

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Entrepreneurship orientation atau orientasi kewirausahaan menurut **Reswanda (2012:70)** diartikan sebagai suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan. Pada hakekatnya orientasi kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

Sedangkan Orientasi kewirausahaan menurut **Kumalaningrum (2012)** dalam **Witjaksono (2014:89)** mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai suatu metode, praktik, dan gaya pengambilan keputusan para manajer yang mengarah ke orientasi kewirausahaan. Hal ini mencakup proses eksperimen teknologi baru yang menjanjikan, keinginan untuk memperbesar kesempatan pasar produk baru dan predisposisi untuk mengambil kesempatan berisiko.

Sementara itu pengertian lain disebutkan oleh **Utami (2012)** dalam **Santy (2016:41)** yang mengemukakan bahwa Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada *new entry*. Orientasi kewirausahaan muncul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan

bahwa peluang *new entry* untuk berhasil sangat tergantung pada kinerja yang menjadi tujuan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan untuk mengambil masukan baru atau suatu perubahan yang dilakukan dalam bisnis yang dijalankan oleh wirausahaan.

2.1.1.2 Tipe Orientasi Kewirausahaan

Menurut **Hutagalung (2010:7)** tipe orientasi kewirausahaan dibagi atas 4 (empat), antara lain :

1. *The personal achiever*, ciri-ciri wirausaha tipe *personal achiever* adalah sebagai berikut :
 - Memiliki kebutuhan berprestasi
 - Memiliki kebutuhan atas umpan balik
 - Memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan
2. *The supersales person*, memiliki ciri-ciri sebagai berikut :
 - Memiliki kemampuan memahami dan mengerti orang lain
 - Memiliki keinginan untuk membantu orang lain
 - Percaya bahwa proses-proses sosial sangat penting
3. *The real manager*, ciri-ciri tipe ini adalah sebagai berikut :
 - Keinginan untuk bersaing
 - Ketegasan
 - Keinginan untuk menonjol di antara orang-orang lain

4. *The expert idea generation*, ciri-ciri wirausaha tipe expert idea generation

adalah sebagai berikut :

- a. Keinginan untuk melakukan inovasi
- b. Menyukai gagasan-gagasan
- c. Inteligensi yang tinggi

2.1.1.3 Ciri dan Sifat Kewirausahaan

Untuk menjadi wirausahawan yang handal maka harus memiliki karakteristik kewirausahaan tertentu, berikut ciri dan sifat kewirausahaan yang dikemukakan oleh Soegoto (2014:29)

Tabel 2.1
Ciri dan Sifat Kewirausahaan

CIRI	SIFAT
Percaya diri	Keyakinan, kemandirian, indivisualitas, optimisme
Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan akan berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad yang kuat, bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif
Pengambilan resiko dan suka tantangan	Kemampuan mengambil resiko dan suka tantangan
Kepemimpinan	Berjiwa pemimpin, bergaul dengan orang lain, suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
Berorientasi ke masa depan	Persepsi dan pandangan yang berorientasi ke depan
Jujur dan tekun	Mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan pekerjaan

Sumber: Eddy S. Soegoto (2014:29)

2.1.1.4 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Fairoz et al (2010) dalam Nuvriasari (2012:244) Orientasi kewirausahaan mencerminkan sejauh mana organisasi mampu mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan yang belum dimanfaatkan. Suatu perusahaan dikatakan memiliki suatu semangat orientasi kewirausahaan jika bisa menjadi yang pertama dalam melakukan inovasi produk baru di pasar, memiliki keberanian mengambil risiko, dan selalu proaktif terhadap perubahan tuntutan akan produk baru. Orientasi kewirausahaan dapat diukur dari tiga karakteristik utama yaitu inovasi, pengambilan resiko dan sikap proaktif.

1. Inovasi

Mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam ide-ide baru dan proses kreatif untuk menghasilkan produk baru. Jadi inovasi merupakan kemauan untuk meninggalkan teknologi atau praktik-praktif yang lama dan sudah ada untuk mencari hal baru untuk menuju ke arah yang lebih baik

2. Proaktif

Mengacu pada sejauh mana perusahaan menjadi pemimpin atau pengikut dalam bersikap agresif terhadap pesaing. Sikap Proaktif mengacu pada perspektif *forward looking* (cara pandang ke depan) dalam pengambilan inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi inisiatif dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru dan berpartisipasi dalam pasar yang muncul.

3. Pengambil resiko

Merupakan sejauhmana perusahaan bersedia untuk membuat komitmen yang besar dan beresiko untuk usahanya.

2.1.2 Teknologi Informasi

2.1.2.1 Pengertian Teknologi Informasi

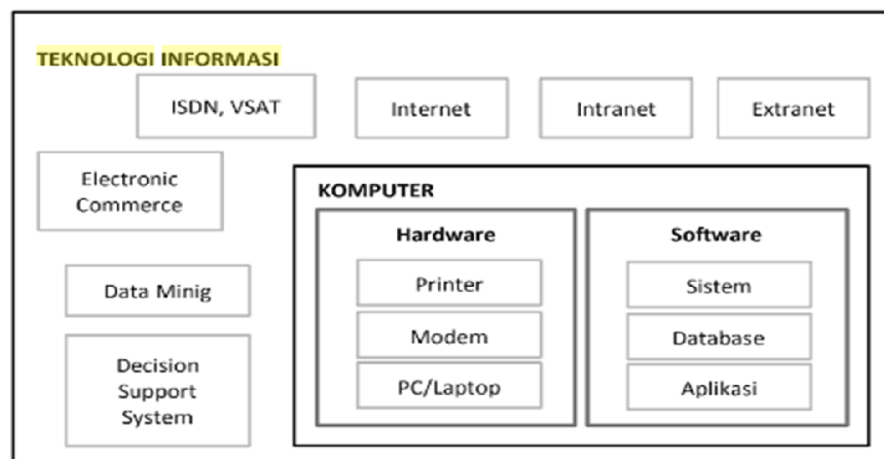
Information Technology (IT) / Teknologi Informasi menurut **Sutarman (2009:13)** sebagai berikut : Teknologi informasi adalah suatu studi, perancangan, pengembangan, implementasi, dukungan atau manajemen sistem informasi berbasis komputer, khususnya aplikasi perangkat lunak dan perangkat keras komputer. Penggunaan teknologi informasi sebagai suatu aset yang strategik dalam mendesain dan mengelola organisasi, serta dapat membuat organisasi lebih responsif, fleksibel, efisien

Rahman (2009:12) teknologi informasi dapat diartikan sebagai suatu subjek yang luas yang berkenaan tentang teknologi dan aspek lain tentang bagaimana melakukan manajemen dan pemrosesan pengolahan data menjadi informasi. Lebih spesifik teknologi informasi menurut **Darmawan (2012: 17)** mendefinisikan bahwa : Teknologi informasi adalah hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima sehingga lebih cepat, lebih luas sebarannya, lebih lama penyimpanannya.

Dari beberapa pengertian teknologi informasi diatas dapat disimpulkan bahwa teknologi informasi adalah suatu aset strategis yang digunakan untuk melakukan manajemen dan pemrosesan pengolahan data menjadi informasi yang

dapat disampaikan ke penerima lebih cepat, luas sebarannya, dan lebih lama penyimpanannya.

Komputer hanya salah satu produk yang digunakan sebagai bagian dalam teknologi informasi. Contoh lain produk : Teknologi Informasi Adalah Printer, Modem, Data Base, Sistem Operasi, Bahasa Pemograman, Internet, Data Mining, dll.



Sumber : Eko Indrajit 2016 (*Ecommerce menciptakan daya saing melalui teknologi*)

Gambar 2.1

Produk Teknologi Informasi

2.1.2.2 Manfaat Teknologi Informasi

Banyak perusahaan yang berani melakukan investasi yang sangat tinggi di bidang teknologi informasi. Alasan yang paling umum adalah adanya kebutuhan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi kompetitif, mengurangi biaya, meningkatkan fleksibilitas dan pelayanan. Selain itu **Ramadhani (2013:137)** mengungkapkan penggunaan internet sebagai media teknologi informasi dalam menunjang UMKM bisa dijabarkan menjadi beberapa poin seperti berikut ini :

1. Komunikasi

Internet digunakan sebagai media komunikasi dengan berbagai pihak. Misalnya disini antara UMKM dengan supplier.

2. Promosi

Internet digunakan sebagai sarana promosi jasa atau produk yang ditawarkan oleh UMKM. UMKM bisa mempromosikan jasanya melalui website juga melalui mailing list.

3. Riset

UMKM dapat memanfaatkan internet untuk riset agar bisa mengetahui seberapa jauh keunggulan produknya dibanding produk sejenis lain yang sudah ada. Fungsi riset disini juga bisa digunakan untuk mencari formula baru / memperkuat mutu dari produk atau jasa serta untuk mengetahui apa yang sedang dikerjakan oleh kompetitor dengan produk yang sejenis.

2.1.2.3 Indikator Teknologi Informasi

Dalam penelitian **Prabwa (2015:90)** mengungkapkan bahwa teknologi informasi dibentuk oleh indikator yaitu intensitas teknologi informasi, kemudahan bertukar informasi, dan kemudahan akses bekerja sama. Pengertian 3 indikator tersebut adalah :

1. Intensitas Teknologi Informasi : Seberapa mampu perusahaan mampu menggunakan teknologi yang bisa mendukung dalam kegiatan bisnis yang dijalankan.
2. Kemudahan bertukar Informasi : Trend manusia pada saat ini lebih mudah dalam berinteraksi dan bertukar informasi umumnya melalui media sosial

yang melekat sebagai gaya hidup di masyarakat. Oleh karena itu dalam pengembangan usaha diharapkan. seorang pengusaha haruslah mampu mengembangkan hal tersebut untuk mempermudah seorang konsumen dalam berinteraksi.

3. Kemudahan akses bekerjasama : Dalam hal ini penggunaan teknologi informasi mampu dijadikan sebagai sebuah teknik promosi yang lebih mudah dan lebih cepat dalam proses memperkenalkan suatu produk ke pasar yang akan dituju.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Penelitian **Nuvriasari (2012:265)** Kinerja usaha merupakan fungsi hasil-hasil kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor intern dan ektern dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode waktu tertentu.

Menurut **Rivai (2013)** dalam **Zulfikar (2018:49)** kinerja usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan sebagainya.

Sedangkan menurut **Moehariono (2012:95)** kinerja usaha merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategi suatu organisasi.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha adalah seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi

2.1.3.2 Karakteristik Kinerja Usaha

Dalam penelitian Nursiah (2009:72) mengembangkan tolak ukur keberhasilan kinerja perusahaan untuk mencapai keberhasilan kompetitif dapat dilihat dari empat bidang, yaitu berdasarkan :

1. Perspektif Finansial

Dimana pada perspektif ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan penerimaan melalui penjualan produk perusahaan. Selain itu peningkatan efektifitas biaya dan utilitas asset dapat meningkatkan produktifitas perusahaan.

2. Perspektif Pelanggan

Dimana perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan segmen pasar. Identifikasi secara tepat kebutuhan pelanggan sangat membantu perusahaan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

Dimana perusahaan harus mengidentifikasi proses-proses yang paling kritis untuk mencapai tujuan peningkatan nilai bagi pelanggan.

4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

Dimana tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finansial, pelanggan dan proses bisnis internal mengidentifikasi dimana organisasi harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja, sementara tujuan dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memberikan infrastruktur yang memungkinkan tujuan-tujuan ambisius dalam ketiga perspektif itu tercapai.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Untuk mengukur kinerja usaha **Rahayu (2013)** dalam **Shandra (2018:7)** menjelaskan menggunakan 3 indikator yaitu peningkatan penjualan, peningkatan profit, dan pertumbuhan memuaskan. Berikut penjelasannya :

1. Peningkatan penjualan

Peningkatan penjualan dapat diukur menurut penilaian pelaku usaha dengan rata-rata tingkat penjualan selama tiga tahun terakhir.

2. Peningkatan profit

Keuntungan atau laba pengukurannya dinilai dari rata-rata tingkat keuntungan perusahaan selama kurun waktu 3 tahun terakhir.

3. Pertumbuhan memuaskan

Menilai seberapa puas wirausahawan terhadap pertumbuhan usaha selama pertumbuhan usaha selama kurun waktu 3 tahun.

2.1.4 Hasil Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Yunia Wardi, Perengki Susanto, dan Nor Liza Abdullah Jurnal Manajemen Teknologi, Vol6 No.1, 2017. Print ISSN: 1412-1700; Online ISSN: 2089-7928	Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi	Orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian mengambil risiko berpengaruh secara signifikan pada kinerja UKM di Sumatera Barat. Namun, intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi tidak mampu memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Sumatera Barat.	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen dan variabel kinerja usaha sebagai variabel dependen. Penulis juga sama melakukan penelitian di UKM	Tidak melakukan analisis peran moderasi dari intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi.
2	Reswanda JEAM Vol XI No. 2/2012 ISSN: 1412-5366	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo	Ada hubungan langsung, signifikan dan positif antara orientasi kewirausahaan dan pembelajaran organisasi; ada hubungan langsung, signifikan dan positif antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif berkelanjutan; ada hubungan langsung, signifikan dan positif antara pembelajaran dan kinerja organisasi dan ada hubungan langsung, signifikan dan positif antara keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan kinerja bisnis	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen dan variabel kinerja usaha sebagai variabel dependen. Dan UMKM sebagai objek penelitian	Tidak menggunakan variabel pembelajaran organisasi, keunggulan daya saing berkelanjutan sebagai variabel dependen.

3	<p>Audita Nuvriasari, Gumirlang Wicaksono, dan Sumiyarsih</p> <p>Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan – Volume 19, Nomor 2, Juni 2015 : 241 – 259 ISSN 1411-0393</p>	<p>Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Peningkatan Kinerja UKM</p>	<p>Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Strategi bersaing (strategi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus) berpengaruh positif terhadap kinerja UKM. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh langsung yang lebih tinggi dibanding orientasi pasar.</p>	<p>Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen dan variabel kinerja usaha sebagai variabel dependen. Penulis juga melakukan penenelitian di UKM.</p>	<p>Tidak menggunakan variabel orientasi pasar dan strategi bersaing sebagai variabel independen.</p>
4	<p>Ahmad Sidiq, Erni Puji Astutik</p> <p>Media Ekonomi Dan Manajemen Vol. 32 No. 1 Januari 2017, p-ISSN: 0854-1442 (Print) e-ISSN: 2503-446X (Online)</p>	<p>Analisis Kapabilitas Teknologi Informasi terhadap Kinerja Bisnis UKM dengan Orientasi Pelanggan Sebagai Variabel Intervening</p>	<p>Kapabilitas teknologi informasi berpengaruh positif pada orientasi pelanggan dan kinerja bisnis. selain itu orientasi pelanggan berpengaruh pada kinerja. adapun orientasi pelanggan dapat berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara kapabilitas teknologi informasi dan kinerja bisnis.</p>	<p>Teknologi informasi sebagai variabel independen dan kinerja bisnis UKM sebagai variabel dependen.</p>	<p>Tidak menggunakan orientasi pasar sebagai variabel intervening.</p>
5	<p>Oo Harsono</p> <p>Jurnal TELEMATIKA MKOM, Vol.2 No.1,Maret 2010 ISSN 2085-725X</p>	<p>Pengaruh Strategi Bisnis dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Lembaga Pendidikan: Studi Kasus Perguruan Islam Al-Izhar Pondok Labu</p>	<p>Strategi bisnis dan strategi teknologi informasi secara bersama-sama mempengaruhi kinerja lembaga pendidikan secara positif dan signifikan.</p>	<p>Teknologi informasi sebagai variabel independen dan kinerja usaha sebagai variabel dependen.</p>	<p>Penggunaan strategi bisnis sebagai variabel independen dan objek penelitiannya lembaga pendidikan.</p>
6	<p>Billy Josef Anis, Budiman Christiananta and Lena Ellitan.</p> <p>International Journal of Advanced Research (IJAR)</p>	<p><i>The Effect of Entrepreneurship Orientation, Information Technology, Strategic Planning to Competitive Advantages with Business</i></p>	<p><i>The results showed that the Orientation of Entrepreneurship (X1), Information Technology (X2), Strategic Planning (X3) influenced the positive direction on Business Performance (Y1)</i></p>	<p>Penggunaan orientasi kewirausahaan, teknologi informasi sebagai variabel independen. Kinerja usaha sebagai</p>	<p>Menggunakan 3 variabel independen yaitu perencanaan strategis sebagai X3. Dan keunggulan bersaing</p>

	6(1), 236-242, January 2018. ISSN: 2320-5407	<i>Performance as Intervening Variables: Empirical Study Food Processing Smes in North Sulawesi.</i>	<i>and Competitive Excellence (Y2) of micro and small food industry.</i>	variabel dependen	sebagai variabel dependen (Y2)
7	M. Krishna Moorthy, Annie Tan, Caroline Choo, Chang Sue Wei, Jonathan Tan Yong Ping, and Tan Kah Leong <i>International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences</i> April 2012, Vol. 2, No. 4 ISSN: 2222-6990	<i>A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia</i>	<i>The results showed that there is a significant negative relationship between ineffective entrepreneurship as well as inappropriate human resource management (HRM) and the performance of SMEs. on the other hand, the results also proved that there is a significant positive relationship between the use of marketing information as well as the application of information technology and the performance of smes. in short, this study found out that the use of marketing information can influence the performance of smes at the highest.</i>	Teknologi informasi sebagai variabel yang mempengaruhi kinerja UKM	Penggunaan SDM, kewirausahaan yang tepat sebagai dan informasi variabel yang mempengaruhi kinerja UKM sebagai variabel independen
8	Prabin Raj Gautam <i>International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research</i> Vol.4, No.2, pp.48-63, March 2016. ISSN 2053-5821(Print), ISSN 2053-583X(Online)	<i>Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Handicraft Industry: A Study of Nepalese Handicraft Enterprises</i>	<i>The findings of correlation and regression represent that autonomy, risk-taking, and pro-activeness and competitive aggressiveness were positively correlated with business performance.</i>		

2.2 Kerangka Pemikiran

Perdagangan bebas di ASEAN memicu berbagai pihak untuk berkompetisi. Melihat peluang pasar yang lebih luas menjadi kesempatan suatu industri untuk berkembang, semakin banyak perkembangan industri maka persaingan semakin ketat. Oleh karena itu perkembangannya suatu industri harus memperbaiki kinerja usaha di perusahaan tersebut agar dapat lebih unggul dengan yang lain.

Perusahaan yang mempunyai orientasi kewirausahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan itu dibuat dapat mengikuti persaingan pasar. Jika dalam proses bisnis pelaku usaha yang mampu menerapkan orientasi kewirausahaan tersebut secara maksimal, maka akan menghasilkan kinerja unggul yang akan menaikkan posisi perusahaan pada persaingan pasar. Orientasi kewirausahaan akan menunjukkan bagaimana kinerja dalam perusahaan itu sendiri, karena dengan orientasi kewirausahaan yang terarah, maka kinerja perusahaan akan terorganisir dan akan membawa berimbas pada kemajuan usaha.

Perkembangan teknologi di industri 4.0 sekarang semakin banyak inovasi teknologi yang diterapkan dalam proses bisnis suatu industri. Penggunaan teknologi informasi harus diterapkan juga di industri kecil menengah atau UKM untuk mengoptimalkan kinerja mereka. Dengan teknologi informasi UKM akan lebih unggul dalam persaingan karena proses pekerjaan akan lebih cepat, mudah, dan resiko kesalahan akan berkurang.

Industri kecil menengah atau UKM pembuatan topi di Desa Rahaya Bandung dalam proses bisnisnya, teknologi informasi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. karena jika teknologi informasi yang dimiliki UKM topi desa Rahayu tidak mengikuti perkembangan teknologi maka perusahaan tidak akan menambah nilai dalam kinerja usahanya dan perkemabangannya tidak bisa mengikuti persaingan. Teknologi infromasi ini akan membantu UKM dalam bersaing di pasar global seperti sekarang.

Industri kecil jika tidak bisa mengikuti teknologi yang sedang berkembang, maka kinerja perusahaan pun akan semakin tertinggal dari kompetitor yang memiliki budaya usaha yang lebih baik. Kinerja usaha adalah hasil pembentukan sikap dan strategi yang dijalankan perusahaan, dan juga aktifitas perusahaan yang tercermin dari kegiatan harian yang dilakukan pelaku organisasi dari perusahaan tersebut.

Kinerja dalam sebuah usaha memegang peranan penting sebagai modal awal untuk bersaing, dan menjadi perusahaan yang unggul dibanding perusahaan pesaing. Kinerja perusahaan yang baik juga tidak semata-mata ada dengan sendirinya, namun kinerja perusahaan dapat diciptakan dengan baiknya sikap pemilik perusahaan, dan juga budaya yang sudah ada diperusahaan tersebut.

2.2.1 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Penelitian yang dilakukan **Wardi (2017:59)** dalam judul “Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan

Teknologi” mengungkapkan bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian berisiko. Namun, intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi tidak mampu memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM di Sumatera Barat.

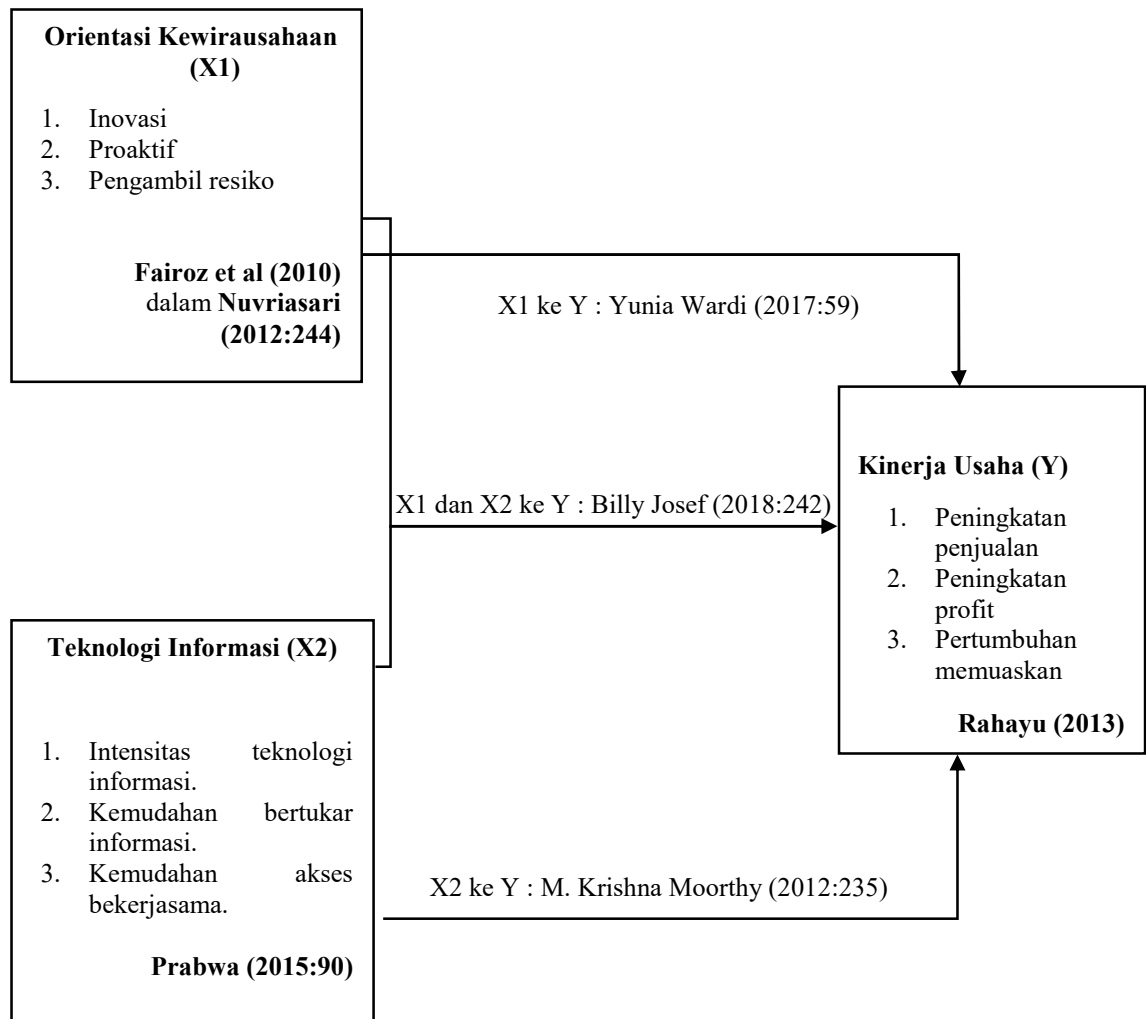
2.2.2 Keterkaitan Teknologi Informasi ke Kinerja Usaha

Moorthy (2012:235) dalam penelitian yang dilakukan dengan judul “*A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia*” menyimpulkan bahwa ada empat faktor penentu yang signifikan mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Malaysia yaitu kewirausahaan yang efektif, manajemen sumber daya manusia yang tepat, penggunaan informasi dalam pemasaran, dan penerapan teknologi informasi. Faktor yang memiliki hubungan positif terkuat dengan kinerja UKM adalah penggunaan informasi pemasaran dan penerapan teknologi informasi.

2.2.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Usaha

Anis (2018:242) dengan judul penelitian “*The Effect of Entrepreneurship Orientation, Information Technology, Strategic Planning to Competitive Advantages with Business Performance as Intervening Variables: Empirical Study Food Processing Smes in North Sulawesi*” mengungkapkan hasil penelitian yaitu Penggunaan teknologi informasi pada pengusaha mikro dan kecil telah menjadi faktor utama dalam memasarkan produk mereka ke pasar online. Orientasi

wirausaha UKM adalah data penting tentang dampaknya terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif mereka. Sehingga pemanfaatan teknologi informasi dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM dan keunggulan kompetitif industri makanan di Sulawesi Selatan.



Gambar 2.2

Paradigma Penelitian Orientasi kewirausahaan dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Usaha

2.2.1 Hipotesis

Menurut **Suharsaputra (2012:61)** “Hipotesis adalah sebuah proposisi yang akan diuji dalam penelitian, proposisi yang tidak dapat dibuktikan/diuji secara langsung dalam penelitian disebut dengan teori atau bagian dari suatu teori (*Axiomatic Theory*). Hipotesis juga bersumber pada *Empirical Generalization* yaitu pernyataan suatu hubungan berdasarkan induksi dan terbentuk berdasarkan observasi tentang adanya hubungan tersebut, yang bila replikasi replikasi penelitian mendukungnya dapat menjadi teori.”

Penelitian kuantitatif yang akan dilakukan perlu lebih diarahkan ke dalam fokus yang spesifik, dalam hubungan ini hipotesis merupakan instrumen penting yang dapat memerankan hal tersebut. Hipotesis dipandang sebagai pra anggapan atau kesimpulan sementara atas suatu fenomena yang perlu diuji kebenarannya, hipotesis menggambarkan prediksi berbasis teori sehingga memungkinkan menghubungkan teori dengan pengamatan.

Bedasarkan uraian kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

H1: Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha
pada UKM Topi Desa Rahayu Bandung

H2: Variabel Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Usaha
pada UKM Topi Desa Rahayu Bandung

H3: Variabel Orientasi Kewirausahaan dan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UKM Topi Desa Rahayu Bandung.