

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

#### 2.1 Administtrasi Bisnis

##### 2.1.1 Pengertian Administrasi

Administrasi berasal dari Bahasa Yunani,yaitu *administrare* yang berarti melayani,membantu,sementara dalam Bahasa Inggris menggunakan istilah *administration* yang sebenarnya berasal dari kata *Ad (Intensive)* dan *ministrate (to serve)* yang berarti melayani, sehingga administrasi dapat diartikan melayani dengan baik ( Chisyanti,2011) dalam (Kacaribu, 2020).

Pengertian administrasi sendiri dapat dilihat dari dua sudut pandang (Chisyanti,2011) dalam (Kacaribu, 2020), yaitu administrasi dalam arti sempit dan administrasi dalam arti luas.

##### a. Administrasi dalam arti sempit

diartikan sebagai pekerjaan tulis-menulis atau ketatausahaan atau kesekretaris. pekerjaan ini berkaitan dengan kegiatan menerima,mencatat,menghimpun, mengolah, mengirim,menyimpan, dan sebagainya.

##### b. Administrasi dalam arti luas

Administrasi merupakan proses kerja sama beberapa individu dengan cara yang efisien dalam mencapai tujuan sebelumnya. berdasarkan hal tersebut, administrasi dipandang dari tiga sudut pengertian,yakni:

1. Sudut proses administrasi merupakan proses kegiatan pemikiran, penentuan tujuan, sampai pelaksanaan kerja hingga akhirnya tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai.

2. sudut fungsi administrasi merupakan kegiatan yang dilakukan sekelompok individu maupun individu itu sendiri, sesuai dengan fungsi yang telah dilimpahkan untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya
3. sudut institusional administrasi merupakan personel- personel baik individu maupun sekelompok individu yang menjalankan kegiatan untuk mencapai tujuan yang ditentukan sebelumnya.

Berdasarkan definisi administrasi menurut ahli, bahwa administrasi melibatkan proses, fungsi, dan institusi yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan dengan cara yang efisien. Ini adalah upaya yang dilakukan untuk melayani dan membantu mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

### **2.1.2 Pengertian Bisnis**

Menurut (Wijoyo et al., 2021) “Bisnis adalah serangkaian usaha yang dilakukan satu orang atau kelompok dengan menawarkan barang dan jasa untuk mendapatkan keuntungan/laba atau bisnis juga bisa dikatakan menyediakan barang dan jasa untuk ke lancaran sistem perekonomian.”

Menurut Griffin & Eber dalam (Wijoyo et al., 2021) “Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktifitas dan institusi yang memproduksi barang & jasa dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis sebagai suatu sistem yang memproduksi barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan masyarakat.”

Bisnis melibatkan upaya yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan menghadirkan produk atau layanan untuk mencapai tujuan keuntungan. Modal

bisnis tidak hanya terbatas pada aspek finansial, melainkan juga melibatkan aspek-aspek seperti reputasi, keahlian, dan hubungan sosial. Selain itu, bisnis memiliki peran penting dalam memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara umum.

### **2.1.3 Pengertian Administrasi Bisnis**

Administrasi Bisnis adalah bagian dari ilmu-ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama antar dua orang atau lebih dalam upaya mencapai suatu tujuan, merupakan ilmu yang berfokus pada perilaku manusia (Indika & Suhenda, 2021)

Administrasi Bisnis merupakan suatu fungsi yang memegang peranan yang sangat penting terhadap tercapainya kelancaran usaha kegiatan,maupun aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi. (Kamaluddin, 2017)

Secara keseluruhan, Administrasi Bisnis Administrasi Bisnis menjadi elemen kunci dalam menyelaraskan upaya manusia untuk mencapai tujuan bersama dalam konteks perusahaan atau organisas.

## **2.2 UMKM**

### **2.2.1 Pengertian UMKM**

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Istilah ini merujuk pada sektor bisnis yang terdiri dari usaha-usaha dengan skala kecil hingga menengah. Definisi dan kriteria untuk UMKM dapat bervariasi antar negara, tetapi umumnya mencakup parameter seperti jumlah karyawan, omset tahunan, dan besarnya asset.

Menurut Dindin Abdurohim,(2021) UMKM merupakan usaha produktif di semua sektor ekonomi yang berdiri sendiri,yang turut menompong perekonomian

suatu negara yang perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang dari perusahaan lain, dengan kriteria dari jumlah tenaga kerja, atau sesuai dengan UU dan Peraturan yang berlaku, dalam perkembangannya memiliki klasifikasi serta memiliki karakteristik yang berbeda untuk usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah dari berbagai aspek

Menurut Ina primiana dalam (Abdurohim, 2023b) merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia seperti industri manufaktur agribisnis agraris dan juga sumber daya manusia dalam arti ini mengidentifikasi bahwa UMKM Ini mengandung arti pemulihan perekonomian Indonesia dengan melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

Pandangan keduanya menggaris bawahi pentingnya melindungi, mengembangkan, dan memberdayakan UMKM sebagai elemen vital dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

### **2.2.2 Kriteria UMKM**

Kriteria untuk UMKM ini sendiri juga telah diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah.

Ukuran Usaha	Kriteria	
	Modal	Hasil Penjualan
Usaha Mikro	Paling Banyak 1 Miliar	Tidak Lebih Rp. 2 Miliar
Usaha Kecil	> Rp 1 – Rp. 5 Miliar	> Rp. 2 – Rp. 15 Miliar
Usaha Menengah	>Rp 5 – Rp10 Miliar	>Rp 15 – Rp. 50 Miliar
Usaha Besar	>Rp10 Miliar	>Rp. 50 Miliar

Gambar 2. 1

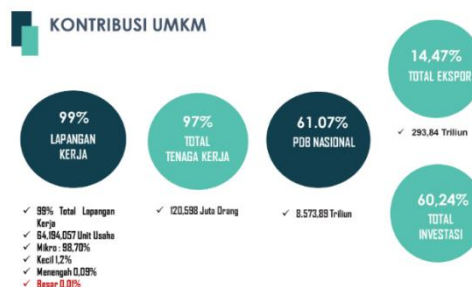
### Kriteria UMKM menurut PP No. 7 Tahun 2021

(Sumber : Power Point Dr. Dindin Abdurrahim B.S.,S.Sos.,M.M.,M.Si.)

### 2.2.3 Kontribusi UMKM

Dalam kontribusi yang sangat signifikan terhadap perekonomian suatu negara, UMKM memegang kontribusi,(Kemenkopukm, 2023) diantaranya :

- 1. Penciptaan Lapangan Kerja**  
UMKM memberikan lapangan kerja yang mencakup sekitar 99% dari total lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja di suatu negara.
- 2. Kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB):**  
UMKM memberikan sumbangan sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) suatu negara, mencerminkan peran pentingnya dalam pertumbuhan ekonomi.
- 3. Ekspor:**  
UMKM menyumbang sekitar 14,47% dari total volume ekspor nasional, menunjukkan keterlibatan yang cukup signifikan dalam perdagangan internasional.
- 4. Kontribusi terhadap Investasi**  
UMKM berperan dalam perekonomian dengan menyumbang sekitar 60,24% dari total investasi, menunjukkan peran pentingnya dalam memperkuat struktur investasi suatu negara.



Gambar 2. 2

### Kontribusi UMKM

(Sumber : Kementerian KUKM 2019)

Dengan kontribusi yang mencakup berbagai aspek tersebut, UMKM memainkan peran utama dalam menggerakkan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat perekonomian suatu negara secara keseluruhan.

#### **2.2.4 Peran UMKM**

Berikut merupakan peran UMKM menurut (Abdurohim, 2023) yaitu :

1. **Memberikan Pelayanan Ekonomi Secara Luas Kepada Masyarakat**
2. **Proses Pemerataan Dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat**
3. **Mendorong Pertumbuhan Ekonomi, Serta Mewujudkan Stabilitas Nasional**
4. **Krisis Moneter 1998 -> Krisis 2008-2009 -> 96% UMKM Tetap Bertahan dari Goncangan Krisis**
5. **Membantu Negara atau Pemerintah Dalam Hal penciptaan Lapangan Kerja Baru**
6. **Tulang Punggung Perekonomian Nasional Karena Merupakan Populasi pelaku Usaha Dominan (99,9%); atau 65.47 Unit Usaha**
7. **Menghasilkan PDB Sebesar 61.07%**
8. **Menyumbang Volume Ekspor Mencapai 14, % dari Total Ekspor Nasional**
9. **Secara Geografis Tersebar Di Seluruh Tanah Air, Di Semua Sektor**
10. **Wadah Untuk Penciptaan Wirausaha Baru**
11. **Ketergantungan Pada Komponen Impor Yang Minimal. Memanfaatkan bahan Baku Dan Sumber Daya Lokal Yang Mudah Ditemukan Dan tersedia Di Sekitar Sehingga Menghemat Devisa.**
12. **Mengurangi Kemiskinan.**

UMKM menjadi pilar utama dalam mendorong kewirausahaan, pertumbuhan ekonomi, serta ketahanan ekonomi suatu negara. Melalui perannya yang kuat, UMKM memainkan peran krusial dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang sehat dan berkelanjutan. (Shafariah et al., 2016)

### **2.3 Kompetensi Kewirausahaan**

#### **2.3.1 Kompetensi**

##### **2.3.1.1 Pengertian Kompetensi**

Kompetensi dapat digambarkan sebagai kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas, peran atau tugas, kemampuan mengintegrasikan pengetahuan, keterampilan-keterampilan, sikap-sikap dan nilai-nilai pribadi, dan kemampuan

untuk membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengetahuan dan pembelajaran yang dilakukan. (Nyoto, 2019)

Darmanto (2009) dalam (Nyoto, 2019) mengatakan kompetensi merupakan karakteristik dasar perilaku individu yang berhubungan dengan kriteria acuan efektif dan atau kinerja unggul didalam pekerjaan atau situasi.

Brian dalam (Nyoto, 2019) mendefinisikan kompetensi adalah pengetahuan, keahlian, kemampuan, atau karakteristik pribadi individu yang mempengaruhi secara langsung pekerjaan.

Kompetensi merupakan landasan dasar karakteristik orang dan mengidentifikasi cara berperilaku atau berpikir, menyamakan situasi.

## **2.3.2 Kewirausahaan**

### **2.3.2.1 Pengertian Kewirausahaan**

Berikut beberapa pendapat ahli tentang kewirausahaan (Abdurohim, 2023)

- a. Peter F Drucker (2015) “kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda”
- b. Ronald Melicher, J.Leach (2011) “kewirausahaan adalah proses dalam merubah ide menjadi kesempatan komersil dan menciptakan nilai (harga)”
- c. Hisrich, Robert (2008) “kewirausahaan adalah proses kreatif untuk menciptakan sesuatu yang bernilai lebih tinggi dengan mengoptimalkan segala daya upaya, seperti mencurahkan waktu, dana, psikologis, dan penerimaan penghargaan atas keputusan seseorang”

Kewirausahaan merupakan suatu upaya yang melibatkan inovasi, transformasi ide menjadi peluang komersil, serta pengoptimalan segala sumber daya untuk menciptakan nilai lebih tinggi.

### **2.3.2.2 Ciri- Ciri Kewirausahaan**

Menurut (Asep Kurniawan dan Yun Yun, 2018) kewirausahaan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

#### **1. Melihat Peluang**

Menjadi seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk mengenali dan menciptakan peluang usaha, seorang wirausaha harus berfikir positif dan kreatif agar usahanya semakin berkembang.

#### **2. Mengelola Usaha**

Seorang wirausaha harus memahami kiat, cara, proses, dan pengelolaan semua sumber daya secara efektif dan efisien. Termasuk uang, waktu, dan sebagainya. Contohnya dalam bidang keuangan, seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dalam mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi.

#### **3. Menentukan Strategi**

Mengetahui strategi /cara bersaing. Ia harus dapat mengungkap kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) dirinya dan pesaing.

#### **4. Menjalinkan Hubungan**

Dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan dengan pihak lain. Ia harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.

#### **5. Membuat Komitmen**

Memiliki komitmen tinggi, seorang wirausaha harus mempunyai kekuatan pribadi sebagai modal utama dalam berwirausaha. Untuk memiliki modal seperti itu, seorang wirausaha harus belajar, bekerja, dan berkemauan keras

Kewirausahaan melibatkan pengenalan dan pemanfaatan peluang, pengelolaan usaha secara efektif, penggunaan strategi untuk bersaing, pengembangan hubungan personal, dan komitmen tinggi terhadap usaha tersebut. Dengan demikian, menjadi seorang wirausaha membutuhkan kombinasi keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang komprehensif untuk berhasil dalam dunia bisnis.



### 2.3.2.3 Hakikat Kewirausahaan

Ada enam hakikat penting kewirausahaan menurut (Abdurohim, 2023a)

yaitu :

1. Kewirausahaan adalah kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda ( Drucker,1959).
2. Kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku,yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya,tenaga penggerak,tujuan,siasat,kiat, proses, dan hasil bisnis (Ahmad Sanusi, 1994).
3. Kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan atau usaha ( Zimmerer,1996).
4. Kewirausahaan adalah nilai yang diperlukan untuk memulai dan mengembangkan usaha ( Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda, yang dapat memberikan manfaat serta nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan cara mengombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Berdasarkan keenam hakikat kewirausahaan tersebut, secara ringkas kewirausahaan kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, serta proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam menemukan peluang.

### 2.3.2.4 Proses Kewirausahaan

Proses kewirausahaan adalah upaya menciptakan sesuatu yang berbeda,yang memiliki nilai tambah melalui pengorbanan waktu dan tenaga dengan berbagai risiko finansial, psiki, dan sosial serta mendapat penghargaan berupa keuntungan dan kepuasan pribadi atas hasil yang diperoleh (Hisrich et al, 2016) dalam (Abdurohim, 2023)

Bygrave, Hisrich, serta Kaplan dan Waren menjabarkan proses kewirausahaan berdasarkan detail kejadian yang dialami maupun kegiatan yang dilakukan oleh seorang wirausaha sedangkan zimmerer mengklasifikasikan tahap kewirausahaan berdasarkan prosesnya secara garis besar menjadi dua tahap yaitu

tahap awal atau perintisan dan tahap pertumbuhan atau perkembangan. (Abdurohim, 2023)

Proses kewirausahaan berupa suatu rangkaian tindakan untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dengan mengidentifikasi dan mengevaluasi.

### 2.3.2.5 Strategi Kewirausahaan

Peng (2009:130) yang mengemukakan lima strategi kewirausahaan atau five entrepreneurial sebagai berikut:

1. **Growth**  
Pertumbuhan sebuah perusahaan entrepreneur dapat dipandang sebagai upaya untuk lebih memanfaatkan sumber daya yang saat ini kurang dimanfaatkan. Perusahaan dengan strategi entrepreneur "Growth" akan lebih menekankan pada tindakan daripada analisis. Hal ini diksrenakan perusahaan akan langsung segera mengambil peluang tersebut walaupun analisis dan perencanaan belum terlalu dalam dibentuk.
2. **Innovation**  
Inovasi adalah jantung dari pola pikir entrepreneurship. Strategi ini memiliki tiga keuntungan.  
Pertama, memungkinkan secara potensial lebih berkelanjutan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Kedua, inovasi harus dianggap secara luas. Ketiga, perusahaan entrepreneur yang unik pasti akan siap untuk inovasi. Pemilik, manajer, karyawan di suatu UKM cenderung lebih inovatif dan mengambil risiko dari pada perusahaan besar.
3. **Network**  
Strategi jaringan mengacu untuk membangun dan memanfaatkan hubungan, koneksi, dan ikatan yang dimiliki oleh organisasi dan individu dengan para relasinya. Terdapat dua jenis jaringan yaitu jaringan pribadi dan jaringan organisasi.
4. **Financing/Governance**  
Peusahaan perlu mengembangkan hubungan dengan para jaringan ikatan lemah (*weak-tie*) seperti investor, pemain asing, bank dan agensi pemerintah. Bagi UKM yang tidak memiliki sejarah panjang dengan investor. Sehingga perlunya para pemilik UKM untuk memiliki kembali mengenai kontrak dan aturan yang akan disepakati untuk kelangsungan hidup perusahaan.
5. **Harvest/Exit**  
Pelaku UKM dapat menuai hasil yang lebih aman dengan cara UKM keluar dari kepemilikan pribadi, para pengusaha dapat mengambil sejumlah rute berupa : *Selling an equity stake, selling the business, merging with another firm, considering an initial public offering dan declaring bankruptcy*

Kelima strategi ini mencakup aspek-aspek penting dalam pengembangan dan kelangsungan bisnis, mulai dari pertumbuhan, inovasi, pembangunan jaringan, pembiayaan, hingga strategi keluar. Kombinasi dari strategi-strategi ini dapat

memberikan pandangan tentang bagaimana pengusaha dapat mengelola dan mengembangkan usaha mereka dengan sukses.

#### **2.3.2.6 Pilar Kewirausahaan**

Kekuatan kewirausahaan terletak pada dua pilar utama yakni, kreativitas dan inovasi sebagai yang menjadi tulang punggungnya. Kreativitas merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan karena adanya perubahan lingkungan berubah-berubah yang dihadapi. Kemudian juga seiring perkembangan dan pesatnya persaingan dalam berwirausaha menuntut wirausahawan untuk inovatif menghasilkan dan mengembangkan produk atau jasa yang ditawarkannya, dalam rangka menyesuaikan kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan tanpa batas. (Abdurohim, 2023b).

Kekuatan kewirausahaan bergantung pada dua pilar utama, yaitu kreativitas dan inovasi. Kreativitas menjadi sumber penting dari keunggulan kompetitif karena lingkungan bisnis yang terus berubah menuntut adaptasi yang cepat. Sementara itu, persaingan yang semakin ketat dalam dunia wirausaha mendorong kewirausahaan untuk menjadi inovatif dalam menghasilkan dan mengembangkan produk atau jasa, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus beragam dan dinamis. Dengan memadukan kreativitas dan inovasi, wirausahawan dapat memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan daya saing perusahaannya.

## **2.4 Inovasi produk**

### **2.4.1 Pengertian Inovasi Produk**

Menurut Sutomo (2012) dalam (Abdurohim, 2023) “Inovasi produk adalah proses atau hasil pengembangan atau pemanfaatan, keterampilan, dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang atau jasa), serta proses atau sistem baru yang memberikan nilai berarti secara signifikan.”

Menurut Haryanti dan Nursila (2016) dalam (Abdurohim, 2023a) “Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan saat sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional dan kegunaannya.”

Inovasi produk merupakan suatu proses yang melibatkan pemanfaatan keterampilan, pengalaman, dan pengetahuan untuk menciptakan atau meningkatkan produk. Inovasi produk menjadi kunci dalam menjaga daya saing perusahaan melalui pengembangan produk yang unggul terhadap kebutuhan pasar.

### **2.4.2 Tujuan Inovasi Produk**

Menurut O'Sullivan dan Dooley (2008) dalam (Abdurohim, 2023a) “Tujuan dari inovasi produk yaitu melakukan peningkatan kualitas, memenuhi kebutuhan pelanggan, membuka pasar baru, mengembangkan dan mengimplementasikan pengetahuan, melakukan perbaikan atau perubahan pada produk, melakukan efisiensi produk serta meningkatkan branding perusahaan.”

Inovasi produk memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan bisnis, dengan tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memperluas

pasar, meningkatkan kualitas dan efisiensi produk, serta memperkuat posisi perusahaan di pasar.

### 2.4.3 Jenis-jenis Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Amstong (2010) dalam (Abdurohim, 2023), inovasi produk dapat didasarkan pada:

1. **Kualitas Produk**  
Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya ,meliputi daya tahan, keandalan,dan ketelitian yang dihasilkan
2. **Varian Produk**  
Sarana Kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing
3. **Gaya dan desain Produk**  
Cara lain dalam menambahkan nilai bagi pelanggan, gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya

Inovasi produk melibatkan pendekatan ini untuk mencerminkan pentingnya terus menerus beradaptasi dan meningkatkan produk untuk memenuhi tuntutan pasar yang terus berubah.

### 2.4.4 Cara menentukan Inovasi Produk

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk menciptakan inovasi produk, diantaranya dengan mencari ide baru, mengamati produk serupa, melihat keinginan konsumen, dan melihat peluang yang ada (Sahir,*et.al.*,2021; Sudarso,*et.al.*,2014) dalam (Abdurohim, 2023a) :

1. **Mencari Ide Baru**  
Untuk mendapatkan inovasi, perlu dilakukan pencarian ide yang menarik. Ide bagus digunakan untuk menciptakan produk baru yang akan disukai pelanggan.
2. **Mengamati Produk Serupa**  
Ide dapat muncul dengan mengamati produk serupa yang ada di pasaran. Kemudian, ditambahkan hal baru untuk membedakan dengan produk lain. Perubahan dilakukan, misalnya dari ukuran,warna,atau desain yang berbeda, tetapi masih mirip dengan produk yang ada di pasaran.
3. **Melihat Keinginan Konsumen**  
Pelaku usaha memperhatikan dan mengamati apa yang menjadi keinginan pelanggan kemudian menciptakan produk baru untuk mengabdikan keinginan pasar. Kegiatan ini dapat dilakukan dengan riset untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan, seperti jenis

produk, baik dari ukuran, bentuk, warna, dan kualitas yang disukai pelanggan.

#### 4. Melihat Peluang Sekitar

Menciptakan peluang yang ada dengan menciptakan produk baru di pasaran yang menarik pelanggan. Peluang dapat dilihat karena barang tidak ada atau jarang muncul di pasaran, tetapi dicari pelanggan.

Inovasi produk dapat dicapai melalui pencarian ide baru, modifikasi produk serupa, respons terhadap keinginan konsumen, dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar. Kesuksesan inovasi produk juga sangat tergantung pada kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

### 2.4.5 Model Konsep Inovasi Produk

Menurut Eko Sudarmanto (2022) dalam (Abdurohim, 2023), Konsep inovasi produk dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. **Meyederhanakan (*Simplify*)**  
Konsep ini merupakan sebuah tindakan penyederhanaan sebuah proses. produk dimaksimalkan dalam pengolahannya.
2. **Menggabungkan (*Combine*)**  
Konsep ini dilakukan dengan menggabungkan dua proses atau dua produk menjadi satu produk yang bertujuan untuk memberikan manfaat yang lebih baik.
3. **Mengintegrasikan (*Integrate*)**  
Kosep ini dilakukan dengan menyatukan beberapa produk. Kegiatan ini hampir sama dengan kombinasi, tetapi lebih kompleks sehingga produk memiliki keunggulan dan nilai plus yang makin besar.
4. **Mengatur Ulang (*Rearrange*)**  
Kegiatan dilakukan, seperti komposisi, produksi, atau desain produk diatur ulang sehingga lebih menarik konsumen.
5. **Menghilangkan (*Eliminate*)**  
Menghilangkan proses atau menyingkirkan proses tertentu yang tidak perlu. kegiatan ini diharapkan mampu memberikan produk yang lebih menarik dan lebih baik

Konsep-konsep ini, setiap pendekatan bertujuan untuk menciptakan produk yang lebih efisien, dan bernilai lebih tinggi bagi konsumen. Dengan mengaplikasikan konsep-konsep ini, perusahaan dapat meningkatkan daya saing produknya dalam pasar yang terus berubah.

#### **2.4.6 Kreativitas dan Inovasi pada Inovasi Produk**

Kreativitas dan inovasi dalam konteks inovasi produk merujuk pada proses dan hasil dari pemberian nilai lebih pada suatu produk dengan ide baru yang berbeda dengan produk lain sebelumnya. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang. Inovasi, kemudian, merupakan proses memikirkan dan mengimplementasikan pemikiran baru yang menghasilkan hal baru berbentuk produk, proses bisnis, cara baru, kebijakan, dan lain sebagainya. Dalam konteks bisnis, kreativitas dan inovasi digunakan untuk memperbaiki produk, membuat produk baru, atau memperkuat strategi bisnis. (Hasibuan et al., 2022)

kreativitas dan inovasi dalam konteks inovasi produk sangatlah penting dalam meningkatkan nilai tambah suatu produk. Kreativitas dan inovasi dapat digunakan untuk meningkatkan produk yang sudah ada, menciptakan produk baru yang inovatif, atau memperkuat strategi bisnis secara keseluruhan. Dengan memanfaatkan kreativitas dan inovasi secara efektif, perusahaan dapat mempertahankan daya saingnya di pasar yang kompetitif dan terus berkembang.

#### **2.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian dari penelitian terdahulu, dapat mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan, sebagai berikut :

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama, Tahun, &amp; Judul penelitian</b>	<b>Hasil penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1.	Firman Ardiansyah (2021)  Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Rajutan Binong Jati Bandung	Secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk	Menggunakan Indikator kompetensi kewirausahaan yang sama	Variabel yang digunakan menggunakan tigavaribel Teknik pengumpulan data menggunakan Kuantitatif
2.	Nurfitriani (2023)  Penguatan Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Sebagai Penentu Kinerja UKM	Kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan pada inovasi produk.	Sama sama fokus pada kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk	Teknik pengumpulan data menggunakan Kuantitatif
3.	Indra Yanti Sari (2016)  Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar	Peningkatan kinerja ukm tidak terlepas dari kemampuan pengusaha dalam orientasi kewirausahaan dan inovasi	Indikator inovasi produk yang sama	Teknik pengumpulan data menggunakan <i>mixed methods</i>
4.	Lia Ibniwasum (2020)	Inovasi produk yang dilakukan pada usaha tersebut	Sama – sama menggunakan metode pendekatan	Pradigma penelitian ganda dengan dua variabel



	Inovasi produk dalam meningkatkan penjualan di sheren hijab bengkulu	mencangkup bahan dasar, ukuran atau desain	kualitatif deskriptif	
5.	Hermin Yanti Zebua (2022)  Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Jahit Pakaian Di Kelurahan Pasar Teluk Dalam	Secara parsial kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif pada keunggulan bersaing	Fokus kajian pada pengaruh kompetensi kewirausahaan dan inovasi produk	Pradigma penelitian yang digunakan paradigma ganda dengan tiga variabel independen

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2023

## 2.6 Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang peneliti dan rumusan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Peneliti membuat suatu pedoman yang berfungsi sebagai penuntun agar penelitian yang dilakukan berfokus sebagai kerangka berpikir.

Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Untuk menentukan kompetensi kewirausahaan maka diperlukan ukuran-ukuran untuk mengukur kompetensi kewirausahaan seseorang. Pengukuran ini melalui ciri-ciri kewirausahaan yang dikemukakan oleh Asep Kurniawan dan Yun Yun. Terdapat lima ciri-ciri kewirausahaan dan beberapa item berikut:

### 1. Melihat Peluang

Menjadi seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk mengenali dan menciptakan peluang usaha, seorang wirausaha harus berfikir positif dan kreatif agar usahanya semakin berkembang.

### 2. Mengelola Usaha

Seorang wirausaha harus memahami kiat, cara, proses, dan pengelolaan semua sumber daya secara efektif dan efisien. Termasuk uang, waktu, dan sebagainya.

3. **Menentukan Strategi**  
Mengetahui strategi atau cara bersaing. Ia harus dapat mengungkap kekuatan (Strength), Kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) dirinya dan pesaing.
4. **Menjalin Hubungan**  
Dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan dengan pihak lain. Ia harus mengetahui hubungan interpersonal secara sehat.
5. **Membuat Komitmen**  
Memiliki komitmen tinggi, seorang wirausaha harus mempunyai kekuatan pribadi sebagai modal utama dalam berwirausaha.

Kewirausahaan dan inovasi produk tidak bisa dipisahkan karena kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, sementara inovasi produk merupakan salah satu hasil dari kemampuan tersebut.

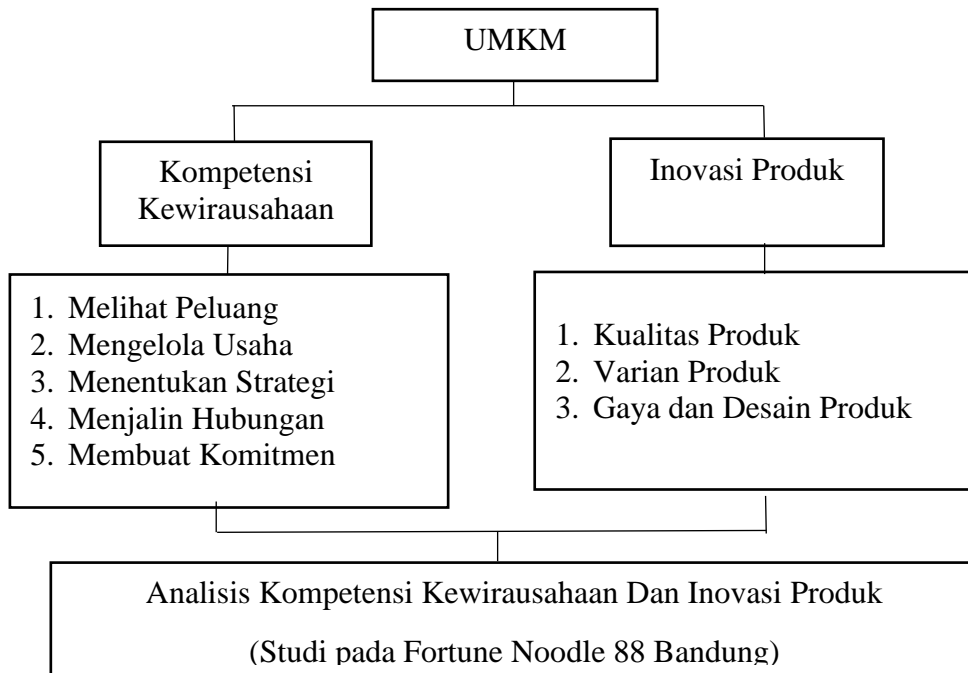
Inovasi Produk sendiri merupakan proses atau hasil pengembangan atau pemanfaatan, keterampilan, dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang atau jasa), serta proses atau sistem baru yang memberikan nilai berarti secara signifikan.

Untuk menentukan Inovasi Produk maka diperlukan ukuran-ukuran untuk mengukur Inovasi Produk. Pengukuran ini melalui jenis – jenis inovasi produk yang dikemukakan oleh Dindin Abdurohim. Terdapat tiga jenis inovasi produk, sebagai berikut:

1. **Kualitas Produk**  
Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya ,meliputi daya tahan, keandalan,dan ketelitian yang dihasilkan.
2. **Varian Produk**  
Sarana Kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.
3. **Gaya dan desain Produk**  
Cara lain dalam menambahkan nilai bagi pelanggan, gaya hanya menjelaskan penampilan produk tertentu, sedangkan desain memiliki konsep yang lebih dari gaya.

Gambar 2.3

## Kerangka Berpikir



Sumber : Data yang diolah peneliti,2023

## 2.7 Proposisi Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka peneliti menetapkan proposisi penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi kompetensi kewirausahaan dapat dilihat dari ciri-ciri kewirausahaan
2. Strategi Inovasi Produk dapat dilihat dari jenis-jenis Inovasi Produk