatu inovasi diadopsi atau ditolak tergantung pada para anggota suatu sistem sosial menghayati lima karakteristik inovasi yang meliputi sebagai berikut:

1. Relative advantage (keuntungan relatif)
2. Compatibility (keserasian)
3. Complexity (kerumitan)
4. Trialibility (kemungkinan dicoba)
5. Observability (kemungkinan diamati)

Hal tersebut sangat menentukan tingkat suatu adopsi dari pada faktor lain seperti jenis keputusan, saluran komunikasi, sistem sosial dan usaha yang intensif dari agen perubahan.

2.1.1.2 Indikator Inovasi Produk

Kotler dan Armstrong (dikutip dalam Dhewanto dkk, 2015) menjelaskan ada 3 atribut indikator yang menempel dari inovasi produk, yaitu:

1. Fitur Produk

   Ialah varian suatu produk yang unik, istimewa dan kekhasan yang dimiliki produk tersebut sebagai nilai jual tambahan.

2. Desain dan rancangan Produk

   Konsep yang menggambarkan suatu produk dengan tampilan yang unik dalam penyajianya sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

3. Kualitas produk

   Sebuah tingkatan dari produk yang mampu melakukan fungsinya semaksimal mungkin diantaranya adalah daya tahan produk, kehandalan dan ketelitian produk yang dihasilkan.

2.1.2 Pengertian Jiwa Kewirausahaan

Jiwa kewirausahaan ada pada setiap orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif, pada setiap orang yang meyukai perubahan, pembaruan, kemajuan, dan tantangan. (Suryana, 2017:10)

Kewirausahaan menurut Soegoto (2009:3) 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.

Shane & Venkataraman, (2000), kewirausahaan adalah penemuan, penciptaan, dan sebab dan akibat yang ditimbulkan peluang untuk mewujudkan produk dan jasa yang digunakan pada masa yang akan datang. Menurut Soegoto (2009:3) wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul. 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. (Marbun dikutip dalam Alma, 2007).

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 yang tinggi walaupunmerupakan pemilik usaha dan penanggungjawab akan keberhasilan maupun kegagalanusaha.

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 Nickels, (2005:177):

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 sebelum mereka berhasil.

Terdapat beberapa karakteristik dari wirausaha yang berhasil memiliki sifat-sifat yang dikenal dengan istilah 10 D dikemukakan oleh Bygrafe (dikutip dalam Suryana, 2010:60-62):

1. *Dream*, wirausaha mempunyai visi tentang kenginannya di masa depan dalam kehidupan pribadi dan usahanya dan berusaha untuk menggunakan kemampuannya untuk mewujudkan visi tersebut.
2. *Decisivenese*, wirausaha tidak bekerja lambat. Keputusan yang diambilnya merupakan keputusan yang cepat namun, tetap penuh perhitungan. Kecepatan dan ketepannya dalam mengambil keputusan merupakan faktor utama dalam kesuksesan bisnis.
3. *Doers*, setelah keputusan diambil wirausaha langsung mengambil tindakan lebih lanjut. Kegiatannya di lakukan dengan cepat tanpa ditunda.
4. *Determination*, kegiatan yang dilakukan oleh wirausaha dilakukan dengan penuh perhatian. Ia memiliki sikap tanggung jawab dan tidak menyerah pada halangan apapun.
5. *Dedication*, wirausaha mendedikasikan dirinya pada bisnis yang dijalankan dengan sungguh-sungguh tidak jarang mereka

mengorbankan keluarganya dan kesenagan dirinya untuk sementara waktu.

6. *Devotion*, wirausaha mencintai pekerjaan dan produk yang di hasilkannya. Kecintaannya pada pekerjaan membuat ia terdorong untuk mencapai hasil yang diinginkan.
7. *Details*, wirausaha memperhatikan segala faktor yang ada tanpa mengabaikan faktor sekecil apapun yang dapat menghambat berjalannya bisnis.
8. *Destiny*, wirausaha bertanggung jawab pada nasib dan tujuan yang ingin dicapai. Ia menyukai kebebasan tanpa bergantung pada orang lain.
9. *Dollars*, motivasi wirausaha tidak hanya untuk mendapatkan uang. Melainkan uang digunakan sebagai ukuran kesuksesan yang telah diraihnya. Ia merasa layak untuk mendapatkan keuntungan jika bisnisnya sudah dapat berjalan dengan sukses.
10. *Distribute*, wirausaha bersedia mendistribusikan kepemilikan bisnisnya pada orang yang telah dipercaya. Orang-orang kepercayaannya merupakan orang yang memiliki semangat dan jalan pikiran yang sama.

2.1.2.1 Indikator Jiwa Kewirausahaan

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

1. Penuh percaya diri

   Seseorang yang memiliki jiwa wirausaha merasa yakin bahwa apa-apa yang diperbuatnya akan berhasil walaupun akan menghadapi berbagai rintangan. Tidak selalu dihantui rasa takut akan kegagalan sehingga membuat dirinya optimis untuk terus maju Indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.

2. Memiliki inisiatif

   Menunggu akan sesuatu yang tidak pasti merupakan sesuatu yang paling dibenci oleh seseorang yang memiliki jiwa wirausaha. Dalam menghadapi dinamisnya kehidupan yang penuh dengan perubahan dan persoalan yang dihadapi, seorang wirausaha akan selalu berusaha mencari jalan keluar. Mereka tidak ingin hidupnya digantungkan pada lingkungan, sehingga akan terus berupaya mencari jalan keluarnya. Indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.

3. Memiliki motif berprestasi

   Berbagai target demi mencapai sukses dalam kehidupan biasanya selalu dirancang oleh seorang wirausaha. Keberhasilan demi keberhasilan yang diraih oleh seseorang yang berjiwa *entrepreneur* menjadikannya pemicu untuk terus meraih sukses dalam hidupnya. Indikatornya adalah terdiri dari orientasi pada hasil dan wawasan ke depan.

4. Memiliki jiwa kepemimpinan.

   Leadership atau kepemimpinan merupakan faktor kunci menjadi wirausahawan sukses. Berani tampil ke depan menghadapi sesuatu yang baru walaupun penuh resiko. Keberanian ini tentunya dilandasi perhitungan yang rasional. Indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dikritik, dan tangguh dalam bertindak.

5. Berani mengambil risiko

   Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan daripada usaha yang kurang menantang. Indikatornya adalah penuh perhitungan.

2.1.3. Keberhasilan Usaha

Sebagai ukuran keberhasilan usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan. Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan petumbuhan usaha (Glancey dikutip dalam Priyanto, 2009:73).

Suryana (2011:66) mengatakan bahwa untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang.

Erliah (2007) mengatakan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan. Menurut Priyanto (2009:59) seseorang yang memiliki kewirausahaan tinggi dan digabung dengan kemampuan manajerial yang memadai akan menyebabkan dia sukses dalam usahanya. Menurut Primiana (2009:49) bahwa keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi.

Algifari (2003:118) mengatakan bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Mudzakar (dikutip dalam Andari, 2011:21) berpendapat bahwa, keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat/sekelasnya. Noor (2007:397) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Menurut Anoraga (2002), keberhasilan usaha dapat tercapai jika memliki persiapan yang matang, yaitu dengan menyiapkan rencana usaha (*business plan*). Rencana usaha menjadi acuan dalam semua aktivitas yang akan dilaksanakan usaha tersebut, apapun jenis usaha yang dijalankan. Dengan adanya rencana usaha maka hasil kinerja yang ada dapat diukur keberhasilannya. Suryana (2006:7) menggambarkan seorang yang berhasil berwirausaha sebagai orang yang mampu menggabungkan nilai, sifat utama

(pola perilaku) dan sikap dengan modal pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan praktis, sehingga dapat dikatakan bahwa pedoman, pengharapan, serta nilai baik yang berasal dari diri sendiri ataupun kelompok dapat mempengaruhi pembentukan perilaku kewirausahaan.

Keberhasilan usaha diidentikkan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan jumlah karyawan, peningkatan modal, dan lain-lain. Sehingga, dapat diketahui bahwa definisi keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif dan hal tersebut terlihat dari usaha dari wirausaha dimana suatu keadaan usahanya yang lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya.

Dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis, target perusahaan yang ditentukan oleh manajer pemilik usaha, permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan, kinerja keuangan, serta image perusahaan.

2.1.3.1 Faktor – Faktor Keberhasilan Usaha

Faktor-Faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha menurut Tanjung, (2012) yaitu:

1. Faktor Produksi

   Produk yang dihasilan dapat diproduksi sendiri atau dengan menjual kembali produk orang lain. Kualitas dan harga produk yang ditawarkan haruslah sesuai.

2. Faktor Pemasaran

   wirausaha dapat melakukan promosi dengan Produk yang ditawarkan kepada target pasar harus mudah diperoleh atau paling tidak pelanggan mengetahui bagaimana untuk mendapatkan produk tersebut, misalnya dengan memberikan beberapa alternatif untuk melakukan pemesanan.

3. Faktor Manajemen

   wirausaha harus selalu berusaha untuk lebih efisien dan efektif dalam mengelola usahanya. Hal-hal yang dapat dilakukan di antaranya ialah dengan melakukan benchmarking dengan meniru usaha yang berhasil, memiliki nilai tambah dibaningkan dengan usaha lain yang sejenis, strategi yang lebih unggul dan lain-lain.

4. Faktor Keuangan

   Melakukan sentralisasi pengendalian keuangan dengan cara melakukan efisiensi anggaran, terutama dengan pemotongan biaya-biaya yang tidak berhubungan langsung dengan proses produksi, peramalan arus kas, pengelolaan modal kerja, dan mengurangi penjualan dengan cara piutang.

2.1.3.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Tambunan (2002) mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha kecil dapat diukur dengan indikator ketahanan usaha, pertumbuhan tenaga kerja, dan pertumbuhan penjualan. Indikator-indikator dari keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Jumlah tenaga kerja

   Adalah banyaknya orang yang bekerja pada suatu usaha. Indikatornya adalah jumlah karyawan yang dimiliki oleh wirausahawan.

2. Volume penjualan

   Adalah jumlah penjualan yang dihasilkan untuk satu tahun. Indikatornya adalah jumlah penjualan dalam satu tahun, frekuensi produksi per bulan, peningkatan penjualan, dan perkembangan hasil usaha beberapa tahun.

3. Ketahanan usaha

   Adalah lama usaha yang dijalankan oleh wirausahawan. Indikatornya adalah lama atau umur usaha yang dijalankan dan usaha pernah vakum atau berhenti produksi.

4. Pendapatan

   Adalah jumlah penerimaan bersih yang diterima oleh wirausahawan dari usahanya. Indikatornya adalah pendapatan usaha selama satu tahun.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, judul, tahun	Hasil penelitian	persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota manado Cynthia vanessa djodjobo dan hendran.tawas, (2014)	Pengaruh orientasi kewirausahaan,inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota manado	Menggunakan variabel yang sama inovasi produk	Posisi variabelnya berbeda
2	Surrahman, Pengaruh kewirausahaan terhadap proses inovasi dan dampaknya terhadap daya saing (2007)	Variabel kewirausahaan dan inovasi tidak berpengaruh terhadap daya saing	Menggunakan variabel yang sama Meneliti objek penelitian yang sama	Posisi Variabel nya berbeda Metode yang digunakan
3	Iin Mu'minah, Inovasi dan adaptability UKM sebagai strategi menghadapi persaingan AFTA (Studi kasus sentra rajutan Binong Jati)	Inovasi berpengaruh terhadap daya saing dalam menghadapi AFTA	Menggunakan variabel yang sama	Metode yang Digunakan
4	Ernani Hardiyati, Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil (2010) Jurnal Manaje men dan kewirau sahaan, Vol. 13, No. 1	Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewriausahaan usaha kecil	Sama-sama menggunakan variabel independent yaitu inovasi	Salah satu variabel sama
5	Balqish,pengaruh Jiwa kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Distro yang terdaftar pada Kick di Kota Bandung) (2015)	menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha	kedua variabel sama	Metode yang digunakan Pengguna an variabel

No	Nama peneliti, judul, tahun	Hasil penelitian	persamaan	Perbedaan
6	IGAN. Dananjaya, N. Suparta, I G. Setiawan AP, Pengaruh Jiwa Kewiraushaan dan Manajemen Agribisnis Terhadap Keberhasilan Gapoktan Simantri di Kabupaten Tabanan (2014) Jurnal Manaje men Agribis nis, Vol. 2, No 2, (ISSN: 2355075	Jiwa Kewirausahaa n dan manajemen agribisnis berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha kelompok tani	Sama-sama menggunakan jiwa kewirausaha an sebagai variabel independent	Menggun akan variabel independe nt yang berbeda yaitu manajeme n agri bisnis
7	Chamdan Prunama, Suyanto, Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu di Jawa Timur) (2010) jurna l mana jemen dan kewirausahaan, vol 12, no. 2, 177184	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kemampuan usaha lebih dominan mempengaruhi keberhasilan usaha dibandingkan dengan motivasi usaha.	Menggunakan variabel dependent yaitu keberhasilan usaha	Menggun akan variabel independe nt yang berbeda yaitu motivasi usaha dan kemampu an usaha
8	The Impact of Entrepreneurs' Characteristics on Small Business Success at Medical Instruments Supplies Organizations in Jordan Oleh: Murad Husni Abdulwahab, MBA (International Journal of Business and Social Science Vol. 6, No. 8; August 2015)	The entrepreneurs' characteristics have positive impact on small business success of the medical instruments supplies organizations in Jordan.	Menggunaka n variabel keberhasilan usaha dan karakteristik jiwa kewirausahaa n	Menggun akan dua variabel
9	Mawaddah, Nadia Inda , Pengaruh Inovasi Dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Studi Kasus Pelaku Umkm Kuliner Chinatown Asia Mega Mas Medan (2016)	ditemukan hasil bahwa inovasi dan jiwa kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Maka ketika inovasi dan jiwa kewirausahaan wirausaha tinggi maka keberhasilan usaha yang akan dicapainya juga akan tinggi	Mmenggunak an variabel keberhasilan usaha dan jiwa kewirausahaa n	Objek penelitian yang berbeda

2.2. Kerangka Pemikiran

Dalam buku Suryana (2010:62) ada 7 watak yang harus dimiliki seorang wirausaha salah satunya yaitu mempunyai watak keinovasian dalam membangun keberhasilan usaha. Inovasi produk dan inovasi proses bersifat sangat vital bagi keberhasilan serta ketahanan suatu usaha. Sesungguhnya inovasi produk merupakan inti kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan perusahaan besar lainnya yang menjadi pesaing mereka. Meskipun mereka tidak dapat melawan saingan mereka yang lebih besar dalam biaya, perusahaan tapi dapat saja menciptakan keunggulan kompetitif, dibandingkan dengan perusahaan besar, melalui tindakan pesaing-pesaing mereka dalam bidang penciptaan dan inovasi produk.

Penjelasan ini didukung pendapat Dhewanto dkk (2015) yang mengatakan bahwa Usaha kecil dan mikro harus membuat inovasi sebagai bagian mendasar dari pengembangan organisasi mereka dikarenakan inovasi dapat menciptakan kesuksesan bisnis. Penejlasan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Afrida (2014) bahwa faktor inovatif mempunyai pengaruh terhadap keberhasilan usaha, dalam bidang kuliner di Kambang Iwak (KI) Palembang.

Keberhasilan usaha atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadianya, Suryana (2006:27). Penjelasan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2012) jiwa kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Penelitian lain yang dilakukan oleh Balqish (2015) bahwa adanya hubungan yang sangat kuat antara jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

2.2.1 Keterkaitan Antara Inovasi produk Dan Keberhasilan Usaha

Menurut Dhewanto dkk (2015:111) melakukan inovasi produk perlu dilakukan untuk memenangkan persaingan di pasar, memikat pelanggan dengan produk yang berbeda dan memuaskan harapan konsumen sehingga konsumen tidak meninggalkan produk yang dihasilkan sehingga dapat meningkatkan penjualan dan menjadi berhasil. dan Dhewanto dkk (2015:45) mengatakan bahwa UKM harus membuat inovasi sebagai bagian mendasar dari pengembangan organisasi mereka karena inovasi dapat menciptakan kesuksesan bisnis.

2.2.2 Keterkaitan Antara Jiwa Kewirausahaan Dengan Keberhasilan Usaha

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

Wirausaha adalah pembawa perubahan dalam dunia bisnis yang tidak menyerah dalam berbagai kesulitan untuk mengejar keberhasilan usaha yang dirintis secara terencana. (Suryana, 2010:26)

2.2.3 Keterkaitan Antara Inovasi produk Dengan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

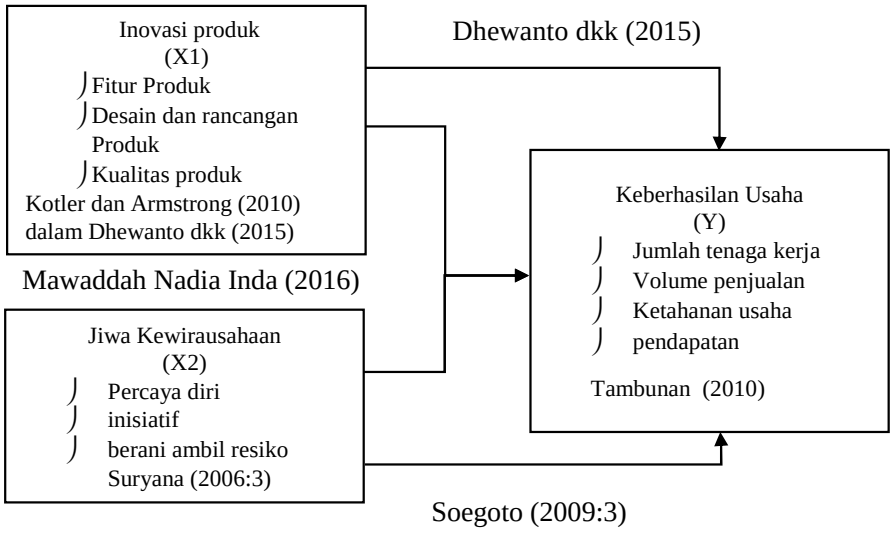
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Inda (2016) menyimpulkan bahwa ketika inovasi yang berdimensi inovasi produk, proses, pasar dan jiwa kewirausahaan dilakukan dengan intensitas tinggi oleh para wirausaha maka keberhasilan usaha yang akan dicapainya juga akan semakin tinggi.

Penjelasan ini di dukung menurut pendapat Dhewanto dkk (2015:46) yaitu Dengan memahami serta menggunakan inovasi dalam bersaing dengan perubahan

dalam dunia bisnis yang dinamis, pelaku usaha harus terus maju dengan kekayaan ide-ide kreatif dan inoavtif yang dapat dirubah menjadi produk dan jasa yang kompetitif. Sehingga memungkinkan pengusaha dan usaha kecil mikro mereka untuk mengumpulkan keuntungan finansial yang pada giliranya dapat membantu meningkatkan perekonomian.

Menurut Arnoud De Meyer dan Sam Garg (dikutip dalam Pasaribu, 2016:206), probabilitas keberhasilan ekonomi dari sebuah inovasi sebesar 20-30 persen dari seluruh proyek yang diorganisir, berdasarkan angka tersebut berarti suatu inovasi memerlukan ketekunan agar dapat berhasil, banyak ide-ide cemerlang yang muncul dari penelitian yang unggul dan dari pengalaman para manager yang mempunyai performa tingi, dengan demikian untuk memunculkan inovasi di antaranya diperlukan sifat kepemimpinan (leadership).

Paradigma Penelitian :



Gambar 2.1 kerangka pemikiran

2.3 **Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenaranya. Hubungan antar variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

Sub Hipotesis:

H1: inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha Pelaku Usaha Komunitas Bandung *Food Truck*.

H2: Jiwa kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha Pelaku Usaha Komunitas Bandung *Food Truck*.

Hipotesis Utama:

Terdapat pengaruh inovasi produk dan jiwa kewirausahaan secara simultan terhadap keberhasilan usaha Pelaku Usaha Komunitas Bandung *Food Truck*.