

BAB II LANDASAN TEORI

A. LandasanTeori

1. Perkembangan UMKM

a. Pengertian UMKM

Biro pusat statistik indonesia mendefinisikan usaha kecil dengan ukuran tenaga kerja, yaitu 5 sampai 19 orang yang terdiri pekerja kasar yang dibayar, pekerja pemilik, dan pekerja keluarga. Sedangkan usaha menengah adalah mempunyai ukuran pekerja antara 20-100 orang. Perkembangan usaha kecil menengah adalah kemampuan seorang pengusaha untuk mengenalkan dan bersosialisasi diri dan usahanya kepada konsumen pasar sehingga ada perbaikan dan pengembangan taraf hidup pada diri seorang pengusaha.¹ Menurut jurnal Kristiningsih dan Andrianto Trimarjono yang dikutip dalam bukunya Sumarni dan Soeprihanto, setiap jenis usaha tentu berkeinginan untuk mencapai keberhasilan. Keberhasilan usaha bisa diukur melalui pengukuran kinerja. Adapun yang dimaksud kinerja disini adalah tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi.²

Menurut Donalt L. Kirkpatrick dalam buku Adam I. Indra Wijaya , yang dimaksud dengan Perkembangan usaha adalah “Suatu proses yang bertahap-tahap, yang sistematis untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan sikap, prestasi kerja orang-orang yang memegang tanggung jawab manajerial usaha, secara umum pengembangan manajerial dikenal sebagai usaha untuk meningkatkan prestasi dan juga pertumbuhan organisasi”.³

¹ Endang Purwanti, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga”, Among Makarti, Vol.5 No.9,(2012) :21.

²Kristiningsih dan Andrianto Trimarjono,” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Ukm Di Wilayah Surabaya)”, Business And Economic Transformation Towards AEC 2015, Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS, ISSN NO : 1978 – 6522,(2015) : 144.

³Yully Christiana, Ari Pradhanawati dan Wahyu Hidayat, PENGARUH KOMPETENSI WIRUSAHA, PEMBINAAN USAHA DAN INOVASI

Hal senada yang dijelaskan oleh Kaplan dan Norton dalam jurnal Aziz Fathoni yang menjelaskan bahwa kinerja keuangan tidak bisa “banyak bicara” tentang masa lalu perusahaan atau tidak bisa langsung membawa perusahaan ke arah yang lebih baik.⁴

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas Menurut Pfeffer dan Salancik yang dikutip dalam jurnal Reni perkembangan usaha didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan melakukan tindakan dan hasil yang bisa diterima, namun perkembangan perusahaan harus bisa dikonsep dan dioperasionalkan, serta bisa diukur dengan beberapa cara atau metode. Indiarti dan langenberg dalam jurnal Reni merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha diantaranya Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM.⁵

Adapun faktor-faktor yang dapat menjadi penyebab kegagalan usaha antara lain adalah kurangnya kemampuan manajerial, kurangnya pengalaman, kekurangan modal dan ketidakmampuan menanggapi perubahan dan beradaptasi terhadap perubahan. Dengan demikian, Perkembangan usaha bagi UMKM sebagai kesuksesan dalam berusaha yang dapat dilihat jumlah penjualan yang semakin meningkat dikarenakan dari kemampuan pengusaha dalam mengetahui modal psikologi pengusaha tersebut, dari karakteristik wirausaha dan manajemen sumber daya yang baik, serta pengetahuan pengusaha tentang karakteristik UMKM sehingga usahanya dapat berkembang.

PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan), JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC, (2014):4.

⁴Aziz Fathoni, 4.

⁵Reni Shinta Dewi, *Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)*, Jurusan Administrasi Bisnis, Vol.2, No.1,(2013):31.

b. Bentuk UMKM

Bentuk UMKM dapat berupa perusahaan perseorangan, persekutuan, seperti misalnya firma dan CV, maupun perseroan terbatas. UMKM dapat dibedakan menjadi 3 terutama berdasar jumlah asset dan omzet sebagaimana tercantum di Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM sebagai berikut:⁶

1) Usaha Mikro

a) Usaha Mikro adalah usaha milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro

b) Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- (1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2) Usaha Kecil

a) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil

b) Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Usaha Menengah

a) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang

⁶Sony Warsono, dkk, *Akuntansi Umkm Ternyata Mudah Dipahami & Dipraktikkan*, (Yogyakarta : Asgard Chapter, 2010), 5.

perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

b) Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- (1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- (2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).⁷

c. Teknik Pengembangan Usaha

1) Perluasan Skala Ekonomi

Perluasan skala ekonomi bisa dilakukan dengan menambahkan jumlah produksi, tenaga kerja, teknologi, distribusi, dan tempat usaha. Bila produk barang dan jasa yang diciptakan sudah mencapai tujuan, maka tidak dapat dilakukan perluasan skala ekonomi. Dengan kata lain, bila produk barang dan jasa yang dihasilkan sudah mencapai tujuan, maka tidak dapat dilakukan perluasan skala ekonomi, sebab akan menyebabkan kenaikan biaya.

Berdasarkan hal diatas, maka skala usaha ekonomi terjadi apabila peningkatan output menurunkan biaya jangka panjang. Skala usaha tidak ekonomis terjadi apabila perluasan usaha atau peningkatan menaikkan biaya jangka panjang. Oleh karena itu, apabila terjadi skala usaha yang tidak ekonomis, wirausaha dapat meningkatkan usahanya dengan memperluas cakupan usaha. Oleh karena skala ekonomis menunjukkan pengurangan biaya yang muncul sebagai akibat adanya kenaikan volume secara

⁷Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

komulatif. Misalkan ada penurunan biaya dari 10 hingga 30 persen akibat dari adanya kenaikan output komulatif dua kali lipat.⁸

2) Perluasan Cakupan Usaha

Cara ini dilakukan dengan menambah jenis usaha baru, produk, dan jasa baru, yang beda dari sekarang diproduksi (diversifikasi. Untuk memperluas skala ekonomi, apabila pengetahuan usaha dan modal yang cukup, wirausaha bisa melakukan kerjasama dengan perusahaan lain melalui sistem kemitraan.⁹

3) Memelihara Spirit Usaha

Untuk mendorong kreatif agar wirausahawan mendapatkan keuntungan dipasar dapat dilakukan dengan cara berikut :

- a) Mendidik wirausaha tentang pelayanan perusahaan khususnya tentang mereka memberi produk dan jasa, apa masalah yang sedang dihadapi pelanggan, serta kebutuhan dan keinginan dari pelanggan.
- b) Mendidik wirausaha tentang perbaikan produk dan pemasarannya, proses distribusi dan perbaikan produksinya untuk dapat bersaing.
- c) Menciptakan iklim kerja yang positif yang mendorong terciptanya ide- ide baru. Dengan iklim yang kondusif, para enterpreuner akan lebih kreatif dalam mentransformasikan ide-idenya. Para enterpreuner secara ideal adalah individu-individu yang bertanggung jawab dalam bidang marketing, teknologi, dan keuangan. Mereka adalah para kreator dan inovator pada perusahaan orang lain.

4) Menumbuhkan Semangat Mengembangkan Peluang Usaha

Indonesia masih kekurangan seorang wirausaha. Hal ini dapat dipahami karena kondisi pendidikan di Indonesia masih belum menunjang kebutuhan pembangunan sektor ekonomi. Hampir semua sekolah dipadati oleh pendidikan dan pembelajaran konvensional, disatu sisi pendidikan dan masyarakat kurang mendukung perkembangan wirausahaan. Di sisi kebijakan pemerintah yang tidak

⁸Dr. Basrowi, *Kewirausahaan* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2011), 157.

⁹Basrowi, 158.

mendukung semangat kerja masyarakat, misalnya kebijakan harga maksimum beras maupun subsidi yang berlebihan. Karir kewirausahaan dapat mensejahterakan masyarakat dan memberikan pilihan barang dan jasa yang banyak bagi konsumen, bagian dalam maupun luar negeri. Meskipun perusahaan besar lebih menarik perhatian dan seringkali menghiasi berita, bisnis kecil perannya tidak kalah penting bagi kehidupan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara.¹⁰

d. Indikator Perkembangan UMKM

Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah terlihat berkembang dan maju. Perkembangan usaha adalah kemampuan seorang pengusaha untuk menjelaskan diri dan usahanya kepada konsumen pasar sehingga ada perkembangan dan perbaikan taraf hidup pada diri pengusaha.¹¹

Perkembangan usaha bagi UMKM sebagai kesuksesan dalam berusaha yang dapat dilihat jumlah penjualan yang semakin meningkat dikarenakan dari kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada, berinovasi, luasnya pasar yang dikuasai, mampu bersaing, mempunyai akses yang luas terhadap lembaga keuangan baik bank maupun non bank sehingga dapat meningkatkan pembiayaan usahanya.¹²

1) Kemampuan pengusaha dalam meraih peluang usaha yang ada

Esensi kewirausahaan yaitu tanggapan positif terhadap peluang untuk mendapatkan keuntungan diri sendiri dan pelayanan yang lebih baik untuk pelanggan. keadaan lingkungan usaha juga harus diperhatikan sebelum memutuskan jenis usaha apa yang akan dikerjakan.¹³

¹⁰Basrowi, 159.

¹¹Endang Purwanti, "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga", Among Makarti, Vol.5 No.9, (2012):21.

¹²Endang Purwanti, 21

¹³H.M.Havidz Aima dkk. M.Havidz Aima dkk, *Entrepreneurship & Peluang Usaha Menyusun Business Plan yang Unggul dan Inspiratif*, (Jakarta:In Media, 2015),15.

2) Berinovasi

Inovasi adalah kemampuan menciptakan suatu produk yang baru . Tiga hal yang selalu dihadapi seorang wirausaha dibidang apapun adalah hambatan, kesulitan, dan imbalan atau hasil. manusia diberikan imajinasi yag kreatif, maka ia dapat menggunakannya untuk berfikir.¹⁴

3) Luasnya pasar yang dikuasai

Pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini pada konsumen disegmen pasar yang baru mapun di wilayah area geografis pasar yang baru. Perusahaan berusaha memperluas dan memasuki pasar baru dengan memasarkan produk/jasa yang saat ini dimiliki.¹⁵

4) Mampu bersaing

Suatu perusahaan yang sudah tahu pesaingnya, juga harus mencari cara untuk mengembangkan dan mempertahankan pangsa pasar. Ciri yang dapat menciptakan keunggulan bersaing adalah harga produksi rendah, kualitas lebih baik, dan diferensiasi produk.¹⁶

5) Mempunyai akses yang luas terhadap lembaga keuangan

Pentingnya jaringan usaha bagi kesinambungan pertumbuhan usaha, maka idealnya, jaringan usaha harus dibangun sebagai hasil inisiatif para pebisnis. Untuk itu terdapat sejumlah kiat memantapkan relasi sekaligus membangun jaringan usaha, yaitu: 1. Karena jaringan usaha terbentuk oleh adanya interaksi antara pelakunya. Memelihara interaksi yang telah terjalin agar dapat bertukar informasi, teknologi bahkan pemberian akses kepada sumber daya masing-masing. 2. Karena terbentuknya jaringan usaha adalah hasil upaya strategis untuk mengamankan sumber daya. Peliharalah “ketergantungan sumber daya” untuk saling menguatkan posisi masing-masing. 3.wujudkan motif

¹⁴H.M.Havidz Aima dkk. M.Havidz Aima dkk, 12.

¹⁵Muhammad Husni Mubarak, *Pengantar Bisnis*, (Kudus: Nora Media Enterprise,2010),114.

¹⁶Muhammad Husni Mubarak, 123.

ekonomi biaya transaksi dengan membangun kemitraan strategis.¹⁷

2. Inovasi

a. Pengertian Inovasi

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum.¹⁸ Kata inovasi diartikan sebagai “proses” dan atau “hasil” pengembangan dan/atau pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, ketrampilan (termasuk ketrampilan teknologi) untuk menghasilkan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan/atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan.

Inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan atas produk atau jasa baru. Inovasi tersebut merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk menciptakan sumber daya baru, memproduksi keunggulan kompetitif atau mendayagunakan sumber daya yang sudah ada dengan meningkatkan potensinya untuk menghasilkan keuntungan diatas rata-rata.¹⁹ Pada umumnya, pasar konsumen maupun pasar industri ingin merubah dan memperbaiki atas produk yang ditawarkan.

Definisi lain tentang inovasi adalah sebagai berikut:

- 1) Inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru: tindakan menggunakan suatu yang baru.
- 2) Inovasi merupakan eksploitasi yang berhasil dari suatu gagasan baru atau kata lain merupakan mobilisasi pengetahuan, ketrampilan teknologi dan pengalaman untuk menghasilkan produk baru, proses dan jasa baru.²⁰

¹⁷Muhammad Husni Mubarak, 108.

¹⁸Wawan Dhewanto dkk, *Manajemen Inovasi*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014), 67.

¹⁹Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, (Kudus : Nora Media Enterprise, 2010), 117.

²⁰Husni Mubarak, 132.

Dalam dunia bisnis dewasa ini alternative inovasi bukan saja populer, akan tetapi pada umumnya sudah dipandang sebagai suatu keharusan mutlak. Berbagai alasan yang menjadi penyebabnya, seperti tingkat pendidikan pengguna produk yang makin tinggi yang pada gilirannya menyebabkan mereka semakin selektif dalam membeli berbagai produk yang diinginkannya; juga karena peningkatan penghasilan mereka yang memungkinkan mereka meminati berbagai produk yang sedang “trendy” perkembangan teknologi yang sering membuat “siklus hidup” suatu produk menjadi lebih pendek karena cepat “kadaluwarsa”.

Para pesaing (competitor) juga dapat dimanfaatkan sumber gagasan mengenai produk atau jasa baru. Perusahaan dapat memperoleh informasi yang berharga melalui pembuatan peta persepsi pelanggan, kajian patokduga (benchmark study) dan kerekayasaan dari belakang. Melalui kegiatan perbandingan antara produk yang dihasilkan dengan produk saingan, perusahaan akan memperoleh informasi tentang kelebihan dan kekurangan dari produk yang dihasilkan.²¹

Dalam pengembangan produk, penyempurnaan dan perbaikan yang dapat dilakukan atas produk yang dihasilkan meliputi bidang mutu, corak, penampilan dan lain sebagainya. Pada umumnya pengembangan produk mempunyai hubungan erat dengan kegiatan inovasi, sehingga unsur-unsur teknologi memegang peranan yang cukup menentukan dalam pengembangan produk.²² Strategi pengembangan produk termasuk usaha memperpanjang daur hidup produk untuk memanfaatkan reputasi atau merek yang menguntungkan dapat diterapkan dengan cara:

- 1) Memperkenalkan model produk yang lebih bervariasi.
- 2) Menyempurnakan atau memodifikasi produk yang telah ada sebagai produk baru.
- 3) Memperjelas keunikan dan kelebihan produk dibanding yang dimiliki pesaing.

²¹Murdifin Haming, Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2007), 191.

²²Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep Dan Strategi)*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2002), 199-200.

- 4) Memberikan tambahan pada bentuk, pilihan, ukuran, dan kandungan yang baru terhadap suatu produk.²³

Inovasi juga merupakan bagian dari mental seorang pebisnis yakni inovatif. Seorang pebisnis mempunyai kewajiban untuk dapat menjadi sosok yang inovatif dalam menghasilkan ide dan cara untuk mengembangkan usaha bisnis yang dimiliki. Mental inovatif akan dimunculkan pada karya inovasi sebagai hasil dari produk bisnis. Adapun dalil yang berkaitan dengan inovasi ini terdapat dalam QS. al-Ra'd (13): 11:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (QS. al-Ra'd: 11).²⁴

Jadi, Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Dengan inovasi wirausahawan menciptakan baik sumber daya produksi baru maupun pengolahan sumber daya yang ada dengan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal.

b. Tujuan diadakannya produk planning

- 1) Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
- 2) Untuk menambah omset penjualan.
- 3) Untuk memenangkan persaingan
- 4) Untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi
- 5) Untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian dengan bahan yang sama
- 6) Untuk mendaya gunakan sisa-sisa bahan
- 7) Untuk mencegah kebosanan konsumen
- 8) Untuk menyederhanakan produk, pembungkus.²⁵

²³Husni Mubarak, 116-117.

²⁴Aisyah, *Inovasi dalam Perspektif Hadis*, Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik, Volume 8 Nomor 1 Tahun 2017: 92.

²⁵Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2016), 101.

c. Inovasi dalam Pandangan Islam

Sudah menjadi fitrah sejak masa awal kelahiran manusia telah menunjukkan kecenderungan untuk bekerja sebagai upaya memenuhi hajat hidup. Karenanya, manusia sering kali disebut dengan *animal laborans* (binatang bekerja). Dan dari masa ke masa, bentuk usaha manusia terus mengalami perubahan dan perkembangan yang dimulai dari zaman batu hingga era modern dewasa ini. Disinilah dibutuhkan motivasi kerja dan inovasi kerja dalam rangka menekuni masing-masing bidang keahliannya. Hal ini dikarenakan penempatan Islam terhadap pekerjaan sebagai sesuatu yang memiliki sisi ibadah.

Ketergantungan pada pihak lain, kemiskinan akibat etos kerja yang rendah dan keterbelakangan akibat rasa malas berusaha mendapatkan legitimasi dalam al-Qur'an, mengingat Allah-lah Zat yang menjamin kehidupan dan rezeki manusia, seperti yang tertera dalam QS. Hud (11):6:

﴿ وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ

مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ ﴾

Artinya : “Dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezkinya, dan dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. semuanya tertulis dalam Kitab yang nyata (Lauh mahfuzh)” (QS. Hud : 6)

Ayat di atas menegaskan bahwa dengan kerja keras, Allah akan menjamin kelangsungan hidup hamba-Nya. Jaminan itu hanya berlaku bagi hamba-hamba Allah yang senantiasa bergerak, aktif, dinamis, kreatif dan inovatif. Ayat lain juga menegaskan agar manusia meningkatkan motivasi kerja, kreatif, berprestasi dan tidak menyia-menyiakan kesempatan, sebagaimana terdapat dalam QS. al-Jumu'ah (62): 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ

فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” (QS. al-Jumua : 10)

Dalam al-Qur'an sangat banyak ayat yang menjelaskan tentang etos kerja. Dan tentunya inovasi merupakan bagian dari etos kerja tersebut, tepatnya bagaimana seorang wirausahawan mengembangkan potensi yang dimilikinya untuk mengelola sebuah bisnis dan produk.²⁶

Menurut perspektif Islam Factor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dengan menerapkan kemampuan inovatif adalah sebagai berikut:

- 1) Harus berorientasi pasar, ada banyak ide baru yang sekedar memecahkan masalah tetapi tidak mempunyai keunggulan bersaing dipasar. Hubungan antara inovasidengan pasar ada 5, yaitu pesaing, persaingan, perubahan persaingan, penentu arah perubahan, dan perilaku konsumen.
- 2) Mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan, Ada nilai tambah sehingga dapat memacu pertumbuhan serta perkembangan perusahaan.
- 3) Faktor efisiensi dan faktor efektivitas, tanpa 2E itu maka inovasi tidak memiliki arti atau dampak bagi kemajuan dan pertumbuhan perusahaan.
- 4) Visi dan misi perusahaan yang sejalan ,Inovasi harus sejalan dengan visi dan misi perusahaan agar tidak menyimpang dari arah pertumbuhan usaha.²⁷

d. Faktor-faktor pendukung keberhasilan inovasi

Lukas dan Ferrell menjelaskan adanya beberapa tolak ukur dari inovasi produk, yaitu:

²⁶ Aisyah, 98.

²⁷ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2011), 106.

- 1) Perluasan lini (line extension) yaitu produk yang diciptakan perusahaan tidak benar-benar baru tetapi relatif baru untuk sebuah pasar.
- 2) Produk baru (me too-product) yaitu produk baru bagi perusahaan tetapi tidak baru bagi pasar.
- 3) Produk benar-benar baru (new-to-the- world-product) adalah produk yang baru baik bagi perusahaan maupun pasar.²⁸

e. Indikator Inovasi

Inovasi merupakan bagian dari etos kerja tersebut, tepatnya bagaimana seorang wirausahawan mengembangkan potensi yang dimilikinya untuk mengelola sebuah bisnis dan produk. Dalam mengelola bisnis harus tau Factor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penerapan kemampuan inovatif berdasarkan kesimpulan teori inovasi islami. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi tercapainya keberhasilan adalah sebagai berikut:

- 1) Harus berorientasi pasar
- 2) Mampu meningkatkan nilai tambah perusahaan
- 3) Punya unsur efisiensi dan efektivitas
- 4) Sejalan dengan visi dan misi perusahaan

3. Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Istilah Manajemen telah diartikan oleh berbagai pihak dengan pandangan yang berbeda, misalnya pengelolaan, pembinaan, pengurusan, ketatalaksanaan, kepemimpinan, pemimpin, ketatapengurusan, administrasi, dan sebagainya. masing-masing pihak memberikan istilah diwarnai latar belakang pekerjaan mereka. Meskipun pada kenyataannya bahwa istilah tersebut memiliki perbedaan makna. Manajemen adalah seni atau suatu ilmu. Manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*Science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami kenapa dan bagaimana manusia bekerja bersama untuk menggapai tujuan dan kerjasama yang bermanfaat bagi kemanusiaan.²⁹

²⁸ Ahmad Vian Abdul Fatah, *Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing*, Fakultas Ekonomi, No.1: 3.

²⁹ Nurahmi Hayani, *Pengantar Manajemen*, (Pekanbaru : Benteng Media, 2014), 1.

Menurut Schemerhon yang dikutip dalam jurnal Reni mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai proses merekrut, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja yang berbakat dan energik untuk mendukung misi, tujuan dan strategi organisasi. Sesuai dengan prinsip manajemen, maka perencanaan sumberdaya manusia menjadi hal yang pertama dan utama. Keberadaan pegawai di dalam perusahaan guna mengisi fungsi, tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan didalam organisasi.

Dari beberapa definisi para ahli yang telah mengemukakan pendapatnya, dapat disimpulkan bahwa Manajemen Sumber Daya Manusia berarti melakukan fungsi perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap sumber daya manusia yang dilakukan untuk mencapai tujuan berupa pemberdayaan sumber daya produktivitas tinggi dan profesional kepuasan kerja yang tinggi.

b. Manajemen SDM (MSDM) dalam Prespektif Islam.

Agama Islam merupakan agama yang memberikan rahmat, berkah dan kesejahteraan bagi semua umat di muka bumi ini. Oleh karena itu dasar pengelolaan perusahaan sudah semestinya berdasar pada prinsip tersebut. Termasuk dalam mengelola SDM atau karyawan. Hal yang harus diperhatikan dalam pengelolaan karyawan adalah:

- 1) Bekerja adalah hal yang mulia. Rosulullah S.A.W suatu saat pernah mencium tangan seorang sahabat ketika beliau mengetahui bahwa lelaki tersebut hitam (kasar) karena bekerja menggunakan martil, dan beliau sangat simpati mengetahuinya.
- 2) Bekerja adalah untuk kesejahteraan bersama. Khalifah keempat Sayyidina Ali r.a. pernah berkata dengan bangga bahwa dia pernah mengetahui Rosulullah s.a.w. sedang lapar dan dia bekerja, supaya dapat membelikan makanan untuk beliau. Dia bekerja membersihkan lumpur di kebun seorang Yahudi di luar Madinah, dan memperoleh 17 kurma, karena mengangkat 17 ember air. Akhirnya mereka makan buah tersebut bersama-sama.

Kedua hal tersebut memberikan dasar yang kuat bagi seluruh karyawan bahwa perlunya pemikiran

kesejahteraan bersama dan kemuliaan bersama dihadapan Allah jika kita bekerja dengan sungguh–sungguh.³⁰

Dalam proses recruitmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan karyawan semuanya memiliki dasar bahwa Allah merupakan tujuan utama. Oleh karena itu manajemen yang memperlakukan karyawan hanya sebagai obyek perusahaan, dalam pandangan Ekonomi Islam dianggap manajemen yang lalai dari sifat adil yang semestinya menjadi dasar manajemen. Manajemen harus memanusiakan manusia dan menempatkan manusia sebagai focus, tidak hanya sebagai faktor produksi semata.

Keharusan memperhatikan tuntunan Allah dalam pengelolaan SDM perusahaan, didasari adanya kenyataan, bahwa masih banyak dijumpai perusahaan yang dengan sengaja mengeksploitasi karyawan sekedar untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Karyawan dieksploitasi sedemikian rupa, sehingga mereka benar – benar takut untuk menyampaikan ide, gagasan, harapan terhadap perusahaan. Banyak praktik tersebut kita jumpai, misalnya : Jam kerja yang sangat ketat, pemberian gaji yang belum dapat memberikan kesejahteraan, tekanan yang kuat bagi karyawan untuk mencapai target yang telah di tentukan perusahaan.

Sistem Ekonomi Islam tidak melupakan ciri kemajuan manusia, yang bergantung kepada sejauh mana lancarnya koordinasi diantara aspek moral dan material dalam kehidupan manusia. Dengan demikian praktik Manajemen SDM yang patut dilaksanakan adalah:

- 1) Pelaksanaan recruitment tenaga kerja atau SDM hendaknya dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal penting yaitu:
 - a) Kebaikan moral dan fisik Hal ini menjadi syarat yang harus diupayakan untuk dilaksanakan karena kebaikan moral dan kebaikan fisik akan mengakibatkan seorang calon tenaga kerja atau SDM mudah mengembangkan gagasan, ide dan pemikiran yang baik, cerdas dan berkualitas.

³⁰Teguh Suripto, MANAJEMEN SDM DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM : TINJAUAN MANAJEMEN SDM DALAM INDUSTRI BISNIS, Volume II, No.2 Desember (2012):242.

Mengenai hal ini Alloh telah menyampaikan tuntunannya didalam surat Al Qashash : 26

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَأْتِيَنَّكَ اسْتَعِجْرُهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ
اسْتَعَجَرَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

b) Kebaikan akal dan pikiran

Hal yang kedua tentang kebaikan akal dan pikiran. Kebaikan ini akan mengakibatkan seseorang menjadi lebih cerdas, tidak mudah putus asa, dan bersemangat untuk tetap maju dan berkembang menjadi lebih baik. Mengenai hal ini Alloh telah memberikan penjelasan di dalam QS Yusuf : 55.

قَالَ أَجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ ﴿٥٥﴾

- 2) Pemberian tugas dan kewajiban kepada setiap karyawan hendaknya dijalankan dengan sebaik – baiknya, dan tidak dijadikan beban, sehingga mereka mampu menjalankan tugas dan kewajibannya dengan baik, hal ini sesuai dengan firman Alloh SWT, dalam surat Al Maidah : 7, yang artinya sebagai berikut : “Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya, dan pada sisi kami ada suatu kitab yang membicarakan kebenaran, dan mereka tidak dianiaya”

وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَمِيثَقَهُ الَّذِي وَاتَّقُمُ بِهِ إِذْ قُلْتُمْ سَمِعْنَا وَأَطَعْنَا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ

بِذَاتِ الصُّدُورِ ﴿٧﴾

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa Alloh tidak membebani hidup manusia dengan hal – hal yang melampaui batas. Alloh memberikan prinsip – prinsip yang positif dan memperbolehkan manusia memperoleh / mendapatkan kenikmatan.

Pelatihan dan pengembangan hendaknya mampu memberikan kemajuan pada pelaksanaan tugas

karyawan, oleh karena itu pelatihan dan pengembangan karyawan hendaknya meliputi program yang berorientasi pada perbaikan moral dan pelaksanaan kerja karyawan.

Disamping itu, sebagai seorang karyawan, dalam pandangan ekonomi Islam, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya :

- a) Setiap Individu atau karyawan harus memahami bahwa mereka tidak akan berubah dan berkembang kecuali dia berupaya untuk mengembangkan diri mereka sendiri.
- b) Keyakinan individu yang beruntung adalah mereka yang hari ini lebih baik dari hari kemarin, dan individu yang celaka adalah mereka yang hari ini lebih buruk dari hari kemarin
- c) Setiap individu bertanggung jawab atas apa yang dilakukan, jika berbuat baik akan mendapatkan kebaikan, sedangkan apabila berbuat buruk maka akan mendapatkan keburukan d. Adanya kesadaran untuk menghindari perbuatan yang buruk, dan selalu menjalankan perbuatan yang baik (Amar ma'ruf nahi munkar) Dengan adanya keseimbangan perilaku ini, yaitu antara perilaku karyawan dengan perilaku perusahaan maka, keseimbangan yang diharapkan dalam Islam akan terwujud. Dan itulah sebenarnya tujuan pengelolaan SDM dalam perspektif Islam.

3) Kompensasi

Karyawan perlu adanya kesejahteraan yaitu berupa kompensasi. Kompensasi penting untuk diperhatikan organisasi dalam rangka mempertahankan SDM yang profesional dan berkualitas. Kompensasi merupakan imbalan yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja.³¹

c. Indikator Manajemen sumber daya manusia

Dalam proses rekrutmen, seleksi, pelatihan dan pengembangan karyawan semuanya memiliki dasar bahwa Allah merupakan tujuan utama. Berdasarkan teori MSDM

³¹Teguh Suropto, 247-248.

islami ada tiga bagian pokok dalam manajemen sumber daya manusia menurut Perspektif Islam yaitu:

1. Pelaksanaan recruitment

Recruitment merupakan upaya untuk memperoleh jumlah dan jenis tenaga kerja yang tepat untuk memenuhi kebutuhan organisasi dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2. Pemberian tugas dan kewajiban kepada setiap karyawan

Pemberian tugas dan kewajiban kepada setiap karyawan bertujuan untuk mengetahui pekerjaan apa saja yang harus dikerjakan, bagaimana mengerjakannya.

3. Pelatihan dan pengembangan

Pelatihan diberikan kepada mereka sesuai dengan keahlian yang dibutuhkan. Dipertimbangkan juga minat dan bakat karyawan sesuai dengan hasil seleksi terdahulu atau pengalaman sebelumnya. Selanjutnya pihak manajemen melakukan fungsi pengembangan terhadap karyawan yang sudah bekerja sebelumnya melalui pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan karyawan.

4. Kompensasi

Karyawan perlu adanya kesejahteraan yaitu berupa kompensasi. Kompensasi penting untuk diperhatikan organisasi dalam rangka mempertahankan SDM yang profesional dan berkualitas. Kompensasi merupakan imbalan yang diterima karyawan sebagai balas jasa untuk kerja.

4. Karakteristik *Entrepreneur*

a. Pengertian *Entrepreneur*

Banyak konsep-konsep pengertian tentang kewirausahaan dan sampai sekarang belum ada terminology yang persis sama tentang konsep pengertian kewirausahaan (*Entrepreneur*) yang baku. Namun pada umumnya pengertian-pengertian yang ada dari berbagai para ahli menyatakan bahwa, wirausaha adalah seorang yang mempunyai kemampuan didalam melihat peluang mencari dana, sumber dana lain yang diperlukan untuk meraih peluang tersebut dan berani mengambil risikonya dengan tujuan tercapainya kesejahteraan individu dan nilai

tambah bagi masyarakat.³² *Entrepreneur* dalam kamus Bahasa Indonesia adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya.³³

Ahli ekonomi Prancis, Jean Baptise yang menyatakan bahwa *entrepreneur* adalah orang yang memiliki seni dan ketrampilan tertentu dalam menciptakan usaha ekonomi yang baru. Dia memiliki pemahaman sendiri akan kebutuhan masyarakat dan dapat memenuhi kebutuhan itu. Wirausaha mempengaruhi masyarakat dengan membua usaha baru, tetapi pada saat yang sama dia dipengaruhi oleh masyarakat untuk mengenali kebutuhan dan memenuhinya melalui ketajaman manajemen sumber daya.³⁴ Menurut Devins et.al, yang dikutip dalam jurnal Reni karakteristik wirausahawan adalah karakteristik *entrepreneur* atau pemilik usaha mikro yang juga bertindak sebagai manajer dalam bisnis pada saat yang sama.³⁵

Menurut Drucker, kewirausahaan lebih 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. Oleh karena itu, dengan mengacu pada orang yang melaksanakan proses gagasan, memadukan sumber daya menjadi realitas, muncul apa yang dinamakan wirausaha.³⁶

Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah seseorang yang memiliki kreativitas suatu bisnis baru dengan berani menanggung resiko dan ketidakpastian yang bertujuan untuk mencapai laba dan pertumbuhan usaha. Menjadi wirausaha yang handal tidak mudah, tetapi tidaklah sesulit

³² Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), 1

³³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989) 1130.

³⁴ Benendicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta : PT Grasindo, 2003) 23.

³⁵ Reni Shinta Dewi, 34

³⁶ Yuyus Suryana dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan pendekatan karakteristik wirausahawan sukses*, (Jakarta : Kencana, 2010), 24-25.

yang dibayangkan banyak orang, karena setiap orang dalam belajar berwirausaha. Manusia merupakan satu-satunya makhluk ciptaan Tuhan yang antara lain, dianugerahi daya imajinasi kreatif, maka ia dapat menggunakannya untuk berpikir. pikiran itu dapat diarahkan ke masa lalu, masa kini, dan masa depan

b. Karakteristik *Entrepreneur*

Seorang wirausahawan haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan bukanlah melamun kosong, tetapi melihat, berfikir dengan penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternative masalah dan pemecahannya.

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik *Entrepreneur* dengan konsep yang berbeda-beda. Arthur Kuriloff dan John.M.Mempil, mengemukakan karakteristik kewirausahaan dalam bentuk nilai-nilai dan perilaku kewirausahaan.³⁷

Steinhoff dan John F. Burgess mengemukakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil, meliputi:

- 1) Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas
- 2) Bersedia menanggung resiko waktu dan uang
- 3) Berencana, mengorganisir
- 4) Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya
- 5) Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja, dan yang lainnya
- 6) Bertanggung jawab terhadap keberhasilan dan kegagalan³⁸

Mc. Clelland memperkenalkan 6 karakteristik perilaku yang konsisten dengan kewirausahaan:

- 1) Berani Memikul resiko
- 2) Melakukan aktivitas dengan penuh semangat dan merupakan kegiatan inovatif, serta berdaya cipta tinggi.
- 3) Resiko keputusannya merupakan tanggung jawab pribadinya sebagai pelaku wirausaha.

³⁷ D. Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2016), 30

³⁸ D.Made Dharmawati, 32.

- 4) Memiliki pengetahuan yang memadai sebagai dasar pengambilan keputusan dan uang sebagai ukuran atas keberhasilan keputusannya.
- 5) Menyadari bahwa kewirausahaan sebagai aktivitas yang menaikkan martabat dan kesadaran akan sikap dapat menerima resiko.
- 6) Percepatan pertumbuhan ekonomi dilakukan dengan mengembangkan sikap dan nilai-nilai baru, serta meningkatkan motivasi untuk berprestasi.³⁹

c. Faktor Intensi *Entrepreneur*

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensi seseorang dalam berwirausaha, yaitu:⁴⁰

1) Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian yang mempengaruhi intensi kewirausahaan meliputi kebutuhan akan prestasi, efikasi diri, *internal locus of control*, dan pengambilan risiko.

2) Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan meliputi akses pada modal, informasi dan jaringan sosial. Di samping itu juga faktor infrastruktur fisik dan institusional, dan faktor budaya juga mempengaruhi intensi kewirausahaan.

3) Faktor Demografi

Faktor demografi meliputi gender, umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan orang tua, dan pengalaman kerja yang mempengaruhi intensi kewirausahaan berdasarkan hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan.

Seorang wirausaha yang berhasil harus mempunyai karakteristik kewirausahaan. Karakteristik tersebut meliputi karakteristik demografi seperti umur, dan jenis kelamin, serta latar belakang individu seperti pendidikan dan pengalaman kerja sebelumnya memiliki dampak terhadap niat dan upaya *entrepreneur*.⁴¹

Menurut Staw yang dikutip dalam bukunya Riyanti mengungkapkan bahwa umumnya pria memulai usaha

³⁹ Bambang Murdaka Eka Jati dan Tri Kuntoro Priyambodo, *Kewirausahaan Technopreneurship untuk Mahasiswa Ilmu-Ilmu Eksakta*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2015), 17

⁴⁰ Indarti dan Rokhima, 5.

⁴¹ Reni Shinta Dewi, 32.

sendiri ketika berumur 30 tahun dan wanita pada usia 35 tahun, Staw juga menyatakan bahwa usia bisa terkait dengan keberhasilan bila dihubungkan dengan lamanya seseorang menjadi wirausaha. Dengan asumsi bahwa usia kronologis seseorang terkait dengan *enterpreneneurial age* (lamanya seseorang menjadi wirausaha). Staw dalam bukunya Riyanti juga menyebutkan ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orangtua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orang tua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil. Sifat mandiri inilah yang kemudian mendorong mereka untuk mendirikan usaha sendiri. Setelah memutuskan untuk menjadi wirausaha, orang yang berpendidikan tinggi cenderung lebih berhasil daripada wirausaha yang berpendidikan lebih rendah.⁴²

d. Indikator Karakteristik *Entrepreneur*

Karakteristik yang ada pada diri seorang *entrepreneur* tersebut tidak dengan sendirinya hadir dalam diri seseorang, melainkan ada media yang melatarbelakanginya. adapun faktor-faktor yang menjadi media tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Lingkungan Keluarga

Beberapa riset berusaha mengungkap mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap pembentukan semangat berwirausaha. Beberapa kesimpulan yang ditemukan adalah bahwa anak dengan urutan kelahiran pertama lebih banyak memilih untuk berwirausaha.

2) Faktor Pendidikan

Pendidikan juga tak kalah penting dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan. Pendidikan yang baik akan memberikan pengetahuan yang lebih baik dalam mengelola usaha. Hal tersebut akan memengaruhi seseorang dalam mengatasi masalah dan mengoreksi penyimpangan dalam bisnis.

3) Faktor Usia

Usia seorang *entrepreneur* pada waktu memulai ataupun mengelola usaha yang mereka jalani juga memengaruhi jiwa kewirausahaan. Menurut Staw yang dikutip Jalil, Usia bisa terkait dengan keberhasilan bila

⁴² Benendicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta : PT Grasindo, 2003), 34-40.

dihubungkan dengan lamanya seseorang menjadi *entrepreneur*. Artinya dengan bertambahnya usia seseorang *entrepreneur* maka semakin banyak pengalaman di bidang usahanya.

4) Faktor Pengalaman kerja

Pengalaman kerja tidak sekedar menjadi salah satu hal yang menyebabkan seseorang untuk menjadi seorang *entrepreneur*. pengalaman ketidakpuasan dalam bekerja juga turut menjadi salah satu pendorong dalam mengembangkan usaha baru.⁴³

5. Kamilah Konveksi

Kamilah konveksi adalah salah satu konveksi pakaian yang terletak di Jl.purwogondo Sendang, Rt 03 Rw 01, Kecamatan Kalinyamatan Kabupaten Jepara

Usaha konveksi adalah salah satu bidang usaha pembuatan busana. Pembuatan busana dalam bidang ini biasanya dilakukan secara massal dengan ukuran standart, untuk melayaniu kebutuhan masyarakat yang memerlukannya.⁴⁴ Secara spesifik, usaha konveksi merupakan industri kecil skala rumah tangga yang menjadi tempat pembuatan pakaian jadi seperti kaos, kemeja, jaket, seragam sekolah dan lainnya.⁴⁵

Usaha konveksi dapat disebut sebagai usaha yang continued, karena hasil produksinya merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yaitu busana. Sedangkan dalam proses produksinya, ukuran busana dalam usaha konveksi tidak bedasarkan pada pesananan pelanggan, melainkan menggunakan ukuran yang telah standar seperti S, M, L, XL, XXL dan seterusnya.

Menurut Satyodirgo⁴⁶, mutu dari produksi konveksi mempunyai beberapa tingkatan, tergantung dari harga serta kualitasnya, antara lain:

⁴³ Abdul Jalil, *Spiritual Enterpreneurship*, (Yogyakarta : LKis Yogyakarta, 2013), 51

⁴⁴ Betty Indriastuti,"kajian tentang pengelolaan usaha pada industri kecil konveksi di Desa Tempursari kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten" (Universitas Negeri Semarang, 2009), 15.

⁴⁵ Mohammad Adam Jerusalem, Manajemen usaha busana (Yogyakarta : FKIP UNS, 2011), 18

⁴⁶ Rulati Satyodirgo, pengelolaan usaha (Jakarta : depdikbud,1979) dalam Betty Indriastuti,"kajian tentang pengelolaan usaha pada industri kecil

a. Golongan kualitas rendah

Golongan ini mempunyai mutu produk yang kurang baik, karena banyak dijumpai jahitan yang tidak kuat dan kurang rapi, umumnya dijual dipasar, harganya murah dan cara memotong tidak memperhatikan arah serat kain, yang terpenting bagi pengusaha adalah menghemat bahan meskipun dengan model yang cukup menarik.

b. Golongan kualitas menengah

Golongan ini mempunyai produk yang cukup baik, harga jualnya lebih tinggi dari golongan yang pertama, jahitannya lebih rapi kuat, umumnya disukai masyarakat golongan menengah,. Biasanya dijual di toko pakaian jadi.

c. Golongan kualitas tinggi

Golongan ini mempunyai mutu produk yang sangat baik, kualitas bahan dan kualitasnya tinggi, umumnya disukai masyarakat golongan atas yang mempunyai selera berbusana tinggi dengan harga yang tinggi pula. Tempat penjualannya di departemen store atau butik yang bergengsi.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dipahami bahwa usaha konveksi adalah usaha yang memproduksi pakaian jadi (siapa pakai) secara massal dalam skala rumah tangga dengan golongan kualitas tertentu yang diproduksi dengan model yang sama dengan ukuran standar melalui pengorganisasian yang terorganisir.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Reni Sinta Dewi, Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan). Dari hasil penelitian tersebut bahwa variabel modal psikologis, Karakteristik *entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional Peterongan baik secara parsial maupun simultan. Adapun variabel yang

konveksi di Desa Tempursari kecamatan Ngawen Kabupaten Klaten” (Universitas Negeri Semarang, 2009), 15.

mempunyai pengaruh paling besar terhadap perkembangan usaha pedagang pasar tradisional Peterongan adalah modal psikologis. Hal ini terlihat dari sikap optimis responden (pedagang) yang mempunyai pandangan ke depan serta mau bekerja keras dan berani mengambil risiko demi mengembangkan usaha yang telah di jalani.⁴⁷

Persamaan Penelitian dari Reni Shinta Dewi dengan penelitian ini adalah variabel yang digunakan sama, yaitu karakteristik kewirausahaan dan manajemen sumber daya Manusia sebagai variabel independen. Dan perkembangan Usaha sebagai variabel dependen. Dan adapun Perbedaan penelitian dari Reni Shinta Dewi dengan penelitian ini adalah, manajemen sumber daya dalam penelitian ini lebih menggunakan manajemen sumber daya manusia yang syariah.

2. Saptaningsih Sumarmi, Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Dukungan sosial, Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Induk Giwangan DIY. Dari hasil penelitian tersebut bahwa karakteristik wirausahaan, dukungan sosial, dan Inovasi Produk secara simultan terbukti mempengaruhi perkembangan usaha pedagang pasar Induk Giwangan DIY.⁴⁸

Persamaan penelitian dari Saptaningsih dengan penelitian ini adalah, Model analisa data yang digunakan sama, yaitu analisis linier berganda dengan uji F, uji T, dan koefisien determinasi. Dan adapun Perbedaan penelitian dari Saptaningsih dengan penelitian ini adalah, penelitian Saptaningsih Sumarmi Meneliti variabel pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Dukungan sosial, Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang dengan menggunakan sampel yaitu *Stratified proporsional random sampling*. Sedangkan penelitian ini meneliti variabel pengaruh karakteristik kewirausahaan dan manajemen sumber daya

⁴⁷Reni Shinta Dewi, *Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Enterpreneurs, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)*, Jurusan Administrasi Bisnis, Vol.2, No.1, Tahun (2013) :29.

⁴⁸Saptaningsih Sumarmi, *Pengaruh Warakteristik wirausahawan, Dukungan Sosial, Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Induk GIwangan DIY*, Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, :1.

manusia terhadap perkembangan UMKM pada Kamilah Konveksi dengan sampel populasi atau sensus.

3. Aziz Fathoni, Analisa faktor Karakteristik Entrepreneur, Karakteristik Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UMKM Terhadap Perkembangan Usaha dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pedagang Grosir dan Retail di Pasar Genuk-Semarang). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel karakteristik entrepreneur, karakteristik manajemen sumber daya manusia, karakteristik UMKM secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha di pasar tradisional genuk. Adapun variabel yang mempunyai pengaruh paling besar adalah karakteristik kewirausahaan.⁴⁹

Persamaan penelitian dari Aziz Fathoni dengan penelitian ini adalah dalam analisis data sama-sama menggunakan uji regresi linear. Dan adapun Perbedaan penelitian dari Aziz Fathoni dengan penelitian ini adalah, penelitian Aziz Fathoni Meneliti Analisa faktor Karakteristik Entrepreneur, Karakteristik Sumber Daya Manusia, dan Karakteristik UMKM Terhadap Perkembangan Usaha, obyek penelitian di Pasar Genuk Semarang. Sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh inovasi, karakteristik kewirausahaan dan manajemen sumber daya manusia terhadap perkembangan UMKM pada kamilah Konveksi, obyek penelitian di kalinyamatan Jepara.

4. Endang Purwanti, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. Dari hasil penelitian tersebut, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran, ketiganya secara individu dan bersama berpengaruh signifikan terhadap

⁴⁹ Aziz Fathoni, *Analisa Faktor Karakteristik Entrepreneur, Karakteristik Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UMKM Terhadap Perkembangan Usaha dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pedagang Grosir dan Retail di Pasar Genuk-Semarang)*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis-Universitas Pandanaran Semarang, Vol.2, No.1:1.

perkembangan usaha UMKM di desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga.⁵⁰

Persamaan penelitian Endang Purwanti dengan penelitian ini sama-sama menggunakan karakter wirausaha sebagai variabel independen. Dan adapun Perbedaan penelitian Endang Purwanti dengan penelitian ini adalah variabel yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran, objek penelitian pada pelaku UMKM di Desa Dayakan dan kalilondo Salatiga. Sedangkan penelitian ini yang mempengaruhi perkembangan usaha adalah inovasi, karakteristik kewirausahaan dan manajemen sumber daya manusia dan objek penelitian pada kamilah konveksi di kalinyamatan Jepara.

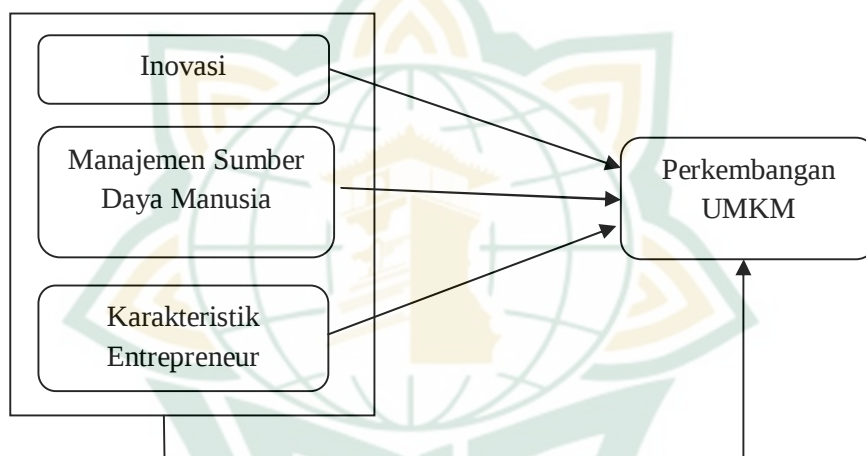
5. Lisda Rahmasari, Pengaruh Kewirausahaan, Kualitas Manajemen dan Kualitas Hubungan *Franchise* Terhadap Kinerja Pemasaran. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan Kualitas Manajemen menyatakan arah regresi positif yang menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas manajemen terhadap kinerja pemasaran, begitu pula untuk Kewirausahaan, bahwa variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan menunjukkan adanya pengaruh positif kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran dan kualitas hubungan *franchise* juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Persamaan penelitian lisda rahmasari dengan penelitian ini sama-sama menggunakan manajemen sebagai variabel independen. Perbedaan penelitian dari Lisda Rahmasari dengan penelitian ini adalah, penelitian Lisda Rahmasari meneliti pengaruh kewirausahaan, kualitas manajemen dan kualitas hubungan *Franchise* terhadap kinerja pemasaran, objek penelitian di perusahaan waralaba yang ada di kota Semarang. Sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh inovasi, Manajemen sumber daya manusia dan karakteristik UMKM terhadap perkembangan UMKM pada Kamilah Konveksi Jepara.

⁵⁰Endang Purwanti, “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga”, Among Makarti, Vol.5 No.9, (2012) : 13.

C. Kerangka Berpikir

Untuk lebih memperjelas tentang arah dan tujuan dari penelitian secara utuh, maka perlu diuraikan suatu konsep berfikir dalam penelitian ini sehingga peneliti dapat menguraikan gambaran tentang pengaruh Inovasi Produk, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Karakteristik UMKM sebagai variabel independen sedangkan Perkembangan Usaha sebagai variabel dependen. Dari landasan teori diatas, maka penelitian menggambarkan kerangka pemikir sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan didasarkan pada teori yang relevan, belum didasari pada fakta yang didapat melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap

rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁵¹ Hipotesis juga dapat diartikan sebagai kesimpulan yang belum final, maksudnya masih perlu dibuktikan atau diuji kebenarannya.

Penelitian yang menggunakan analisa data statistic dapat terarah, maka perumusan hipotesis sangat perlu ditempuh dengan pengertian lain, hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan yang memungkinkan benar atau salah, akan ditolak bila salah, dan akan diterima bila fakta-fakta membenarkannya.⁵²

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran teoritis di atas, maka dapat di rumuskan beberapa hipotesis sebagai berikut :

1. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reni Shinta Dewi, yang berjudul “Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)” menunjukkan bahwa variabel Inovasi dengan nila t_{hitung} sebesar 11,538 > t_{tabel} sebesar 1,0711 berpengaruh signifikansi terhadap perkembangan usaha pedagang di pasar Peterongan. Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:



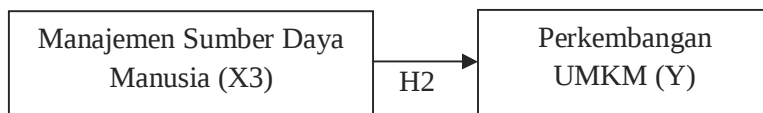
H1 : Inovasi berpengaruh positif terhadap perkembangan UMKM pada Kamilah konveksi di Kalinyamatan Jepara

2. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reni Shinta Dewi, yang berjudul “Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)” menunjukkan bahwa variabel manajemen sumber daya manusia dengan nila t_{hitung} sebesar 7,600 > t_{tabel} sebesar 1,0711 berpengaruh signifikansi terhadap perkembangan usaha

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), 93.

⁵²Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), 74.

pedagang di pasar Peterongan. Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:



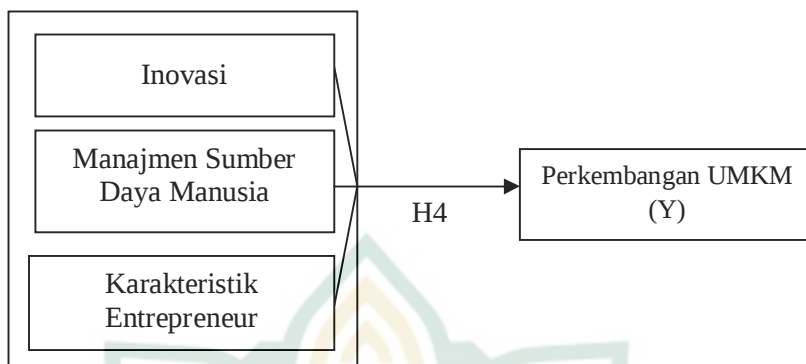
H2 : Manajemen sumber daya manusia berpengaruh positif terhadap perkembangan usaha UMKM pada Kamilah konveksi di kalinyamatan Jepara

3. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reni Shinta Dewi, yang berjudul “Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik *Entrepreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)” menunjukkan bahwa Karakteristik *Entrepreneur* dengan nilai t_{hitung} sebesar $9,799 > t_{tabel}$ sebesar $1,0711$ berpengaruh signifikansi terhadap perkembangan usaha pedagang di pasar Peterongan. Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:



H3 : Karakteristik *Entrepreneur* berpengaruh Positif terhadap perkembangan UMKM pada Kamilah Konveksi di Kalinyamatan Jepara.

4. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reni Shinta Dewi, yang berjudul “Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik *Enterpreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang di Pasar Tradisional (Studi Kasus pada Pedagang Sembako dan Snack di Pasar Peterongan)” menunjukkan bahwa Modal Psikologis, Karakteristik *Enterpreneur*, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Karakteristik UKM berpengaruh secara simultan dengan nilai F_{hitung} sebesar $51,278 > F_{tabel}$ sebesar $3,3158$ berpengaruh signifikansi terhadap perkembangan usaha pedagang di pasar Peterongan. Berdasarkan penelitian ini, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:



H4 : Inovasi, Manajemen sumber daya manusia dan karakteristik *entrepreneur* berpengaruh Positif terhadap UMKM pada Kamilah konveksi di Kalinyamatan Jepara