

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS  
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN  
TANJUNGPINANG TIMUR**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**FATY RESWARA  
NIM :17612300**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2022**

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS  
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN  
TANJUNGPINANG TIMUR**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

**OLEH**

**FATY RESWARA  
NIM : 17612300**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN / PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP  
KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI  
KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR**

Diajukan Kepada:

Panitia Komisi Ujian  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang

Oleh

NAMA : FATY RESWARA  
NIM : 17612300

Menyetujui :

Pembimbing Pertama,



**Raja Hardiansyah, S.E., M.E.**  
NIDK. 8818010016 / Lektor

Pembimbing Kedua,



**Muhammad Mu'azamsyah, S.Sos, M.M.**  
NIDN. 1008108302 / Asisten Ahli



Mengetahui,  
Ketua Program Studi

**Dwi Septi Haryani, S.T., M.M.**  
NIDN. 1002078602 / Lektor

**Skripsi Berjudul**

**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP  
KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI  
KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : FATY RESWARA  
NIM : 17612300

Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal Dua Puluh  
Enam Bulan Januari Tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua dan Dinyatakan  
Telah Memenuhi Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,



Raja Hardiansyah, S.E., M.E  
NIDK. 8818010016 / Lektor

Sekretaris,



Muhammad Rizki, S.Psi., M.HSc  
NIDN. 1021029102 / Asisten Ahli

Anggota,



Evita Sandra, S.Pd. Ek., M.M  
NIDN. 1029127202 / Lektor

Tanjungpinang, 26 Januari 2022

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan  
Tanjungpinang,  
Ketua,



Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak. CA  
NIDN. 1029127801 / Lektor

## PERNYATAAN

Nama : Faty Reswara  
Nim : 17612300  
Tahun Angkatan : 2017  
Indeks Prestasi Kumulatif : 2,99  
Program Studi / Jenjang : Manajemen/ Strata I  
Judul Skripsi : Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan apabila ternyata dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 26 Januari 2022

Penyusun,



**FATY RESWARA**

NIM. 17612300

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan ridha-Mu ya Allah. Amanah ini telah selesai, salah satu jihad yang mulia mencari ilmu. Satu Cita telah ku gapai, namun tidak membuatku lalai, melainkan titik awal langkah menjalankan jihad lainnya dengan bekal amanah gelar yang diterima.

### **Kupersembahkan karya kecil ini untuk:**

- Ayahku Nazaruddin
- Ibuku Walna
- Nenekku Maimanah
- AdekkuRirin Wiranti dan Salwa Amirah
- Pamanku Dulhadi

Yang tidak pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan

## HALAMAN MOTTO

"Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan  
Dia sebaik-baik pelindung"  
(QS. Ali Imran: 173)

"Jika kamu sudah memutuskan suatu mimpi, sebesar apapun  
cobaan dan hambatan yang kamu hadapi, pesan saya Cuma  
satu: Kalau sudah start maka harus finishkan"  
(Raja Hardiansyah, S.E., M.E.)

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu wata'ala yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis diberikan kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan serta diberikan keberkahan akan ilmu dan pengetahuan sehingga penulis tetap dapat segala ikmat yang diberikan. Serta tidak lupa penulis hanturkan Shalawat beriring salam kepada Nabi Besar Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam.

Syukur alhamdulillah, berkat keridhoan-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) di Kecamatan

Tanjungpinang Timur” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan pikiran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Charly Marlinda, S.E., M.Ak., Ak., CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

3. Ibu Sri Kurnia, S.E., Ak., M.Si., CA selaku Wakil Ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Ir. Imran Ilyas, M.M. selaku Wakil Ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
5. Ibu Dwi Septi Haryani, S.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Strata I Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
6. Bapak Raja Hardiansyah, S.E., M.E., selaku pembimbing I yang telah bersedia membimbing, memberikan tambahan ilmu dan pengarahan atas setiap kesulitan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Muhammad Mu'azamsyah, S.Sos., M.M. selaku pembimbing II yang telah bersedia membimbing, memberikan tambahan ilmu dan pengarahan atas setiap kesulitan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. UMKM Tanjungpinang Timuryang telah memberikan kesempatan dan bersedia memberikan informasi-informasi yang diperlukan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar yang telah mendidik penulis selama menjadi mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
10. Bapak dan Ibu Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.

11. Seluruh anggota keluargaku yang terus memberi dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Desryani yang senantiasa memberikan semangat dari awal kuliah hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Andi M Syahputra, Adji Tri Mudya, dan M Rifai yang telah banyak membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Trio Wardana, Holandia (item), Akmal, Rian, dan para sahabat Home Residence (sahabat dari kecil) yang senantiasa memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Rekan kerja majelis guru SD Negeri 002 Tanjungpinang Barat yang telah memberikan izin dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa memberikan semangat dari awal kuliah hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
17. Dan pihak-pihak terkait dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan bagi mahasiswa pendidikan pada khususnya.

Tanjungpinang, 26 Januari 2022

Penulis

**FATY RESWARA**  
NIM. 17612300

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN BIMBINGAN</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>HALAMAN MOTTO</b>	
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1. Tinjauan Teori.....	14
2.1.1. Manajemen.....	14
2.1.1.1. Pengertian Manajemen.....	14
2.1.1.2. Fungsi Manajemen.....	15
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	16

2.1.2.2. Konsep Pemasaran.....	18
2.1.3. Tinjauan UMKM .....	20
2.1.3.1. Pengertian UMKM .....	20
2.1.3.2. Kriteria dan Ciri-Ciri UMKM .....	22
2.1.3.3. Klasifikasi UMKM .....	24
2.1.3.4. Kelebihan dan Kekurangan UMKM.....	25
2.1.4. Jiwa Kewirausahaan .....	27
2.1.4.1. Pengertian Kewirausahaan.....	27
2.1.4.2. Karakteristik Jiwa Kewirausahaan .....	29
2.1.4.3. Peran dan Fungsi Kewirausahaan.....	31
2.1.4.4. Faktor-Faktor Pendorong Kewirausahaan .....	32
2.1.4.5. Indikator Sikap Kewirausahaan.....	35
2.1.5. Kreativitas .....	36
2.1.5.1. Pengertian Kreativitas.....	36
2.1.5.2. Klasifikasi Kreativitas .....	38
2.1.5.3. Faktor-Faktor Mempengaruhi Kreativitas .....	40
2.1.5.4. Indikator Kreativitas .....	42
2.1.6. Keberhasilan Usaha .....	43
2.1.6.1. Pengertian Keberhasilan Usaha .....	43
2.1.6.2. Faktor-Faktor Mempengaruhi Keberhasilan Usaha.....	45
2.1.6.3. Proses Tercapainya Keberhasilan Usaha .....	46
2.1.6.4. Indikator Keberhasilan Usaha.....	48
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	50
2.3. Kerangka Pemikiran .....	51
2.4. Hipotesis .....	52
2.5. Penelitian Terdahulu.....	53
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	57
3.2. Jenis Data.....	57
3.2.1. Data Primer .....	58
3.2.2. Data Sekunder.....	58

3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.3.1.	Observasi .....	59
3.3.2.	Kuisoner (Angket) .....	59
3.3.3.	Kepustakaan.....	60
3.4.	Populasi dan Sampel.....	60
3.4.1.	Populasi.....	60
3.4.2.	Sampel .....	61
3.5.	Definisi Operasional Variabel .....	62
3.6.	Teknik Pengolahan Data.....	64
3.7.	Teknik Analisis Data .....	65
3.7.1.	Uji Kualitas Data .....	65
3.7.1.1.	Uji Validitas.....	65
3.7.1.2.	Uji Reliabilitas.....	66
3.7.2.	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.7.2.1.	Uji Normalitas .....	67
3.7.2.2.	Uji Multikolinieritas .....	67
3.7.2.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	67
3.7.2.4.	Uji Autokorelasi .....	68
3.7.3.	Uji Regresi Linear Berganda .....	69
3.7.4.	Uji Hipotesis .....	69
3.7.4.1.	Uji t.....	69
3.7.4.2.	Uji f.....	70
3.7.4.3.	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>71</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	71
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.1.1.1.	Kota Tanjungpinang .....	71
4.1.1.2.	UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur .....	73
4.1.2.	Karakteristik Responden.....	74
4.1.2.1.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
4.1.2.2.	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	75

4.1.2.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	76
4.1.3. Deskripsi Tanggapan Responden.....	77
4.1.3.1. Variabel Jiwa Kewirausahaan.....	77
4.1.3.2. Variabel Kreativitas .....	80
4.1.3.3. Variabel Keberhasilan UMKM.....	83
4.1.4. Uji Kualitas Data .....	87
4.1.4.1. Uji Validitas.....	87
4.1.4.2. Uji Reliabilitas .....	89
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	90
4.1.5.1. Uji Normalitas .....	90
4.1.5.2. Uji Heteroskedastisitas .....	92
4.1.5.3. Uji Multikolinearitas.....	93
4.1.6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	94
4.1.7. Hasil Uji Hipotesis.....	95
4.1.7.1. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	95
4.1.7.2. Hasil Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	96
4.1.7.3. Hasil Uji Keefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	97
4.2. Pembahasan .....	98
4.2.1. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM ..	98
4.2.2. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberhasilan UMKM.....	99
4.2.3. Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan UMKM .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>101</b>
5.1. Kesimpulan .....	101
5.2. Saran .....	102

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## ***CURRICULUM VITAE***

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Rekapitulasi Data UMKM Tanjungpinang .....	9
2.	Jumlah Populasi Penelitian.....	61
3.	Definisi Operasional Variabel.....	63
4.	Rekapitulasi Data UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur .....	73
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
6.	Karakteristik Jumlah Responden Menurut Usia.....	75
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	76
8.	Tanggapan Responden Terhadap Jiwa Kewirausahaan .....	77
9.	Tanggapan Responden Terhadap Kreativitas.....	80
10.	Tanggapan Responden Terhadap Keberhasilan UMKM .....	84
11.	Hasil Pengujian Validitas .....	88
12.	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	89
13.	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	91
14.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	93
15.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	94
16.	Hasil Uji t .....	95
17.	Hasil Uji F .....	96
18.	Hasil Uji $R^2$ .....	97

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Perkembangan UMKM di Indonesia.....	3
2.	Kerangka Pemikiran.....	51
3.	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	90
4.	Hasil Uji Normalitas P-P Plot .....	91
5.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	92

## **DAFTAR LAMPIRAN**

No	Judul Lampiran
Lampiran 1.	Pedoman Kuisisioner
Lampiran 2.	Tabel Jawaban Responden
Lampiran 3.	Hasil Perhitungan SPSS
Lampiran 4.	Persentase Plagiat
Lampiran 5.	Surat Pernyataan Penelitian

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN TANJUNGPINANG TIMUR**

Faty Reswara. 17612300. S1 Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Pembangunan Tanjungpinang. Email: fatyres21@gmail.com

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode asosiatif kuantitatif. Responden penelitian ini adalah pelaku UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur sebanyak 174 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS Ver.25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Semakin tinggi jiwa kewirausahaan dan kreativitas yang dimiliki pelaku UMKM maka akan semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha yang didapatkan.

Hasil pembahasan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh baik secara parsial dan simultan antara jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan UMKM. Hal ini menjelaskan kedua variabel tersebut berhasil meningkatkan keberhasilan usaha dengan nilai sebesar 75,4%.

Kata kunci : kewirausahaan, kreativitas, keberhasilan

Dosen Pembimbing I : Raja Hardiansyah, S.E., M.E.

Dosen Pembimbing II : Muhammad Mu'azamsyah, S.Sos., M.M.

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF THE ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY ON THE SUCCESS OF SMALL MICRO BUSINESSES MEDIUM (UMKM) IN DISTRICT TANJUNGPINANG EAST**

Faty Reswara. 17612300. S1 *Management*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi  
Pembangunan Tanjungpinang. Email: fatyres21@gmail.com

*The purpose of this study was to determine the effect of the entrepreneurial spirit and creativity on the success of Small, Micro and Medium Enterprises (MSMEs) in East Tanjungpinang District.*

*The method used in this research is quantitative associative method. The respondents of this study were the perpetrators of UMKM in East Tanjungpinang District as many as 174 people. Methods of data collection is done by using a questionnaire. The data analysis method used in this study is multiple linear regression using SPSS Ver.25.*

*The results of this study indicate that the entrepreneurial spirit and creativity affect the success of MSMEs. The higher the entrepreneurial spirit and creativity possessed by MSME actors, the higher the level of business success obtained.*

*The results of the discussion can be seen that there is a partial and simultaneous influence between the entrepreneurial spirit and creativity on the success of MSMEs. This explains that the two variables succeeded in increasing business success with a value of 75,4%.*

*Keyword : entrepreneurship, creativity, success*

*Supervisor I : Raja Hardiansyah, S.E., M.E.*

*Supervisor II : Muhammad Mu'azamsyah, S.Sos., M.M.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada umumnya setiap perusahaan baik itu perusahaan yang berskala besar, menengah, maupun kecil selalu berusaha untuk menciptakan hubungan bisnis dan memperluas usahanya dengan meraih pangsa pasar. Persaingan yang terjadi memaksa perusahaan di Indonesia untuk memiliki keunggulan dalam fleksibilitas dan mutu produk. Hal tersebut merupakan tuntutan bagi setiap perusahaan dalam setiap perkembangan bisnis yang sedang dihadapi sekarang, baik itu persaingan antar perusahaan sejenis maupun yang tidak sejenis.

Masalah yang dihadapi adalah semakin cepatnya laju pertumbuhan penduduk, akan tetapi penyediaan lapangan pekerjaan dari pemerintah maupun swasta sangat terbatas. Masyarakat dituntut memiliki keahlian dan kemampuan untuk bersaing dalam dunia kerja. Dampak dari keterbatasan tersebut adalah semakin meningkatnya angka pengangguran, karena tidak mampu berkompetisi dan sebagai akibat terbatasnya lapangan pekerjaan yang tersedia.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang bagus. Para pelaku bisnisnya pun menghasilkan jenis produk yang beragam. UMKM menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi ditengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. UMKM menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para

pelaku bisnis UMKM diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah.

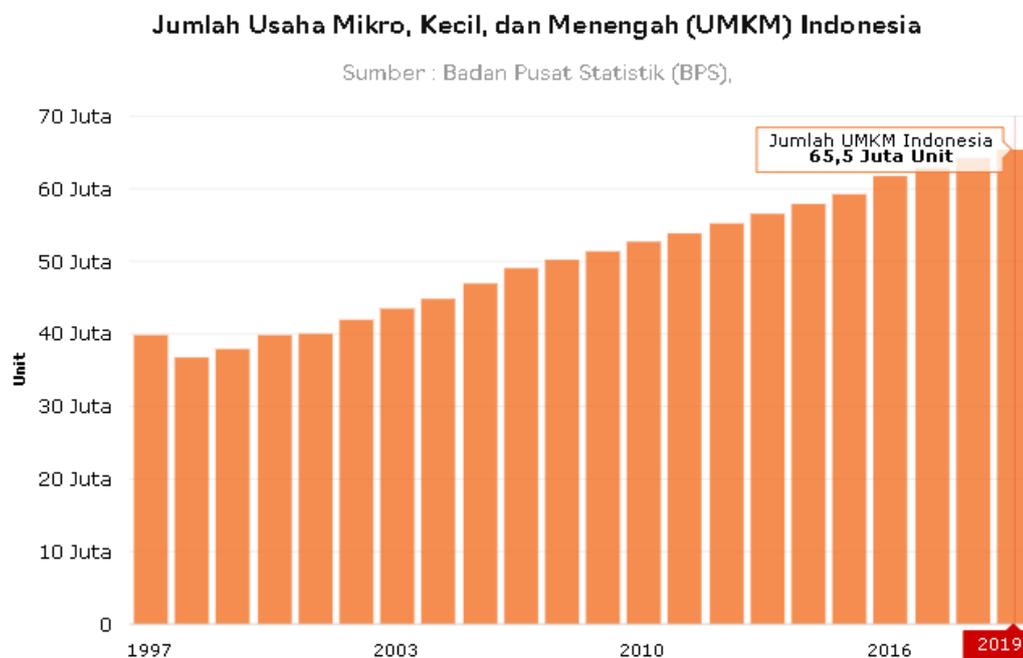
Keberadaan para pelaku bisnis UMKM memberikan andil yang cukup signifikan bagi pembangunan perekonomian. Dalam hal ini, usaha yang dibangun tersebut menyerap tenaga kerja di daerahnya masing-masing. Hal tersebut dapat membantu pemerintah dalam upaya mengurangi angka pengangguran dan pengentasan kemiskinan. Diharapkan perkembangan bisnis UMKM dari waktu ke waktu mengalami peningkatan yang stabil. Oleh karena itu, di dalam perjalanannya untuk berkembang lebih maju, maka para pelaku bisnis UMKM tidak lepas dari kendala-kendala. Sehingga diperlukan campur tangan dari pemerintah maupun swasta untuk mendorong perkembangan yang diharapkan bersama.

Secara umum, bisnis UMKM dalam perekonomian Nasional memiliki peran antara lain: (1) Pemeran utama dalam kegiatan ekonomi, (2) Penyedia lapangan kerja, (3) Pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) Pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) Kontribusinya terhadap neraca pembayaran. Oleh karena itu, pemberdayaannya harus dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, dengan arah peningkatan produktivitas dan daya saing, serta konsisten dalam menumbuhkannya wirausahawan-wirausahawan baru yang lebih tangguh.

Harus disadari, peran UMKM memainkan posisi penting disaat ekonomi global tidak stabil. Dengan adanya kontribusi dari UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional yakni turut berperan serta dalam meningkatkan pendapatan

negara. Kontribusi UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah UMKM menjadi prioritas nasional dalam percepatan pembangunan. UMKM menjadi prioritas nasional karena dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak, dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan sehingga berkurangnya pengangguran. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah yang diolah oleh Badan Pusat Statistik(BPS) bahwa pada tahun 2019 terdapat 65.465.497 atau sebanyak 99,99% unit usaha di Indonesia merupakan unit usaha yang berasal dari UMKM.

**Gambar 1.1**  
**Perkembangan UMKM di Indonesia**  
**Tahun 1997-2019**



Sumber : Badan Pusat Statistik(2021)

Karena semakin ketatnya persaingan bisnis, maka UMKM harus memiliki keunggulan bersaing agar bisa bertahan dan terus mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, apabila UMKM tidak memiliki keunggulan dalam bersaing akan menimbulkan nilai negatif pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh

perusahaan, sehingga pelanggan akan beralih ke produk atau jasa pesaing bahkan pelanggan akan mengatakan ketidakpuasan mereka terhadap produk atau jasa perusahaan terhadap pihak lain. Keunggulan bersaing yang dimiliki oleh suatu bisnis usaha dapat diperkirakan menghasilkan suatu kepuasan konsumen, sebab dengan keunggulan bersaing yang dimiliki merupakan cerminan bahwa produk yang ditawarkan telah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dan memperoleh nilai positif di mata konsumen. Oleh karena itu, para pelaku UMKM dituntut untuk meningkatkan keunggulan bersaing agar dapat menunjang kelangsungan hidup UMKM tersebut.

Menurut David C. McClelland Suryana (2014) yang menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan untuk menjaga usianya ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan atau keberhasilan, keberhasilan wirausahawan ditentukan oleh perilaku kewirausahaan. Keberhasilan wirausaha 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 berusahnya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa yang sebelumnya.

Menumbuhkan jiwa kewirausahaan merupakan salah satu faktor yang penting dilakukan dengan melihat perkembangan globalisasi pada saat ini, dimana sekarang ini kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan di Indonesia masih tergolong sedikit, dan mutunya belum bisa dikatakan hebat (Alma, 2016). Sikap kewirausahaan merupakan kesiapan seorang wirausaha atau pedagang untuk merespon secara konsisten terkait dengan informasi, kejadian, kritikan, cara pandang dan pola pikir, hambatan atau kesulitan yang dialami selama menjalankan usaha. Sehingga dengan mengenalkan jiwa kewirausahaan sejak dini akan dapat memberikan kesempatan kepada para generasi muda atau masyarakat untuk dapat mandiri, berani dalam mengambil keputusan dan berpikir kreatif serta memiliki peluang untuk tampil sebagai seorang wirausahawan.

Seorang wirausahawan harus memiliki jiwa kewirausahaan dan komitmen dalam usahanya dengan tekad bulat untuk mencurahkan semua perhatiannya terhadap usaha yang akan digelutinya. Dalam menjalankan usaha tersebut seorang wirausahawan yang sukses harus memiliki tekad yang mengebu-gebu dan menyala-nyala (semangat yang kuat) dalam mengembangkan usahanya, tidak setengah-setengah dalam berusaha, berani menanggung resiko, bekerja keras, dan tidak takut menghadapi peluang-peluang yang ada. Tanpa usaha yang sungguh-sungguh terhadap pekerjaan yang digelutinya, maka wirausahawan sehebat apapun pasti menemui jalan kegagalan dalam usahanya.

Menurut Fahmi (2014) bahwa kewirausahaan merupakan suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta

berani menanggung resiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi watak seorang wirausahawan, wirausahawan dituntut untuk berani dan siap jika usaha yang dilakukan belum memiliki perhatian di pasar, dan ini harus dilihat sebagai bentuk proses menuju wirausahawan sejati.

Penyebab lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha adalah kreativitas. Kreativitas telah menjadi salah satu sumber yang paling penting dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk individu maupun organisasi khususnya bisnis UMKM. Konsep kreativitas dimasukkan ke dalam dunia bisnis karena yang dijual adalah ide kreatif yang diwujudkan dalam bentuk produk dan jasa kreatif. Dalam hal ini, kreativitas berfungsi untuk menghasilkan ide-ide agar mampu menghasilkan produk yang lebih unggul dibandingkan dengan pesaing. Selain itu, kreativitas juga mampu mendorong wirausahawan untuk mencari solusi dengan menghasilkan ide-ide terobosan dalam menjalankan bisnisnya. Tidak kalah penting yaitu kreativitas mendorong wirausahawan untuk tidak mudah menyerah karena kreativitas mampu membuatnya untuk selalu berkreasi, mengembangkan dan menerapkan berbagai solusi terhadap suatu permasalahan dengan cara mengambil berbagai inisiatif yang dibutuhkan.

Kerap kali ketika seorang wirausahawan menjalankan satu usaha, maka mereka cenderung berketat di usaha tersebut dan tidak ada usaha kreatif untuk mengembangkan atau mendiversifikasikan usahanya tersebut. Telah banyak yang membuktikan bahwa ide-ide kreatif yang diwujudkan akan melahirkan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya, dan ini akan menambah minat para konsumen.

Sesuatu yang baru dan berbeda akan memberikan nilai tambah pada produk barang ataupun jasa yang dihasilkan, hal ini dapat menjadi peluang yang menguntungkan bagi para wirausaha yang kreatif.

Kegagalan bisnis UMKM dalam mengelola usahanya dapat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan, pengalaman dan kemampuan pelaku bisnis UMKM dalam mengelola usahanya. Oleh sebab itu, jiwa kewirausahaan dan kreativitas merupakan faktor yang dirasa cukup penting dalam keberlangsungan dan keberhasilan usaha. Kemampuan suatu perusahaan untuk dapat bersaing sangat ditentukan oleh kinerja perusahaan itu sendiri. Suatu bisnis yang tidak mampu bersaing untuk mempertahankan kinerjanya lambat laun akan tergusur dari lingkungan industrinya dan akan mengalami kebangkrutan.

Salah satu alasan pelaku UMKM sulit bersaing adalah kurangnya rasa percaya diri dan belum siap untuk mengambil resiko yang akan dialami dalam upaya mereka untuk memperbaiki produknya. Menurut Suryana (2014) bahwa kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti, jiwa, watak, sikap dan perilaku seseorang. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa permasalahan yang juga dihadapi oleh para pelaku bisnis UMKM yaitu adanya rasa kurang positif dalam upaya mengembangkan usahanya agar lebih maju dan berhasil. Pada dasarnya setiap orang memiliki kemampuan untuk berwirausaha. Setiap orang juga memiliki kesempatan yang dapat dimanfaatkannya untuk menjadi wirausaha dengan memanfaatkan apa yang ada. Untuk menjadi wirausaha diperlukan keberanian untuk memulai sesuatu yang baru, oleh karena itu sering timbul rasa takut ataupun ragu pada seseorang dalam memulai menjadi wirausaha karena tidak

ada kepastian keuntungan ataupun gaji yang didapatkan. Banyak wirausaha yang sukses juga diawali oleh keraguan ataupun rasa takut gagal, namun jika hal demikian tetap dipertahankan, maka tidak akan mencapai kesejahteraan.

Selain itu faktor lain yang menjadi alasan beberapa pelaku bisnis UMKM sulit untuk mengembangkan usahanya adalah kurangnya kreativitas mereka dalam membuat produk-produk yang akan dihasilkan. Hal ini diakui oleh beberapa pelaku usaha UMKM dengan melihat produk yang dimiliki tidak pernah ada perubahan apapun dan masih terus mengandalkan apa yang telah ada. Heuven *et al.* dalam Mustofa dan Oya(2012) yang menyatakan bahwa kreativitas memiliki pengaruh yang tidak sedikit untuk keberhasilan perusahaan atau usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Seperti yang sudah dijelaskan bahwa ketika seseorang memiliki kreativitas yang tinggi maka dia akan memiliki kemampuan yang baik dalam menyelesaikan tugasnya. Begitu juga mereka yang memiliki kreativitas yang rendah akan sedikit kesusahaan untuk menyelesaikan tugas yang dia miliki. Para peneliti menemukan bahwasannya individu dengan tingkat kreativitas tinggi lebih mampu dalam menghadapi berbagai situasi sulit daripada individu dengan tingkat kreativitas rendah.

UMKM di Kota Tanjungpinang memiliki peran yang sangat penting terhadap perekonomian. Kota Tanjungpinang berkembang menjadi Kota yang memfokuskan pada perdagangan dan jasa, masyarakat di Kota Tanjungpinang sebagian besar menjadi pelaku usaha. UMKM diberbagai cabang industri menjadi pendorong dalam roda perekonomian masyarakat di Kota Tanjungpinang. Dengan

adanya UMKM di Kota Tanjungpinang bertujuan untuk mengurangi tingkat pengangguran, mendongkrak kesejahteraan masyarakat dan sektor-sektor lainnya.

**Tabel 1.1.**  
**Rekapitulasi Data UKM Kota Tanjungpinang**  
**Tahun 2020**

No	Kecamatan	Jumlah UKM
1	Bukit Bestari	191
2	Tanjungpinang Timur	307
3	Tanjungpinang Kota	109
4	Tanjungpinang Barat	150
<b>Total</b>		<b>757</b>

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan Usaha Mikro Tanjungpinang (2021)

Harus diakui bahwa dalam mengembangkan sebuah bisnis apalagi skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah tidaklah mudah, dikarenakan terdapat berbagai resiko yang harus ditanggung oleh wirausahawan itu sendiri. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk membahasnya lebih lanjut dalam penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, untuk dapat mengarahkan serta memudahkan dalam penelitian ini agar terfokus dan sistematis maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah jiwa kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

2. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?
3. Apakah jiwa kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang ingin diteliti oleh penulis, adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

#### **1.4.1. Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi dan tambahan informasi yang diperlukan untuk pengembangan pengetahuan lebih lanjut terutama mengenai pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) pada Kecamatan Tanjungpinang Timur.

### **1.4.2. Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan masukan untuk pengembangan dan penyempurnaan mengenai jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dan kepustakaan bagi mahasiswa untuk mengembangkan ilmu pengetahuan serta pemahaman mendalam berkaitan dengan pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan secara teoritis yang didapatkan selama proses studi maupun bersumber dari literatur-literatur yang relevan dengan penerapannya dalam praktik.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dan memahami pembahasan mengenai pengaruh jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil

Menengah (UMKM) di Kecamatan Tanjungpinang Timur, adapun sistematika penulisan dapat diperincikan satu per satu yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I           PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah yang mendasari penelitian ini, batasan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis menerangkan tentang uraian dari teori-teori yang relevan digunakan di dalam mendukung pembahasan masalah penelitian, hubungan antar variabel, kerangka pemikiran yang menggambarkan penelitian ini, dan penelitian terdahulu.

#### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menyajikan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengolahan data, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV          HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis dan pengolahan data penelitian, serta hasil penelitian dan pembahasan masalah yang dilakukan.

**BAB V        PENUTUP**

Dalam bab ini merupakan bagian terakhir dari laporan penelitian ini, berisikan tentang kesimpulan pada hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran dari hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1 Manajemen**

###### **2.1.1.1 Pengertian Manajemen**

Manajemen berasal dari kata “*to manage*” yang memiliki arti mengatur, mengelola, mengendalikan, mengusahakan dan memimpin. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti dari manajemen adalah penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran atau pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan dan organisasi.

Manajemen adalah ilmu dan seni untuk mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu, dengan kata lain terdapat adanya proses aktivitas-aktivitas khusus yang merupakan bagian dari proses manajemen (Hasibuan, 2017). Sedangkan arti manajemen dapat diartikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, penyediaan sumber daya, pengkomunikasian, kepemimpinan, pemotivasian, dan pengendalian sumber daya dan tugas untuk mencapai tujuan organisasional secara efektif dan secara efisien (Silalahi, 2015).

Manajemen merupakan proses pengaturan, pengurusan dan pengelolaan dengan memanfaatkan orang lain dalam penegelolaan sumber daya untuk pencapaian suatu tujuan(Nawawi, 2016). Sedangkan arti manajemen adalah suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian,

pengarahan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Terry & Rue, 2016). Adapun pengertian manajemen adalah pencapaian sasaran-sasaran organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian sumber daya organisai (Daft, 2012).

Berdasarkan definisi-definisi manajemen di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebagai ilmu dan seni dalam melakukan tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan, penyusunan personalia, dan pengendalian secara terarah melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

#### **2.1.1.2 Fungsi Manajemen**

Menurut Amirullah(2015)menyatakan fungsi manajemen pada umumnya dibagi menjadi empat bagian yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan secara efektif dan efisien. Adapun fungsi manajemen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **1. Perencanaan**

Perencanaan merupakan proses pembentukan dan penentuan sasaran serta tujuan yang ingin dicapai dengan kesepakatan bersama melalui langkahlangkah strategis guna mencapai visi dan misi yang ada. Melalui sebuah perencanaan, seorang manajer mendapatkan gambaran yang diinginkan untuk melaksanakan proses tersebut.

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan proses koordinasi terhadap setiap sumber daya berupa individu ataupun kelompok untuk menerapkan perencanaan yang telah dibuat, mengkoordinasikan setiap individu atau kelompok terhadap kegiatan-kegiatan yang telah disepakati.

## 3. Pengarahan

Pengarahan merupakan proses untuk memberikan motivasi dan arahan kepada karyawan untuk menjaga semangat kerja mereka dan juga dapat melaksanakan kegiatan tersebut secara efisien dan efektif agar dapat mengurangi kendala human error yang sering terjadi.

## 4. Pengendalian

Pengendalian merupakan pengawasan kegiatan untuk menjaga kesesuaian kegiatan dengan visi dan misi yang telah disepakati, dan juga menjaga kualitas atau standar pada kinerja karyawan untuk dilakukan tindakan koreksi jika dibutuhkan.

### **2.1.2 Manajemen Pemasaran**

#### **2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran**

Istilah manajemen pemasaran menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran di dalam suatu organisasi. Konsep manajemen pemasaran dapat diartikan sebagai falsafah bisnis dimana pemuasan kebutuhan setiap konsumen adalah syarat ekonomi dan sosial untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan, mengembangkan usaha

serta memperolehnya laba. Dalam kondisi bisnis seperti pada masa sekarang ini konsep pemasaran harus digunakan untuk mencapai sukses bagi perusahaan.

Menurut Kotler & Keller(2018) manajemen pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih target pasar serta mendapatkan, mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan dengan menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Menurut Alma(2016) yang mendefinisikan bahwa "*Marketing management is the planning, direction and control of the entire activity of a firm or division of a firm*". Maksud dari pernyataan tersebut bahwa manajemen pemasaran ialah merencanakan, mengarahkan, dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan atau bagian dari perusahaan.

Menurut Tjiptono(2016) manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional. Menurut Djaslim (2012) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Menurut *American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Berdasarkan definisi-definisi manajemen pemasaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu ilmu yang dapat diaplikasikan dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melalui proses merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program yang melibatkan konsep-konsep pada pemasaran tersebut.

### **2.1.2.2 Konsep Pemasaran**

Sebuah konsep pemasaran yang baik, harus benar-benar bisa melihat seperti apa kebutuhan konsumen. Dengan demikian, konsumen memiliki peran yang sangat penting untuk sebuah keberhasilan dari konsep pemasaran. Untuk memenuhi tujuan dari suatu perusahaan seluruh kegiatan dalam perusahaan yang mengikuti konsep pemasaran akan diarahkan. Perusahaan harus mampu memahami serangkaian konsep inti dari perusahaan untuk memahami fungsi dari pemasaran.

Menurut Sunyoto(2015)konsep pemasaran adalah sebuah filsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Sedangkan menurut Assauri(2017)bahwa konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Adapun konsep dasar pemasaran menurut Kotler dalam Sunyoto(2015) bahwa terbagi menjadi dua

yaitu: (1) kebutuhan manusia, dimana kebutuhan manusia adalah keadaan seperti perasaan kehilangan dalam diri seseorang. Kebutuhan manusia itu luas dan kompleks yang meliputi kebutuhan dasar, rasa aman, sosial, penghargaan dan aktualisasi diri. (2) keinginan manusia (*human want*) adalah bentuk yang berasal dari kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.

Menurut Kotler & Amstrong(2016)menyatakan bahwa terdapat lima konsep pemasaran yang sering dijadikan rujukan oleh suatu perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya yaitu sebagai berikut:

1. Produksi

Konsep produksi adalah konsep bisnis tertua dimana konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas dengan harga yang terjangkau.

2. Produk

Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan fitur mutu yang terbaik. Konsep ini menunjukkan bahwa konsumen sangat berpengaruh dalam penciptaan produk.

3. Penjualan

Para konsumen dan perusahaan bisnis jika tidak teratur melakukan penjualan maka, konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli.

4. Pemasaran

Konsep ini menegaskan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi adalah perusahaan harus lebih efektif dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai konsumen kepada sasaran pasar yang dipilih.

## 5. Pemasaran Berorientasi Masyarakat

Konsep ini masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien.

Konsep pemasaran akan lebih terfokuskan pada perusahaan yang memproduksi barang konsumsi daripada barang industri. Konsep pemasaran yang diterapkan ke masyarakat merupakan suatu tugas perusahaan yang berhubungan dengan penentu kebutuhan, keinginan, dan sasaran pasar yang mampu memberikan kepuasan yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing dalam peningkatan dan perlindungan kepentingan konsumen.

### **2.1.3 Tinjauan Umum UMKM**

#### **2.1.3.1 Pengertian UMKM**

Definisi UMKM menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan(Undang-Undang UMKM, 2013).

Pengertian UMKM merupakan unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Pada prinsipnya, pembedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Namun definisi UMKM berdasarkan tiga alat ukur ini berbeda menurut negara. Karena itu, memang sulit membandingkan pentingnya atau peran UMKM antar negara(Tambunan, 2012).

Definisi UMKM menurut Bank Indonesia(Nayla, 2014)yang menyatakan bahwa usaha kecil adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum seperti koperasi; bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 200.000.000 per tahun, sedangkan usaha menengah, merupakan usaha yang memiliki kriteria aset tetapnya dengan besaran yang dibedakan antara industri manufaktur (Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 500.000.000) dan non manufaktur (Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 600.000.000).

Menurut Rudjito (Hamidah et al., 2019) mengemukakan bahwa pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Sedangkan Departemen Perindustrian dan Perdagangan menyatakan bahwa UMKM adalah kelompok industri kecil modern, industri tradisional, dan industri kerajinan yang mempunyai investasi modal untuk mesin-mesin dan peralatan sebesar Rp 70 juta ke bawah dan usahanya dimiliki oleh warga Negara Indonesia.

Berdasarkan beberapa definisi-definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha ekonomi yang produktif yang digerakan oleh perseorangan atau badan usaha namun dengan modal usaha tertentu, serta bukan anak perusahaan atau yang dikuasai oleh perusahaan atau koperasi.

#### **2.1.3.2 Kriteria dan Ciri-Ciri UMKM**

Terdapat beberapa definisi yang menjelaskan tentang pengertian UMKM maka menimbulkan perbedaan persepsi terhadap hal-hal pengelompokkan atau penggolongan UMKM. Agar dapat membedakan UMKM diperlukan kriteria dan ciri-ciri tertentu dalam menggolongkan UMKM. Menurut Undang-Undang RI No.20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM, maka UMKM dapat digolongkan berdasarkan kriteria sebagai berikut(Undang-Undang UMKM, 2013):

1. Kriteria Usaha Mikro Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM Bab IV Pasal 6: Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan

bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

2. Kriteria Usaha Kecil Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM Bab IV Pasal 6: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan paling banyak Rp. 300.000.000 ( tiga ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 mengenai UMKM Bab IV Pasal 6: Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Selain menggunakan nilai moneter sebagai kriterianya, adapun sejumlah lembaga pemerintahan lain seperti Badan Pusat Statistik (BPS), selama ini juga menggunakan jumlah pekerja sebagai ukuran untuk membedakan skala usaha antara usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar yang dijelaskan pada kriteria sebagai berikut (Nayla, 2014):

1. Usaha mikro : 1 sampai 4 orang tenaga kerja.
2. Usaha kecil : 5 sampai 19 orang tenaga kerja.

3. Usaha menengah : 20 sampai 99 orang tenaga kerja.
4. Usaha besar : di atas 99 orang tenaga kerja.

### 2.1.3.3 Klasifikasi UMKM

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Maka sudah menjadi keharusan penguatan kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok. Berikut ini merupakan klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Tambunan, 2012):

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
2. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
4. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB).

Sedangkan Pujiyanti (2015) menyatakan bahwa terdapat tiga jenis usaha yang dapat dilakukan oleh pihak UMKM untuk menghasilkan laba yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Usaha Manufaktur, merupakan usaha yang mengubah input dasar menjadi produk yang bisa dijual kepada konsumen. Contoh dari usaha manufaktur adalah konveksi yang menghasilkan pakaian jadi atau pengrajin bambu yang menghasilkan mebel, hiasan rumah, souvenir dan sebagainya.
2. Usaha Dagang, merupakan usaha yang menjual produk kepada konsumen. Contoh dari usaha dagang adalah pusat jajanan tradisional yang menjual segala macam jajanan tradisional atau toko kelontong yang menjual semua kebutuhan sehari-hari.
3. Usaha Jasa, merupakan usaha yang menghasilkan jasa, bukan menghasilkan produk atau barang untuk konsumen. Sebagai contoh ialah jasa pengiriman barang atau warung internet (warnet).

#### **2.1.3.4 Kelebihan dan Kekurangan UMKM**

Diakui, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara sedang berkembang, tetapi juga di negara-negara maju. Di negara maju, UMKM sangat penting, tidak hanya kelompok usaha tersebut menyerap paling banyak tenaga kerja dibandingkan usaha besar, seperti halnya di negara sedang berkembang, tetapi juga kontribusinya terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) paling besar dibandingkan kontribusi dari usaha besar.

UMKM memiliki kelebihan dan kekurangan yang sama seperti usaha-usaha pada umumnya, adapun kelebihan dan kekurangan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut(Nayla, 2014):

1. Kelebihan UMKM

- a. Pemilik memiliki kebebasan untuk bertindak atas UMKM tersebut.
- b. Meningkatkan pertumbuhan struktur ekonomi di daerah tempatnya berdirinya UMKM tersebut.
- c. Meningkatkan kemampuan produktif sumber daya manusia

2. Kekurangan UMKM

- a. Sistem produksi dan permasalahan relatif lemah.
- b. Sulit mendapatkan modal jangka panjang.
- c. Pemilik tidak mampu mengelola usaha dan sumber daya manusia.

Sedangkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh UMKM dapat dijabarkan sebagai berikut(Hubeis, 2012):

1. Kelebihan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

- a. Dapat menjadi dasar pengembangan kewirausahaan, dikarenakan organisasi internal sederhana ini mampu meningkatkan ekonomi kerakyatan (lapangan usaha dan lapangan kerja) yang berorientasi pada ekspor dan substitusi impor (struktur industri dan perolehan devisa).
- b. UMKM aman bagi perbankan dalam memberikan kredit karena bergerak di bidang usaha yang cepat menghasilkan.
- c. UMKM juga mampu memperpendek rantai distribusi, lebih fleksibel dan adaptabilitas dalam pengembangan usaha.

2. Kekurangan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
  - a. Rendahnya kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam kewirausahaan dan manajerial yang menyebabkan munculnya ketidakefisienan dalam menjalankan proses usaha.
  - b. Keterbatasan keuangan yang menyulitkan dalam pengembangan berwirausaha.
  - c. Ketidakmampuan aspek pasar, keterbatasan pengetahuan produksi dan teknologi, prasarana dan sarana dan menguasai informasi.
  - d. UMKM juga tidak didukung kebijakan dan regulasi yang memadai, serta perlakuan dari pelaku usaha besar yang tidak terorganisasi dalam jaringan dan kerja sama, sehingga sering tidak memenuhi standar dan tidak memenuhi kelengkapan aspek legalitas.

#### **2.1.4 Jiwa Kewirausahaan**

##### **2.1.4.1 Pengertian Kewirausahaan**

Secara etimologi bahwa “wirausaha” berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu wira dan usaha. Adapun wira berarti manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, dan memiliki keagungan watak. Sedangkan usaha berarti upaya yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bahwa wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.

Pengertian kewirausahaan menurut Fahmi(2014) adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreatifitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Sedangkan Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scrbrough dalam Fahmi(2014) menjelaskan bahwa wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikan nya.

Menurut Peter F. Drucker dalam Suryana(2014) menjelaskan konsep kewirausahaan merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya dengan tangguh. Sedangkan Zimmerer dalam Suryana(2014) mendefinisikan arti kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Menurut Suryana (2014) kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah suatu disiplin ilmu yang akan mempelajari tentang nilai, kemampuan (*ability*), dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya. Sedangkan Alma (2016) menjelaskan arti dari kewirausahaan merupakan proses dinamik untuk menciptakan tambahan kemakmuran. Tambahan kemakmuran ini diciptakan oleh

individu wirausaha yang menanggung risiko, menghabiskan waktu, dan menyediakan berbagai produk dan jasa.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai risiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya.

#### **2.1.4.2 Karakteristik Jiwa Kewirausahaan**

Pada hakikatnya setiap insan telah tertanamnya jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya. Menurut M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer dalam Suryana (2014) mengemukakan bahwa terdapatnya delapan karakteristik kewirausahaan yang meliputi sebagai berikut:

1. Rasa tanggung jawab (*desire for responsibility*) yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu berkomitmen dan mawas diri.
2. Memilih risiko yang moderat (*preference for moderaterisk*) yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
3. Percaya diri terhadap kemampuan sendiri (*confidence in their ability to success*) yaitu memiliki kepercayaan diri atas kemampuan yang dimilikinya untuk memperoleh kesuksesan.

4. Menghendaki umpan balik segera (*desire for immediate feedback*) yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera.
5. Semangat dan kerja keras (*high level of energy*) yaitu memilih semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. Berorientasi ke depan (*future orientation*) yaitu berorientasi masa depan dan memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
7. Memiliki keterampilan berorganisasi (*skill at organizing*) yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. Menghargai prestasi (*value of achievement over money*) yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

Sedangkan Suryana (2014) menjelaskan bahwa jiwa kewirausahaan adalah seseorang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Penuh percaya diri, yaitu penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin dan bertanggungjawab.
2. Memiliki inisiatif, yaitu penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif.
3. Memiliki motif berprestasi terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan kedepan.
4. Memiliki jiwa kepemimpinan adalah berani tampil beda, dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak.
5. Berani mengambil risiko dengan penuh pertimbangan.

### 2.1.4.3 Peran dan Fungsi Kewirausahaan

Menurut Suryana (2014) menggolongkan fungsi dan peran wirausaha yang dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu yaitu: wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi, dan sebagainya. Sebagai perencana yaitu: wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru, dan lain-lain. Secara makro bahwa peran dari wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara.

Menurut Fahmi (2014) menjelaskan bahwa terdapat beberapa peran dan fungsi keberadaan atau pengaruh ilmukewirausahaan dalam mendukung arah pengembangan wirausahawan yaitu sebagai berikut:

1. Mampu memberi pengaruh semangat atau motivasi pada diri seseorang untuk bisa melakukan sesuatu yang selama ini sulit untuk ia wujudkan namun menjadi kenyamanan.
2. Ilmu kewirausahaan memiliki peran dan fungsi untuk mengarahkan seseorang bekerja secara lebih teratur serta sistematis dan juga terfokus dalam mewujudkan mimpi-mimpinya.
3. Mampu memberi inspirasi pada banyak orang bahwa setiap menemukan masalah maka disana akan ditemukan peluang bisnis untuk

dikembangkan. Menjelaskan bahwa setiap orang diajarkan untuk membentuk semangat “*solvingproblem*”.

4. Nilai positif yang tertinggi dari peran dan fungsi ilmu kewirausahaan pada saat dipraktekkan oleh banyak orang maka angka pengangguran akan terjadi penurunan. Sehingga dapat meringankan beban negara dalam usaha menciptakan lapangan pekerjaan.

#### **2.1.4.4 Faktor-Faktor Pendorong Jiwa Kewirausahaan**

Seorang wirausahawan harus memiliki karakter, tentunya terdapat faktor-faktor yang harus ada pada diri seorang *entrepreneur* agar mampu menjadi wirausahawan yang handal dimasa yang akan datang. Menurut Suryana (2014) bahwa keberhasilan dalam kewirausahaan dapat ditentukan oleh tiga faktor yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Kemampuan dan kemauan

Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya, orang yang memiliki kemauan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.

2. Tekad yang kuat dan kerja keras

Orang yang tidak memiliki tekad kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausaha yang sukses.

### 3. Kesempatan dan peluang

Ada solusi ada peluang, sebaliknya jika tidak ada solusi maka tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

Sedangkan Clelland dalam Handayani (2013) menggolongkan terdapat dua faktor yang dapat menentukan keberhasilan wirausaha yaitu sebagai berikut:

#### 1. Faktor Internal, meliputi sebagai berikut:

##### a. Motivasi

Keberhasilan kerja membutuhkan motif-motif untuk mendorong atau memberi semangat dalam pekerjaan. Motif itu meliputi motif untuk kreatif dan inovatif yang merupakan motivasi yang mendorong individu mengeluarkan pemikiran spontan dalam menghadapi suatu perubahan dengan memberi alternatif yang berbeda dari yang lain. Motif lain yaitu motif untuk bekerja yang ada pada individu agar mempunyai semangat atau minat dalam memenuhi kebutuhan serta menjalankan tugas dalam pekerjaan.

##### b. Pengalaman atau pengetahuan

Ketika seseorang bekerja pastinya membutuhkan pengetahuan lebih mengenai pekerjaan yang akan dilakukannya. Sedangkan pengalaman muncul setelah individu tersebut mencari tahu mengenai pekerjaan yang dia kerjakan sebanyak mungkin. Wirausaha yang berpengalaman jeli melihat banyak jalan untuk mengembangkan potensi usahanya.

c. Kepribadian

Kepribadian yang rapuh akan berdampak negatif terhadap pekerjaan.

Pribadi yang berhasil yaitu apabila seseorang dapat berhubungan baik dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya secara wajar dan efektif.

2. Faktor Eksternal, meliputi sebagai berikut:

a. Lingkungan keluarga

Keadaan keluarga dapat mempengaruhi keberhasilan usaha seseorang.

Ketegangan dalam kehidupan keluarga akan menurunkan produktivitas kerja seseorang. Lingkungan keluarga yang harmonis dalam interaksinya akan dapat membantu memotivasi kesuksesan dan meningkatkan produktivitas kerja.

b. Lingkungan tempat bekerja

Lingkungan tempat dimana seseorang menjalani usahanya mempunyai pengaruh yang cukup penting dalam menjalankan usaha. Lingkungan ini dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1) Situasi kerja secara fisik

Seorang wirausaha dapat menciptakan pekerjaannya dalam situasi apapun melalui bakat dan keterampilan yang dimiliki terutama dalam mencari peluang atau mengambil inisiatif agar usahanya bisa maju.

2) Hubungan dengan mitra kerja

Menjaga hubungan baik dengan teman kerja yang merupakan mitra akan mempermudah dalam mendukung atau memotivasi untuk

dapat menyelesaikan konflik dengan baik merupakan sesuatu yang mendasar dalam pekerjaan.

#### **2.1.4.5 Indikator Jiwa Kewirausahaan**

Menurut BN. Marbun dalam Alma (2016) menjelaskan bahwa dimensi dan indikator untuk mengukur jiwa kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri, indikatornya yaitu:
  - a. Optimis
  - b. Ketidakbergantungan
  - c. Kepercayaan (keteguhan)
2. Berorientasikan tugas dan hasilnya, indikatornya yaitu:
  - a. Kerja keras
  - b. Energik
3. Pengambil risiko, indikatornya yaitu:
  - a. Mampu mengambil risiko
  - b. Suka pada tantangan
4. Keorisinilan, indikatornya yaitu:
  - a. Kreatif
  - b. Banyak sumber

Sedangkan Geoffrey G. Meredith dalam Suryana (2014) menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan harus memiliki beberapa ciri yaitu sebagai berikut:

1. Percaya diri, indikatornya yaitu:
  - a. Optimis

- b. Ketidaktergantungan terhadap orang lain
2. Kebutuhan untuk berprestasi pada tugas dan hasil, indikatornya yaitu:
    - a. Berorientasi laba
    - b. Mempunyai dorongan kuat
    - c. Enerjik tekun dan tabah
    - d. Bertekad kerja keras
  3. Memiliki inisiatif, indikatornya yaitu:
    - a. Cekatan dalam bertindak
    - b. Aktif
  4. Kepimpinan, indikatornya yaitu:
    - a. Berani tampil beda
    - b. Dapat dipercaya
    - c. Tangguh dalam bertindak

Berdasarkan beberapa indikator jiwa kewirausahaan, adapun indikator yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan BN. Marbun dalam Alma (2016) yaitu percaya diri, berorientasikan pada tugas dan hasil, pengambilan resiko, dan keorisinilan.

## **2.1.5 Kreativitas**

### **2.1.5.1 Pengertian Kreativitas**

Istilah kreativitas berasal dari bahasa Inggris yaitu “*to create*” yang berarti menciptakan atau membuat sesuatu yang berbeda baik bentuk, susunan atau gaya dari yang biasa dikenal oleh banyak kalangan. Menurut Kamus Besar Bahasa

Indonesia mengartikan bahwa kreativitas berasal dari kata kreatif yaitu memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan, bersifat (mengandung) daya cipta, sedangkan kreativitas merupakan kemampuan untuk mencipta.

Menurut Rogers dalam Munandar(2014) pengertian kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasi diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang dan menjadi matang, kecenderungan untuk mengekspresikan dan mengaktifkan semua kemampuan organisme. Sedangkan Clark Moustakis dalam Munandar(2014) menyatakan bahwa kreativitas merupakan pengalaman yang mengekspresikan dan mengaktualisasikan identitas individu dalam bentuk terpadu dalam hubungan dengan diri sendiri, dengan alam dan dengan orang lain.

Menurut Munandar(2014) mengemukakan bahwa kreativitas adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu di lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat. Sedangkan Reni Akbar dalam Husein(2014) mendefinisikan kreativitas adalah kemampuan seseorang melahirkan sesuatu yang baru atau kombinasi hal yang sudah ada sehingga terkesan ada. Menurut Sternberg dalam Munandar (2014) menjelaskan bahwa kreativitas adalah titik pertemuan yang khas antara tiga atribut psikologis yaitu: inteligensi, gaya kognitif, dan kepribadian atau motivasi.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kreativitas pada intinya merupakan kemampuan seseorang untuk

melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk karya baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

#### 2.1.5.2 Klasifikasi Kreativitas

Menurut Munandar(2014) ciri-ciri kreaivitas dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu ciri kognitif (*aptitude*) dan ciri non-kognitif (*non-aptitude*) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Kognitif atau kreatif (*aptitude*)

Ciri-ciri *aptitude* adalah ciri-ciri yang berhubungan dengan kognisi, dengan proses berpikir. *Aptitude* terdiri dari lima sifat yaitu:

- a. Keterampilan berpikir lancar (*fluency of thinking*), yaitu kemampuan mencetuskan banyak gagasan, jawaban, penyelesaian masalah, pertanyaan, memberikan banyak cara atau saran untuk melakukan berbagai hal serta selalu memikirkan lebih dari satu jawaban.
- b. Keterampilan berpikir luwes (*fleksibel*), yaitu kemampuan dalam menghasilkan gagasan, jawaban atau pertanyaan yang bervariasi, dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbeda-beda, mencari banyak alternatif atau arah yang berbeda-beda, serta mampu mengubah cara pendekatan atau cara pemikiran.
- c. Keterampilan berpikir orisional (*original*), yaitu mampu melahirkan ungkapan yang baru dan unik, memikirkan cara yang tidak lazim untuk mengungkapkan diri, serta mampu membuat kombinasi- kombinasi yang lazim dari bagian-bagian atau unsur-unsur.

- d. Keterampilan memerinci (mengelaborasi), yaitu mampu memperkaya dan mengembangkan suatu gagasan atau produk, dan menambahkan atau memerinci secara detail dari suatu obyek gagasan, atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.
  - e. Keterampilan menilai (mengevaluasi), yaitu menentukan patokan penilaian sendiri dan penentuan apakah suatu pertanyaan benar, suatu rencana sehat, atau suatu tindakan bijaksana, mampu mengambil keputusan terhadap situasi yang terbuka, serta tidak hanya mencetuskan gagasan tetapi juga melaksanakannya.
2. Non-Kognitif atau afektif (*non-aptitude*)

Ciri-ciri *non-aptitude* ialah ciri-ciri yang lebih berkaitan dengan sikap atau perasaan. *Non-aptitude* terdiri dari lima sifat yaitu:

- a. Rasa ingin tahu, yaitu meliputi suatu dorongan untuk mengetahui lebih banyak, mengajukan banyak pertanyaan, selalu memperhatikan orang lain, obyek dan situasi serta peka dalam pengamatan dan ingin mengetahui atau meneliti.
- b. Bersifat imajinatif, yaitu meliputi kemampuan untuk memperagakan atau membayangkan hal-hal yang tidak atau belum pernah terjadi, dan menggunakan khayalan tetapi mengetahui perbedaan antara khayalan dan kenyataan.
- c. Merasa tertantang oleh kemajemukan, yaitu meliputi dorongan untuk mengatasi masalah-masalah yang sulit, merasa tertantang oleh situasi-situasi yang rumit, serta lebih tertarik pada tugas-tugas yang sulit.

- d. Sikap berani mengambil resiko, yaitu meliputi keberanian memberikan jawaban meskipun belum tentu benar, tidak takut gagal atau mendapat kritik, serta tidak menjadi ragu-ragu karena ketidakjelasan hal-hal yang tidak konvensional, atau yang kurang berstruktur.
- e. Sikap menghargai, yaitu meliputi tindakan dapat menghargai bimbingan dan pengarahan dalam hidup, serta menghargai kemampuan dan bakat-bakat sendiri yang sedang berkembang.

### **2.1.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kreativitas**

Menurut Rogers dalam Munandar(2014) bahwa dalam kondisi internal memungkinkan timbulnya proses kreatif yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kemampuan untuk bermain dan bereksplorasi dengan unsur-unsur, bentuk-bentuk, bunyi bunyian dan konsep-konsep. Kemampuan untuk membentuk kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya.
2. Evaluasi internal, yaitu pada dasarnya penilaian terhadap produk karya seseorang terutama ditentukan oleh diri sendiri, bukan karena kritik atau pujian orang lain. Walaupun demikian individu tidak tertutup dari masukan dan kritikan dari orang lain.
3. Keterbukaan terhadap pengalaman, terhadap rangsangan-rangsangan dari luar maupun dari dalam. Keterbukaan terhadap pengalaman adalah kemampuan menerima segala sumber informasi dari pengalaman hidupnya sendiri dengan menerima apa adanya, tanpa ada usaha mempertahankan diri, tanpa kekakuan terhadap pengalaman-pengalaman tersebut dan keterbukaan terhadap konsep secara utuh, kepercayaan, persepsi dan

hipotesis. Dengan demikian, individu kreatif adalah individu yang menerima perbedaan.

Sedangkan Clark dalam Taslim (2013) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dikategorikan dalam dua kelompok, yaitu faktor yang mendukung dan menghambat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mendukung perkembangan kreativitas yaitu:
  - a. Situasi yang menghadirkan ketidaklengkapan serta keterbukaan.
  - b. Situasi yang menimbulkan dan mendorong timbulnya pertanyaan.
  - c. Situasi yang mendorong menghasilkan sesuatu.
  - d. Situasi yang mendorong tanggung jawab dan kemandirian.
  - e. Sesuatu yang menekankan inisiatif diri.
  - f. Kewibawaan yang memungkinkan untuk mengembangkan potensi kreativitas.
  - g. Perhatian dari orang tua terhadap minat anaknya, stimuli dari lingkungan sekolah dan motivasi diri.
2. Faktor-faktor yang menghambat berkembangnya kreativitas yaitu:
  - a. Kebutuhan akan keberhasilan, ketidakberanian dalam menanggung resiko atau upaya mengejar sesuatu yang belum diketahui.
  - b. Konformitas terhadap teman-teman kelompoknya dan tekanan sosial.
  - c. Kurang berani dalam melakukan eksplorasi, menggunakan imajinasi dan penyelidikan.
  - d. Stereotip peran seks atau jenis kelamin.
  - e. Otoritarianisme dan tidak menghargai terhadap fantasi dan khayalan.

#### 2.1.5.4 Indikator Kreativitas

Menurut Antonius Tanan dalam Suryana(2014) menyatakan dimensi dan indikator dari kreativitas digolongkan menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut:

1. Pencipta peluang, indikatornya:
  - a. Antusias
  - b. Bersemangat
  - c. Berkembang
2. Penemu, indikatornya:
  - a. Gigih
  - b. Tekun
  - c. Serius
3. Pengambil risiko yang diperhitungkan, indikatornya:
  - a. Berani memulai
  - b. Tidak malu-malu
  - c. Tidak takut gagal atau rugi

Sedangkan Hadiyati (2014) menjelaskan bahwa indikator yang digunakan untuk dimensi-dimensi kreativitas adalah sebagai berikut:

1. Ingin Tahu
  - a. Keingintahuan mencoba produk baru
  - b. Keinginan mencari informasi yang bermanfaat
2. Optimis
  - a. Rasa optimis terhadap produk yang ditawarkan
  - b. Rasa optimis terhadap kemampuan

3. Fleksibel
  - a. Tingkat adaptasi terhadap perubahan
  - b. Menerima terhadap masukan dari luar
4. Mencari Solusi
  - a. Mencari solusi dalam memecahkan masalah
  - b. Solusi terbaik yang diterapkan
5. Berimajinasi
  - a. Tingkat imajinasi untuk memajukan usaha
  - b. Sering menggunakan imajinasi
6. Berani Beresiko
  - a. Senang terhadap tantangan
  - b. Menerima kemungkinan terjadi kegagalan

Berdasarkan beberapa indikator kreativitas, adapun indikator yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan oleh Antonius dalam Suryana(2014) yaitu pencipta peluang, penemu, dan pengambil resiko.

## **2.1.6 Keberhasilan Usaha**

### **2.1.6.1 Pengertian Keberhasilan Usaha**

Setiap kegiatan usaha yang dilakukan hendaknya menginginkan sebuah pencapaian yang positif, terlepas dari sebuah proses yang telah dilaksanakan, keinginan untuk mencapai sebuah tujuan pasti menjadi sasaran utama. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai keberhasilan usaha yang dilakukan, mengingat persaingan dalam dunia bisnis untuk sekarang ini begitu ketat.

Pengertian keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis (Noor, 2013). Sedangkan keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih dari pada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya. Sesuai dengan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan-perusahaan sekelasnya (Mudzakar, 2012).

Pengertian keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. 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 (Suryana, 2014). Sedangkan arti dari keberhasilan usaha adalah tujuan utama dari sebuah perusahaan atau bisnis yang segala aktivitas didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan atau kesuksesan (Farisi, 2013). Adapun pengertian dari keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada keadaan sebelumnya (Daulay & Ramadini, 2013).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha merupakan hal utama bagi perusahaan dimana segala aktivitasnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan. Secara umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya.

### 2.1.6.2 Faktor-Faktor Keberhasilan Usaha

Untuk menjaga usia perusahaan hidup lebih lama dan mencapai sebuah keberhasilan dalam mengelola sebuah usaha tentunya harus ada strategi yang digunakan terutama dalam menghadapi persaingan yang ada. Setiap wirausaha tentunya menginginkan harapan usia perusahaannya yang panjang, pencapaian keberhasilan dan kelancaran dalam mengelola usaha sehingga orientasi pada hasil bisa tercapai dengan maksimal. Menurut Dun Steinhoff dalam Suryana(2014) bahwa keberhasilan usaha ditentukan oleh tiga faktor yaitu sebagai berikut:

1. Kemampuan dan kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan tetapi tidak mempunyai kemampuan, keduanya tidak akan bisa menjadi wirausaha yang sukses. Sebaliknya orang yang memiliki kemauan dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses dan dapat mengembangkan usahanya dengan berdampak pada usia perusahaannya.
2. Tekad yang kuat dan kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.
3. Kesempatan dan peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang itu sendiri, bukan mencari-cari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

Keberhasilan dalam hidup pada dasarnya merupakan dambaan setiap orang sehingga orang akan melakukan apa saja untuk mencapainya. Dalam mencapai keberhasilan perlu diketahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam suatu usaha yaitu sebagai berikut (Basrowi, 2014):

1. Komitmen dan ketabahan hati secara total.
2. Bergerak maju untuk mencapai tujuan dan tumbuh.
3. Peluang dan orientasi pada tujuan.
4. Mengambil inisiatif dan tanggung jawab pribadi.
5. Konsisten terhadap pemecahan masalah.
6. Realisme dan mempunyai *sense of humor*.
7. Mengambil risiko yang telah diperhitungkan dan mencari risiko.
8. Memiliki obsesi untuk mendapatkan dan mendayagunakan peluang.
9. Memiliki kreatifitas dan fleksibilitas.
10. Memiliki kemampuan *leadership*.
11. Selalu terbuka untuk berkerja sama.
12. Keinginan untuk belajar dari kegagalan.
13. Memiliki motivasi besar untuk sukses.
14. Berkemauan dan berkemampuan melihat, mengakui dan menghargai potensi pihak atau orang (pesaing) lain.
15. Berorientasi ke masa depan.

### **2.1.6.3 Proses Terjadinya Keberhasilan Usaha**

Keinginan mencapai suatu tujuanyang telah direncanakan merupakan sebuah hal wajar bagi pelaku bisnis bahkan dapat dikatakan sebuah kewajiban

bagi siapa saja yang bergelut dalam dunia usaha. Hal tersebut tentunya tidak secara langsung dapat tercapai, ada beberapa langkah yang harus dilaksanakan oleh pelaku bisnis. Menurut Porter dalam Suryana (2014) yang menjelaskan proses tercapainya suatu keberhasilan usaha yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan perusahaan dan kebijakan fungsi-fungsi manajemen (seperti produksi dan pemasaran) harus secara kolektif memperlihatkan posisi yang terkuat di pasar.
2. Tujuan dan kebijaksanaan tersebut ditumbuhkan berdasarkan pada kekuatan perusahaan serta diperbarui terus (dinamis) sesuai dengan perubahan peluang dan ancaman lingkungan eksternal.
3. Memiliki dan menggali kompetensi khusus sebagai pendorong untuk menjalankan perusahaan, misalnya dengan reputasi merek dan biaya produksi yang rendah.

Proses khusus ini harus dikembangkan terus secara dinamis. Apabila kompetensi khusus ini tidak diubah, maka tingkat keuntungan perusahaan bisa menurun. Pada intinya perusahaan harus menciptakan daya saing yang khusus untuk memperkuat posisi tawar-menawar dalam persaingan dan untuk menampung tuntutan persaingan di pasar. Menurut Mintzberg dalam Suryana (2014) dalam teori "*Design School*" perusahaan harus mendesain strategi perusahaan yang cocok antara peluang dan ancaman eksternal dengan kemampuan internal yang memadai dan berpedoman kepada pilihan alternatif dari grand strategi, kemudian didukung dengan menumbuhkan kapabilitas inti yang merupakan kompetensi khusus dari pengelolaan sumber daya perusahaan.

#### **2.1.6.4 Dimensi dan Indikator Keberhasilan Usaha**

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik daripada keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan diindikasikan kedalam lima hal sebagai berikut(Kasmir, 2016):

1. Jumlah penjualan meningkat

Penjualan meningkat merupakan tujuan dari bisnis. Penjualan meningkat merupakan indikasi berhasil tidaknya usaha dalam persaingan.

2. Hasil produksi meningkat

Besar kecilnya produktivitas usaha akan mengetahui besarnya produksi usaha. Hal itu akan memengaruhi besar kecilnya penjualan pada akhirnya menentukan pendapatan sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3. Keuntungan atau profit bertambah

Keuntungan merupakan nilai lebih yang diperoleh dari hasil penjualan setelah dikurangi modal dan biaya produksi yang dapat menentukan hasil produktivitas selanjutnya.

4. Pertumbuhan Usaha

Pertumbuhan usaha dapat dilihat dari penjualan, laba, dan aktiva. Pertumbuhan usaha dapat dilihat dengan baik dengan semakin tinggi tingkat pertumbuhan suatu usaha maka semakin baik usaha tersebut.

5. Perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan

Suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadilebih baik lagi dan agar mencapai pada satu titik atau puncak

menuju kesuksesan. Perkembangan usaha di lakukan oleh usaha yang sudah mulai terproses dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.

Sedangkan dimensi dan indikator dalam mengukur suatu keberhasilan usaha dapat diukur sebagai berikut (Suryana, 2014):

1. Modal, indikatornya:
  - a. Aset
  - b. Modal produksi
2. *Output* produksi, indikatornya:
  - a. Target produksi
  - b. Jumlah produksi
3. Volume penjualan, indikatornya:
  - a. Target penjualan
  - b. Jumlah produk yang terjual
4. Pendapatan, indikatornya:
  - a. Target omset
  - b. Pencapaian omset

Berdasarkan dimensi dan indikator di atas, bahwa untuk mencapai suatu keberhasilan dalam melakukan kegiatan usaha dapat melihat dari beberapa indikator diantaranya modal, *output* produksi, volume penjualan, dan pendapatan yang disesuaikan dan diselaraskan dengan kemampuan pelaku bisnis UMKM untuk mengolahnya, agar mempunyai dampak positif pada usaha yang sedang dijalankan sehingga keberhasilan usaha dapat terealisasi.

## 2.2 Hubungan Antar Variabel

Salah satu faktor pendukung dalam mencapai keberhasilan usaha yaitu seorang wirausahawan harus memiliki jiwa kewirausahaan dikarenakan jiwa kewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam berwirausaha yang pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan. Frinces dalam Muhyi (2012) menyatakan bahwa suksesnya wirausaha salah satunya dikarenakan adanya manajer yang kompeten dengan tingkat keterampilan wirausaha tinggi. Sedangkan Suryana (2014) mengungkapkan bahwa untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko. Hal ini tentu dapat menunjukkan bahwa pentingnya dalam membangun jiwa kewirausahaan, karena jiwa kewirausahaan ini sangat menentukan keberhasilan suatu usaha yang dijelankannya.

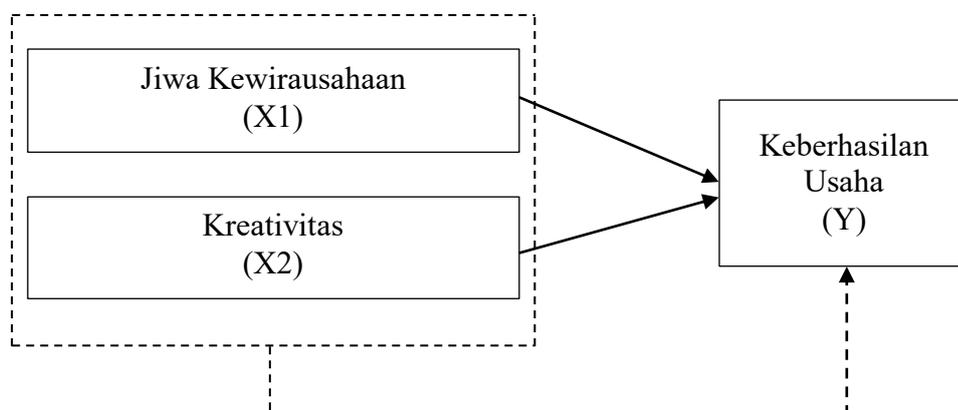
Kreativitas menjadi salah faktor yang mempengaruhi keberhasilan karna dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, kreativitas sendiri mengandung arti yaitu proses yang melibatkan pemunculan gagasan atau konsep baru, atau hubungan baru antara gagasan dan konsep yang sudah ada, dalam arti kata lain kreativitas ini memunculkan ide-ide yang baru untuk kemajuan usaha atau bisnis yang sedang berjalan. Menurut Suryana (2014) kreativitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara yang baru dalam memecahkan suatu masalah dan menemukan peluang. Sebagai wirausaha, sudah pasti akan menghadapipersaingan yang ketat. Pengembangan ide atau gagasan bagi usaha merupakan kunci utama yang sangat penting agar dapat mengembangkan usahanya dan berhasil sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi masalah yang ingin diteliti. Dalam kerangka pemikiran ini didapatkan dari konsep ilmu atau teori-teori yang relevan sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti.

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Kerangka pemikiran ini ditujukan untuk memperjelas variabel yang diteliti sehingga elemen pengukurnya dapat dirinci secara kongkrit (Sugiyono, 2018). Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dirumuskan seperti gambar sebagai berikut :

**Gambar 2.1.**  
**Kerangka Pemikiran**



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian (2021)

Keterangan:

- : Pengujian variabel secara parsial (pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat)
- : Pengujian variabel secara simultan (pengaruh secara bersamaan variabel bebas terhadap variabel terikat)

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau pendapat yang kebenarannya masih rendah atau kadar kebenarannya masih belum meyakinkan, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan sedangkan kebenaran pendapat tersebut perlu diuji atau dibuktikan (Sugiyono, 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen pada UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur. Berdasarkan pada kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- H1: Jiwa kewirausahaan berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usahapada UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur.
- H2: Kreativitas berpengaruh secara parsial terhadap keberhasilan usaha pada UMKMKecamatan Tanjungpinang Timur.
- H3: Jiwa kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Kecamatan Tanjungpinang Timur.

## 2.5. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi yang berkaitan serta relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding dalam menyusun penelitian ini sehingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

### 1. (Susanto, 2020)

Jurnal Nasional dengan judul “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kalimantan Tengah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kreativitas (X1) dan Inovasi (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 40 Usaha Mikro kecil menengah yang berada di Kalimantan Tengah. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil analisis mendapatkan bahwa dari kedua variabel kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha, variabel Inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Kemudian dengan menggunakan uji F yang telah diteliti terbukti bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. (Iskandar & Safrianto, 2020)

Jurnal Nasional dengan judul “Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keterampilan berwirausaha dan pengalaman usaha terhadap keberhasilan berwirausaha (Studi kasus pada sektor makanan dan minuman di Desa Bojong Rawalumbu). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini diperoleh secara simultan menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan keterampilan wirausaha terhadap keberhasilan wirausaha dan secara simultan pengalaman usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan wirausaha. Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keterampilan berwirausaha dan pengalaman usaha terhadap keberhasilan berwirausaha.

3. (Anggrahini, 2019)

Jurnal Nasional dengan judul “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Peranan Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Bakso di Kota Malang)”. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari jiwa kewirausahaan pengusaha dan peran pemerintah terhadap keberhasilan usaha bakso di Kota Malang. Terdapat beberapa jiwa kewirausahaan yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha diantaranya menerima resiko, kreatifitas, fleksibilitas, reaksi positif terhadap tantangan, jiwa dinamis dan

kepemimpinan, kemampuan bergaul, peka terhadap saran, prestasi, inisiatif, mampu berdiri sendiri, orientasi masa depan, orientasi laba, perspektif, keluwesan, pengetahuan tentang produk dan teknologi. Terdapat tempat peranan pemerintah yang dapat menunjang keberhasilan usaha yaitu mengurangi regulasi, mempermudah perijinan, bantuan modal, dan penyerderhanaan pajak. Dalam mengukur keberhasilan usaha dilakukan berdasarkan penambahan aset, laba perusahaan, volume penjualan, keunggulan produk, keunggulan harga, penambahan cabang baru, penambahan jenis produk dan penambahan jumlah karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh jiwa kewirausahaan pengusaha dan peranan pemerintah terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 76,1%. Pengaruh terbesarnya terdapat dari variabel jiwa kewirausahaan sedangkan pengaruh terkecil terdapat pada variabel peranan pemerintah.

4. (Amin & Jaya, 2019)

Jurnal Internasional dengan judul “*Creativity And Innovation In Achieving Success In Traditional Cake Businesses*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji keterkaitan faktor internal berupa kreativitas dan inovasi untuk keberhasilan usaha kue tradisional. Menggunakan kuantitatif, metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner kepada 37 pengusaha kue tradisional di Kota Kuala Tungkal, Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Provinsi Jambi. Hasilnya menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi secara simultan dan parsial berpengaruh positif terhadap keberhasilan kue tradisional bisnis. Inovasi memiliki pengaruh yang lebih dominan daripada

kreativitas dalam keberhasilan bisnis. Dari analisis deskriptif ditemukan bahwa keberhasilan usaha dibentuk peningkatan pendapatan tidak diikuti dengan penambahan pelanggan baru. Oleh karena itu disarankan bagi para pengusaha untuk berinovasi dalam produk, proses, tempat dan desain untuk dapat menarik pelanggan baru.

5. (Octavia *et al.*, 2020)

Jurnal Internasional dengan judul “*The Moslema Entrepreneurship And Product Innovation: Its Impact On Market Orientation And Performance Of Small And Medium Enterprises*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh wirausaha muslim dan inovasi produk terhadap orientasi pasar dan kinerja UKM. Desain penelitian menggunakan desain sample survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha wanita Islam yang bergerak sebagai pemilik usaha yang disebut pengusaha muslim. Jumlah sampel sebanyak 86 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja dan kewirausahaan terhadap kinerja. Sedangkan penelitian ini menyatakan bahwa variabel orientasi pasar tidak berperan sebagai variabel intervening. Oleh karena itu, kewirausahaan muslim perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kinerja. Pengusaha muslim harus selalu berinovasi dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris untuk pengambilan keputusan strategis oleh UKM.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data dengan tujuan dan kegunaan tertentu(Sugiyono, 2018). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode bersifat asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meliputi pada populasi atau sampel tertentu(Sugiyono, 2018).

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jenis penelitian ini berdasarkan ekplanasinya adalah penelitian asosiatif yang dianggap relevan terhadap teori-teori dan judul penelitian dengan menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif untuk meneliti serta menguji jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan UMKM.

#### **3.2. Jenis Data**

Data merupakan sekumpulan informasi, fakta-fakta, atau simbol-simbol yang menerangkan tentang keadaan objek penelitian(Arikunto, 2016). Sumber data diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian dan sekaligus untuk menjamin keberhasilan penelitian tersebut.

### **3.2.1. Data Primer**

Data primer merupakan sebagai sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini pelaku bisnis UMKM yang berada di daerah Kecamatan Tanjungpinang Timur sebagai responden.

### **3.2.2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sebagai data yang bersumber dari catatan yang ada pada suatu perusahaan atau suatu organisasi dan dari sumber lainnya yaitu dengan mengadakan studi pustaka dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian (Sunyoto, 2013). Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumen-dokumen perusahaan, artikel, jurnal dan literatur yang berkaitan dan relevan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

## **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2018). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi, kuisoner dan kepustakaan.

### **3.3.1. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lain yang dilakukan sebagai usaha sadar untuk mengumpulkan data secara sistematis dengan prosedur yang terstandar (Sugiyono, 2018). Peneliti melakukan observasi langsung ditempat penelitian tetapi bersifat observasi non partisipan dimana peneliti hanya mengamati tetapi tidak ikut serta dalam semua aktivitas tersebut. Agar dalam observasi tersebut tidak terbuang sia-sia maka dalam observasi juga dilakukan pencatatan-pencatatan selama kegiatan. Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk menggali data tentang suatu keadaan yang terjadi pada saat penelitian berlangsung. Keadaan tersebut merupakan fokus pengamatan yang berhubungan dengan jiwa kewirausahaan dan kreativitas terhadap keberhasilan UMKM di Kecamatan Tanjungpinang Timur.

### **3.3.2. Kuesioner (Angket)**

Teknik kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagi kuesioner kepada tiap responden sebagai sampel penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yang dijawabnya (Sugiyono, 2018). Kuesioner atau angket dalam penelitian ini digunakan untuk menggali data tanggapan pelaku bisnis UMKM, yang dituangkan ke dalam setiap butiran pertanyaan. Dimana tiap UMKM cukup memberikan tanda *checklist* pada kolom yang telah disediakan.

### **3.3.3. Kepustakaan**

Studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian ini, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah(Sugiyono, 2018). Pada studi kepustakaan ini penulis melakukannya dengan cara mengumpulkan, mempelajari teori-teori, artikel, jurnal dan literatur yang berhubungan dengan masalah yang diangkat peneliti.

### **3.4. Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini, penulis membutuhkan objek agar masalah dapat terpecahkan. Populasi merupakan objek dalam penelitian ini dengan menentukan populasi maka peneliti akan mampu melakukan pengolahan data. Dan untuk mempermudah pengolahan data maka penulis akan mengambil bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang disebut sampel. Dengan menggunakan sampel, peneliti akan lebih mudah mengolah data dan hasil yang didapat akan lebih kredibel.

#### **3.4.1. Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan(Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah UMKM yang terdapat di Kecamatan Tanjungpinang Timur yang berjumlah 307 UMKM.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Populasi Penelitian**

No	Nama Kelurahan	Jumlah
1	Kelurahan Kampung Bulang	35
2	Kelurahan Melayu Kota Piring	81
3	Kelurahan Air Raja	35
4	Kelurahan Pinang Kencana	50
5	Kelurahan Batu Sembilan	106
	Total	307

Sumber: Data Yang Diolah (2021)

### 3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila jumlah populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel.

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam penarikan sampel, karena jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya juga tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel atau jumlah responden

N : Jumlah populasi

e : Persentase kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

Dalam rumus Slovin terdapat beberapa ketentuan yaitu sebagai berikut:

Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar.

Nilai  $e = 0,2$  (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 5-10% dari populasi penelitian. Sehingga dengan jumlah populasi penelitian sebesar 307 orang responden, maka untuk mengetahui jumlah sampel penelitian adalah dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{307}{1 + (307 \times 0,05^2)} = 173,6 = 174 \text{ sampel}$$

Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti menggunakan *simple random sampling*. Pengertian *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018). Sesuai dengan hasil perhitungan rumus Slovin di atas, maka diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 174 responden.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penentuan suatu construct sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional variabel digunakan sebagai petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur, dengan menggunakan indikator-indikator yang secara terperinci (Sugiyono, 2018). Adapun definisi operasional berdasarkan variable-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Nomor Pernyataan	Skala Pengukuran
Jiwa Kewirausahaan (X1)	Kewirausahaan ialah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. (Fahmi, 2014)	1. Percaya diri: a. Optimis b. Ketidakbergantungan c. Kepercayaan 2. Tugas dan hasil a. Kerja keras b. Energik 3. Pengambil risiko a. Mampu ambil risiko b. Suka tantangan 4. Keorisinilan a. Kreatif b. Banyak sumber (Alma, 2014)	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Likert
Kreativitas (X2)	Kreativitas adalah kemampuan seseorang melahirkan sesuatu yang baru atau kombinasi hal yang sudah ada sehingga terkesan ada. Reni Akbar dalam Husein (2017)	1. Pencipta peluang a. Antusias b. Bersemangat c. Berkembang 2. Penemu a. Gigih b. Tekun c. Serius 3. Pengambil resiko a. Berani memulai b. Tidak malu c. Tidak takut gagal (Suryana, 2014)	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Likert
Keberhasilan UMKM (Y)	Keberhasilan usaha ialah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapatkan laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang	1. Jumlah penjualan meningkat 2. Hasil produksi meningkat 3. Keuntungan atau profit bertambah 4. Pertumbuhan usaha 5. Perkembangan usaha berkembang	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10	Likert

	melakukan bisnis (Noor, 2013)	cepat dan memuaskan (Kasmir, 2016)		
--	----------------------------------	--	--	--

Sumber: Hasil olahan peneliti (2021)

### 3.6. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini pada tahap pengolahan data, bertujuan untuk mengetahui hasil dari data yang telah diperoleh dari responden (Sunyoto, 2013). Data yang akan digunakan yaitu data yang dilakukan setelah data penelitian tersebut diolah baik secara manual maupun menggunakan aplikasi pada komputer. Teknik pengolahan analisis data bertujuan untuk menginterpretasikan hasil kuesioner dan menarik kesimpulan dari jumlah data yang sudah terkumpul. Beberapa teknik yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Editing* (Perubahan/penyetoran)

Pengeditan merupakan proses pengecekan dan penyesuaian data yang diperoleh kemudian dirapikan sesuai dengan susunan yang sudah ditetapkan dan diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data teknik statistik.

2. *Coding* (Pemberian kode)

Pemberian kode adalah proses indentifikasi dan klasifikasi data penelitian ke dalam skor numeric atau karakter simbol.

3. *Scoring* (Pemberian skor/nilai)

Proses pemberian skor dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori atas jawaban kuesioner sesuai tanggapan responden. Responden menjawab

pertanyaan kuesioner dengan memberikan tanda *checklist* pada jawaban yang telah disediakan dengan 5 (lima) kemungkinan yang tersedia. Setiap pilihan jawaban responden diberi nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala likert. Adapun skor yang diberikan pada tiap pertanyaan adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2018):

- a) STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- b) TS= Tidak Setuju (2)
- c) KS = Kurang Setuju (3)
- d) S= Setuju (4)
- e) SS= Sangat Setuju (5)

#### 4. *Tabulating* (Tabulasi)

Menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulasi selesai dilakukan kemudian penulis akan mengolah data tersebut dengan menggunakan program SPSS 25*for windows*.

### **3.7. Teknik Analisa Data**

#### **3.7.1. Uji Kualitas Data**

##### **3.7.1.1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$

hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan  $\alpha = 0,05$ . Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka indikator tersebut dinyatakan valid, sebaliknya apabila r hitung lebih kecil dari r tabel maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2013).

### **3.7.1.2. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan suatu indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Arikunto, 2016).

Dalam melakukan perhitungan dengan menggunakan model alpha dan alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*. Suatu instrumen dinyatakan reliabel, apabila koefisien reliabilitas minimal adalah 0.60. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai  $\alpha > 0.60$ , sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai  $\alpha < 0.60$  (Sugiyono, 2018).

### **3.7.2. Uji Asumsi Klasik**

Untuk meyakini bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (*valid*) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

### 3.7.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residul yang terdistribusi secara normal (Priyatno, 2014).

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu dengan melihat *probabilityplot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan menentukan garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013).

### 3.7.2.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $\geq 10$ .

### 3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke

pengamatanyang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas(Ghozali, 2013).

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu denganmelihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah *distudentized*.

#### **3.7.2.4.Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi merupakan korelasi pada tempat yang berdekatan datanyayaitu *cross sectional*. Autokorelasi merupakan korelasi *time series* (lebihmenekankan pada dua data penelitian berupa data rentetan waktu). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Mendeteksi gejala autokolerasi adalah dengan menggunakan nilai Durbin-Watson(Ghozali, 2013).

- a.  $DU < DW < 4 - DU$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- b.  $DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- c.  $DL < DW < DU$  atau  $4 - DU < DE < 4 - DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

### 3.7.3. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap suatu variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen(Sunyoto, 2013). Persamaan regresi linear berganda untuk hubungan yang dihipotesiskan dapat dirumuskan sebagai berikut(Sugiyono, 2018):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keberhasilan Usaha

a : Konstanta

$b_{1,2}$  : Koefisien Regersi

$X_1$  : Jiwa Kewirausahaan

$X_2$  : Kreativitas

e : Kesalahan

### 3.7.4. Uji Hipotesis

#### 3.7.4.1.Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variabel dependen (Ghozali, 2013).

$H_0$  :  $b_i = 0$ , artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Ha :  $b_i \neq 0$ , artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent.

Nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel. Adapun kriteria pengambilan keputusannya, yaitu sebagai berikut :

Ho diterima jika t hitung  $<$  t tabel pada  $\alpha = 5\%$  atau dengan nilai sig.  $> 0.05$ .

Ha diterima jika t hitung  $>$  t tabel pada  $\alpha = 5\%$  atau dengan nilai sig.  $< 0.05$ .

#### **3.7.4.2.Uji Simultan (Uji F)**

Pada dasarnya uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

- a. Apabila F hitung  $>$  F tabel atau probabilitas  $<$  nilai signifikan (Sig  $<$  0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima.
- b. Apabila F hitung  $<$  F tabel atau probabilitas  $>$  nilai signifikan (Sig  $>$  0,05), maka Ho diterima dan Ha ditolak.

#### **3.7.4.3.Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerapkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil mengidentifikasi variabel independen memberikan hampir sempurna prediksi terhadap variabel dependen menurut (Ghozali, 2013).

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Amin, S., & Jaya, I. (2019). Creativity and innovation in achieving success in traditional cake businesses. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 6(4), 435–444.
- Amirullah. (2015). *Pengantar Manajemen*. Mitra Wacana Media.
- Anggrahini, M. (2019). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Peranan Pemerintah Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Bakso Di Kota Malang). *Sosiohumanitas*, XXI, 1–13.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Basrowi. (2014). *Pengantar Sosiologi*. Ghalia Indonesia.
- Daft, R. L. (2012). *Era Baru Manajemen*. Salemba Empat.
- Djaslim, S. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian* (3rd ed.). CV. Linda Karya.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Revisi)*. PT. Bumi Aksara.
- Hubeis, M. (2012). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. PT. Hecca Mitra Utama.
- Husein, U. (2014). *Metode Penelitian*. PT. Raja Grafindo.
- Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(1), 14–20.
- Kasmir. (2016). *Kewirausahaan*. PT. Raja Grafindo.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Munandar, A. (2014). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Universitas Indonesia.
- Nawawi, H. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Universitas Gadjah Mada.
- Nayla, A. (2014). *Komplet Akuntansi untuk UKM dan Waralaba*. Laksana.
- Noor, H. F. (2013). *Ekonomi Manajerial*. Rajawali Press.
- Octavia, A., Dahmiri, D., Wijaya, P., & Sriayudha, Y. (2020). The Moslema entrepreneurship and product innovation: Its impact on market orientation and performance of small and medium enterprises. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 8(4), 397–404.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. CV. Andi Offset.
- Silalahi, U. (2015). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian*. PT. Refika Aditama.
- Sunyoto, D. (2015). *Strategi Pemasaran* (1st ed.). CAPS.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan*. Salemba Empat.
- Susanto, H. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kreatif Di Kecamatan Medan Petisah. *Creativity*, 5(2), 10–21.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. LP3ES.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen* (11th ed.). Bumi Angkasa.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Strategik*. CV. ANDI OFFSET.
- Undang-Undang UMKM. (2013). *Undang-Undang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Pustaka Mahardika.

## CURRICULUM VITAE



Nama : Faty Reswara

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat Tanggal Lahir : Tambelan, 16 September 1998

Status : Belum Menikah

Agama : Islam

Email : fatyres21@gmail.com

Alamat : Perum Bintang Permai Jl. Ganet Km.11

Pekerjaan : Mahasiswa

Pendidikan : - SD Negeri 011 Tanjungpinang Timur  
- SMP Negeri 7 Tanjungpinang  
- SMA Negeri 2 Tanjungpinang  
- STIE Pembangunan Tanjungpinang