

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Karakteristik Wirausaha

Menurut (Suryana & Bayu, 2013) dari segi karakteristik, wirausaha adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. (Bachrum, 2010) mengemukakan kemampuan adalah suatu usaha yang digunakan untuk mengelola, mempertahankan dan melanjutkan perusahaan agar tumbuh dan berkembang secara terus menerus. (Alma, 2010) menyimpulkan bahwa seorang entrepreneur adalah seorang usahawan yang disamping mampu berusaha dalam bidang ekonomi umumnya dan niaga khususnya secara tepat guna (tepat dan berguna, efektif dan efisien) juga berwatak merdeka lahir dan batin serta berbudi luhur.

(Fatwa Apriliani & Widiyanto, 2018) mengatakan bahwa seorang wirausaha harus mempunyai prinsip yang kuat, yang bisa meyakinkan dirinya bahwa usaha apapun yang dilakukan merupakan bentuk kerja keras yang optimal dalam menghasilkan nilai yang maksimal. Hal ini diartikan bahwa seorang wirausaha dalam bertindak untuk mengembangkan usahanya tidak asal jalan atau asal-asalan walaupun cara tersebut telah dilakukan oleh wirausaha yang lain.

(Machfoedz & Machfoedz, 2004) memiliki pandangan bahwa wirausaha yaitu seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab dalam mencipta, mengelola dan menanggung risiko dalam berwirausaha. Kemampuan wirausaha adalah keterampilan yang dimiliki oleh seorang wirausaha dalam memulai usaha, mengelola usaha dan mengembangkan usaha dengan karakteristik berani mengambil risiko, inisiatif atau kreatif, berorientasi pada masa depan dan bertanggung jawab.

Menurut (Suryana, 2017) mengatakan bahwa karakteristik kewirausahaan yang dimiliki pewirausaha dapat dilihat dari berbagai aspek seperti kepribadian diri, watak yang dimiliki, penjiwaan, serta sikap maupun perilaku dari seorang individu. Karakteristik wirausaha merupakan kebutuhan akan keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya (Justin, 2001). Orang yang memiliki tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah akan merasa puas pada status

yang dimiliki, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan keberhasilan yang tinggi senang bersaing dengan standar keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi atas tugas yang diberikan padanya.

Menurut (Soeryanto Soegoto, 2009) karakteristik seorang wirausaha pada umumnya dapat dilihat pada saat berkomunikasi dalam rangka mengumumkan informasi maupun pada waktu menjalankan usaha dan menjalin hubungan dengan para relasi bisnis. Berdasarkan definisi dari beberapa ahli diatas disimpulkanlah bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan watak, sikap, serta jiwa seseorang wirausaha secara individual yang harus dimiliki seorang wirausaha agar dapat menjalankan dan mengelola usahanya dengan baik.

2.1.1 Indikator Karakteristik Wirausaha

Menurut Geoffrey G.Meredith (1996:5-6) dalam (Suryana, 2017) karakteristik kewirausahaan adalah :

1. Percaya diri dan optimis.

Memiliki kepercayaan diri yang kuat, tidakbergantungan terhadap orang lain, dan individualistis.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil.

Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun dan tabah, dan bertekad kerja keras serta inisiatif.

3. Berani mengambil resiko dan menghadapi tantangan.

Mampu mengambil resiko yang wajar.

4. Kepemimpinan.

Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran serta kritik.

5. Keorisinilan.

Inovatif, kreatif, dan fleksibel.

6. Berorientasi masa depan.

Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

2.1.2 Inovasi Pemasaran

Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki (Suryana, 2017). Inovasi merupakan timbulnya sesuatu hal yang baru,

misalnya berupa ide baru, sebuah teori baru, sebuah hipotesis baru, atau sebuah metode baru untuk manajemen sebuah organisasi dan usaha.

Menurut (Norman & Jeffrey, 2019), inovasi merupakan kemampuan untuk mengaplikasikan solusi kreatif bagi permasalahan dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan seseorang. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (Drucker, 2012).

Menurut Zimmerer dalam (Suryana, 2017) inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau memperkaya kehidupan seseorang. Kata inovasi menunjukkan “proses” dan “hasil” pengembangan dan pemanfaatan mobilisasi pengetahuan, keterampilan dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan jasa) yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan. Suatu inovasi dapat bersifat baru bagi individu atau perusahaan, baru bagi pasar, bagi negara atau daerah dan bagi dunia.

Inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran yang baru atau peningkatan signifikan pada pengemasan atau desain produk, penempatan produk, promosi produk, atau harga (Rajapathirana & Hui, 2018). Ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, menembus pasar baru, atau memposisikan produk perusahaan untuk meningkatkan penjualannya.

Inovasi pemasaran yaitu melibatkan metode baru dalam perubahan signifikan yang mengikuti elemen pemasaran seperti pengembangan produk, pengemasan, promosi, penentuan posisi, dan harga (YuSheng & Ibrahim, 2019). Berdasarkan beberapa teori inovasi di atas, secara singkat inovasi adalah menciptakan nilai pelanggan dengan menerapkan metode baru (Schmuck & Benke, 2020).

2.1.3 Indikator Inovasi Pemasaran

Inovasi pemasaran dikategorikan dalam empat indikator Menurut (Rajapathirana & Hui, 2018) :

1. Media atau teknik baru
2. Saluran penjualan atau penempatan baru
3. Saluran pengiriman baru

2.1.4 Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategi, kepuasan, konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi sehingga seseorang berupaya untuk melakukan pekerjaan tersebut (Sutiyono, 2010). Sehingga dapat dikatakan, kinerja bisnis adalah suatu cara dalam melakukan suatu pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut yang menjadi tujuan dari bisnis tersebut.

Menurut pendekatan perilaku dalam manajemen, kinerja adalah kuantitas atau kualitas sesuatu yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan (Fred, 2005). Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis, kepuasan, konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi sehingga seseorang berupaya untuk melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut (Sukriani, 2022).

Menurut (Aprizal, 2018) kinerja usaha merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam suatu periode tertentu dan dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. (Simanjuntak, 2005) yang mengemukakan kinerja adalah tingkat pencapaian hasil atau pelaksanaan tugas tertentu. Menurut (Subagyo, 2020) kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi, baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* maupun *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu.

Menurut (Hasibuan, 2002) kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman dan kesungguhan serta waktu. (Moeheriono, 2009) berpendapat bahwa kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi.

Pengukuran kinerja bisnis dianggap sangat penting karena untuk membandingkan perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis untuk mengetahui apakah kinerja suatu bisnis mengalami perbaikan atau penurunan.

2.1.5 Indikator Kinerja Usaha

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja usaha menurut (Aprizal, 2018) yaitu :

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Pertumbuhan Produk Baru
3. Pertumbuhan Laba
4. Produktivitas Karyawan

2.1.6 Pengertian Fashion

Fashion menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda-benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Dalam perkembangan selanjutnya fashion tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung dan gelang, akan tetapi benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik menjadi alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan si pemakai.

Fashion berasal dari Bahasa Latin, *factio*, yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti kata asli fashion mengacu pada kegiatan. Fashion merupakan sesuatu yang dilakukan seseorang, tidak seperti dewasa ini, yang memaknai fashion sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. Arti asli fashion pun mengacu pada ide tentang *fetish* atau obyek *fetish*. Kata ini mengungkapkan bahwa butir-butir fashion dan pakaian adalah komoditas yang paling di *fetish* kan, yang diproduksi dan dikonsumsi di masyarakat kapitalis. Polhemus dan Procter (Barnard, 2006) menunjukkan bahwa dalam masyarakat kontemporer Barat, istilah fashion sering digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja usaha

Karakteristik wirausaha adalah sikap atau perilaku seseorang yang mampu menggunakan sumber daya seperti finansial, bahan mentah, dan tenaga kerja dengan upaya-upaya kreatif dan inovatif serta berani mengganggu risiko untuk menemukan peluang usaha sehingga terciptanya usaha baru. (Fatwa Apriliani & Widiyanto, 2018) mengatakan bahwa seorang wirausaha harus memiliki prinsip

yang kuat, yang bisa meyakinkan dirinya bahwa usaha apapun yang dilakukan merupakan bentuk kerja keras yang optimal dalam menghasilkan nilai yang maksimal.

Penelitian dari (Ardiani & Putra, 2018) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hal ini sejalan dengan penelitian (Sari et al., 2016) yang membuktikan bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha UKM gula merah di Lombok Barat.

2.2.2 Pengaruh Inovasi Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha

Inovasi pemasaran adalah penerapan metode pemasaran yang baru atau peningkatan signifikan pada pengemasan atau desain produk, penempatan produk, promosi produk, atau harga (Rajapathirana & Hui, 2018). Inovasi juga diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dalam peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (Thomas W & Norman M, 1996).

Penelitian (Sudjatmoko et al., 2023) mengatakan bahwa Inovasi pemasaran juga berdampak signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu (Wang & Miao, 2015) berpendapat bahwa Inovasi pemasaran berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal senada juga dilakukan oleh (Gunday et al., 2011) pada industri manufaktur di Turki menunjukkan dimensi inovasi (produk, proses, pemasaran dan organisasi) berpengaruh terhadap kinerja.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Variabel penelitian	Metode Analisis	Hasil penelitian
1.	(Eka Ludiya Aam Rachmat Mulyana, 2020) Pengaruh Karakteristik	Dependen: Kinerja Usaha Pada UMKM Fashion	Analisis regresi berganda	Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara Karakteristik wirausaha dan Inovasi terhadap Kinerja

	Wirausaha dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Fashion di Kota Cimahi	Independen: Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Inovasi		usaha baik secara simultan maupun parsial.
2.	(Sambudi Hamali, 2014) Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Pakaian Jadi Kota Bandung	Dependen: Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Pakaian Jadi Independen: Pengaruh Inovasi	Analisis regresi berganda	Menunjukkan bahwa dimensi Inovasi (produk, proses, pemasaran dan organisasi) mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap Kinerja bisnis.
3.	(Miftahul Fatwa Apriliani, Dr. Widiyanto, MBA., M.M., 2018) Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan UMKM Batik	Dependen: Keberhasilan UMKM Batik Independen: Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja	Analisis deskriptif persentase, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan dan parsial antara Karakteristik wirausaha, Modal usaha dan Tenaga kerja terhadap keberhasilan UMKM batik di Kelurahan Kradenan Kota Pekalongan.
4.	(Nur Lailatuz Zakiyah, 2016) Pengaruh Perencanaan Strategi dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha	Dependen: Kinerja Usaha Independen: Pengaruh Perencanaan Strategi dan Inovasi	Nonprobability Sampling	Disimpulkan bahwa Perencanaan strategi tidak berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap Kinerja usaha melalui Inovasi, namun Perencanaan strategi berpengaruh secara langsung terhadap Inovasi.
5.	(Utami Tunjung Sari, Bhanu Artha,	Dependen: Kinerja Usaha	Analisis Regresi	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya

	dan Sinta Manggal, 2022) Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Komitmen Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha	Independen: Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Komitmen Wirausaha	Linier Berganda	pengaruh positif signifikan Karakteristik wirausaha dan Komitmen wirausaha terhadap Kinerja usaha.
6.	(Nurul Sukriani, 2022) Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner di Kota Pekanbaru	Dependen: Kinerja Usaha Pelaku UMKM Kuliner Independen: Pengaruh Inovasi dan Kreatifitas	Purposive Sampling	Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan Inovasi dan Kreativitas terhadap Kinerja usaha pada UMKM kuliner di Kota Pekanbaru.
7.	(Indra Permana, 2017) Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'Besto	Dependen: Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'Besto Independen: Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk	Analisis Deskriptif Kuantitatif dan Analisis kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda	Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja bisnis tidak signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan Inovasi (X1) terhadap Kinerja bisnis (Y) atau hipotesis pertama tidak terbukti. Sedangkan pengaruh Kualitas produk terhadap Kinerja bisnis tidak signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan Inovasi (X2) terhadap Kinerja bisnis (Y) tidak terbukti.

8.	(Azizah Ulfah, Desmiyawati, 2020) Pengaruh Inovasi dan Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	Dependen: Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Independen: Pengaruh Inovasi dan Perencanaan Strategi	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM, Perencanaan strategi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.
9.	(Ni Made Wirastika Sari, Heny K. Suwarsinah, Lukman M. Baga, 2016) Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat	Dependen: Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Gula Aren Independen: Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan	Analisis SEM	Hasil penelitian menunjukkan Karakteristik kewirausahaan berpengaruh secara nyata dan positif terhadap Kompetensi kewirausahaan maupun Kinerja usaha, namun Karakteristik kewirausahaan berpengaruh negative dan signifikan terhadap Kinerja usaha.
10.	(Winda Ardiani, Rizky Putra, 2018) Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Pemberian Dana Bergulir Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM Desa Denai Lama	Dependen: Kinerja UMKM Independen: Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Pemberian Dana Bergulir	Deskriptif Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel Karakteristik wirausaha dan Pemberian dana bergulir secara simultan terhadap Kinerja usaha.

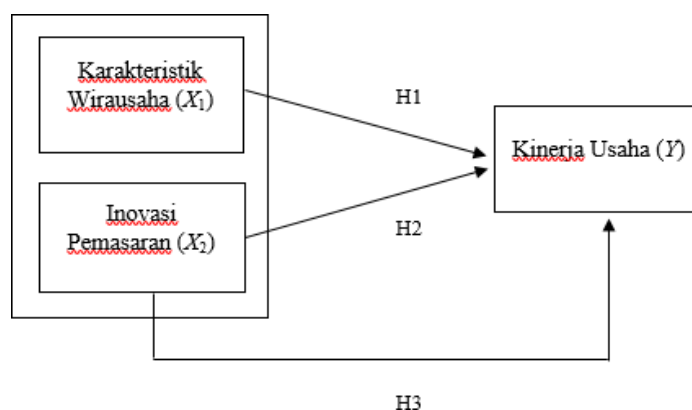
	Kabupaten Deli Serdang)			
--	----------------------------	--	--	--

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran penelitian merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian, dengan kerangka pemikiran dapat diketahui alur penelitian yang tujuannya adalah untuk menguji Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran terhadap Kinerja usaha Fashion.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut (Sugiyono, 2021) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berikut hipotesis atau dugaan sementara penelitian ini:

H₁: Diduga Karakteristik wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.

H₂: Diduga Inovasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.

H₃: Diduga Karakteristik wirausaha dan Inovasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Kinerja usaha Fashion di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi.