BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014: 26) Entrepreneurship atau kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerjadan hasilya berguna bagi orang lain.

Menurut Zulkarnain et al (2019) menyatakan orientasi berkewirausahaan adalah jiwa yang mampu untuk berkreativitas dan berionvasi dalam fundamental usaha juga adanya sumber daya yang dimiliki dalam mendapatkan tempat agar menjadi sukses. Pada inti jiwa wirausaha merupakan adanya usaha seseorang dalam menciptakan hal yang baru dan berbeda dengan lainnya.

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan inovatif, melakukan usaha yang agak berisiko dan terlibat dalam inovasi proaktif (Fazul et al., 2010). Menurut pendapat Rawati Suganda et al (2019) orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam pasar yang sama.

Menurut Mustikowati (2014) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Artinya, bila orientasi kewirausahaan yang dimiliki sebuah usaha semakin baik, seperti sikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko, maka kinerja usaha tersebut juga akan semakin tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Nita

Budhi (2011) menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Orientasi kewirausahaan diidentifikasikan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha. (Prieto, 2010) orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dianggap memilki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat.

Menurut Trustorini Handayani (2017:26) mengatakan bahwa "Wirausaha adalah orang yang berjiwa kreatif, inovatif, mandiri, percaya diri, ulet dan tekun, rajin, disiplin, siap menghadapi resiko, jeli melihat dan meraih peluang, piawai mengelola sumber daya, dalam membangun, mengembangkan dan menjadikan usaha atau perusahaannya unggul."

2.1.1.2 Faktor-faktor Kewirausahaan

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:12-13) terdapat faktor-faktor yang harus ada dalam diri seorang entrepreneur adalah:

1. The Creativity

   Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, namun juga oleh audiens yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut.

2. The Commitment

   Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilka dari waktu dan usaha yang ada.

3. The Risk

   Siap menghadapi risiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik, dan risiko sosial.

4. The Reward

   Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan reward berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

2.1.1.3 Sikap Entrepreneur

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:7-8) sikap yang harus dimiliki sorang entrepreneur dalam mengembangkan usaha adalah:

1. Disiplin

   Disiplin atas ketepatan waktu, kualitas pekerjaan, sitem kerja, kesepakatan yang dibuat dan taat asas.

2. Komitmen Tinggi

   Memilki komitmen yang tinggi, jelas, terarah dan bersifat progressif (berorientasi pada kemajuan) atas kesepakatan yang telah dibuat dengan seseorang, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain.

3. Jujur

   Kejujuran sangat melekat pada konsep pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen.

4. Kreatif dan inovatif

   Untuk memenangkan persaingan, maka sorang wirausahawan harus memiliki daya kreatifitas yang tinggi.

5. Mandiri

Seorang entrepreneur harus memiliki sifat mandiri dalam mengelola uahanya, yakni tidak bergantung pada pihak lain dalam mengambil keputusan atau bertindak, termasuk mencakupi kebutuhan usahanya.

6. Realistis

   Penetapan keputusan bisnis harus realistis, objektif dan rasionil dengan meilhat fakta/realita di lapangan dan menyeleksi masukan dan saran dari luar.

2.1.1.4 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Menurut Nurmalita et al (2019) Orientasi kewirausahaan memiliki 3 indikator, diantaranya sebagai berikut:

1. Inovatif, adalah kesediaan dalam berkreativitas atau bereksperimen untuk memperkenalkan produk maupun jasa baru yang akan dipasarkan.
2. Proaktif, adalah sikap pemilik usaha yang mecari peluang baru untuk mengembangkan, memperkenalkan, dan membuat perbaikan pada produk maupun jasa.
3. Berani Mengambil Resiko, adalah tindakan pelaku usaha yang memiliki kesediaan dan kemauan dalam memanfaatkan sumber daya untuk menjalankan suatu pekerjaan tanpa adanya kepastian.

2.1.2 Kapabilitas Jejaring Usaha

2.1.2.1 Pengertian Kapabilitas Jejaring Usaha

Menurut Fitri Lukiastuti (2012) sebuah jejaring (network), yang diimplikasikan sebagai tindakan dalam melakukan kontak dengan orang lain maupun organisasi, dapat juga dikelompokkan sebagai sumber daya manusia dan jejaring merupakan sebuah alternatif untuk menggunakan sumber daya internal. Jejaring merupakan variabel yang dianggap penting bagi

semua jenis perusahaan, terutama yang berkenaan dengan fakta bahwa lingkungan ekonomi menjadi semakin kompetitif.

Menurut Zacca, Dayan, & Ahrens (2015) network capability didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memulai, mengembangkan, dan memanfaatkan internal organisasi serta hubungan antar-organisasi eksternal.

Kemampuan jaringan adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan dan memanfaatkan hubungan antar organisasi dan untuk mendapatkan akses ke sumber daya yang dimiliki oleh aktor lain (Busayo Ajayi, 2016).

Menurut Zulfikar et al (2018) Kapabilitas Jejaring Usaha berkaitan dengan kemampuan melakukan kerja sama terpadu antara dua belah pihak atau lebih yang serasi, sinergi, sistematis, terpadu dan memiliki tujuan untuk menyatukan potensi bisnis dalam menghasilkan keuntungan yang optimal.

Kemudian menurut Ngugi et al (2010) "Kapabilitas Jejaring Usaha berperan dalam melakukan inovasi dan penciptaan nilai pelanggan. Harmonisasi kemitraan dengan berbagai skateholders memberi dampak positif bagi perusahaan. Kemitraan ini memudahkan perusahaan meningkatkan akses pada sumber daya unggul untuk menunjang kinerja perusahaan". Menurut Lehma et al (2013) "Kapabilitas Jejaring Usaha yaitu pengembangan kemampuan perusahaan untuk berkolaborasi dan mengatur hubungan bisnis yang saling menguntungkan".

Berdasarkan pengertian kapabilitas jejaring usaha yang telah diungkapkan, maka dapat didefinisikan sebagai sebuah kemampuan yang memiliki lebih dari hanya keterampilan pada suatu hal yang menjadi keunggulan, menguasai kemampuan, titik kelemahan dan memanfaatkan hubungan dengan berbagai pihak eksternal untuk menunjang kinerja perusahaan.

2.1.2.2 Jenis Jaringan Usaha

Suryana (2010) mengatakan bahwa terdapat berbagai jenis jaringan usaha dalam pengembangan usaha, antara lain:

1. Jaringan produksi, yaitu menggabungkan keahlian khusus masing-masing usaha membentuk poduk baru, peralatan, sistem produksi dan membuat produk unggul yang memiliki daya saing.
2. Jaringan pemasaran, bekerja sama untuk memperkuat posisi tawar-menawar dengan pembeli dan memenangi persaingan pemasaran.
3. Jaringan pelayanan, kelompok usaha bergabung dalam pembiayaan untuk jasa tertentu, pelatihan, informasi, teknologi, manajemen konsultasi atau jasa konsultasi ahli, misalnya pelatihan bersama.
4. Jaringan kerjasama, kerjasama pembelian, peningkatan tenaga kerja, pengembangan produk dan kerjasama produk, kerjasama penjualan dan pemasaran.
5. Memecahkan tantangan dengan jaringan usaha.
6. Jaringan antarkelompok usaha, swasta dan BUMN.

Dengan dukungan informasi yang cepat, tepat dan akurat akan sangat bermanfaat dalam pengembangan usaha, misalnya control kualitas dan koordinasi produksi perlu didukung sistem informasi. Melihat potensi usaha yang sedang dijalankan perlu didukung oleh beberapa pembangunan infrastruktur telekomunikasi, infrastruktur jaringan pendukung usaha, jaringan pembiayaan yang pada gilirannya akan mendorong pengembangan, jaringan perdagangan dan jasa.

2.1.2.3 Karakter Kapabilitas Wirausaha

Menurut Iwan Hermawan (2015) aspek kewirausahaan pada industri kreatif memiliki beberapa aspek, diantaranya:

1. Kuatnya inovasi untuk menciptakan daya saing
2. Inovasi membuat desain yang belum diciptakan
3. Komitmen memenuhi kontak kerja
4. Komitmen pemenuhan waktu deadline
5. Gagasan atau ide yang terbarukan
6. Kreativitas yang digali dari corak budaya lokal
7. Sikap kehati-hatian dalam memutuskan urusan bisnis
8. Locus of control internal : usaha keras pribadi untuk berhasil
9. Optimisme pada perbaikan iklim industri dan pasar sasaran
10. Pro-aktif mengikuti tren desain produk yang berkembang di pasar
11. Mengapresiasi keterampilan pekerja seni dan reward pantas
12. Proaktif menggunakan media internet dan teknologi untuk belajar
13. Komitmen mandiri pada desain dan anti plagiasi
14. Manajemen tim, mitra dan rekan kerja
15. Mengelola risiko dan kegagalan.

2.1.2.4 Indikator Jaringan Usaha

Menurut Fitri Lukiastuti (2012), ada tiga pelaku dalam jejaring wirausaha, yaitu terdiri dari:

1. Jejaring sosial atau pelaku sosial, yang terdiri dari relasi, teman dan pasangan kerja. Pelaku usaha menjaring kerjasama dengan pihak lain dalam menjalankan usahanya.

2. Jejaring pendukung, yang terdiri dari agen-agen pendukung seperti bank, agen-agen pemerintah dan organisasi non pemerintah. Pelaku usaha menjaring kerjasama misalnya dalam hal administrasi dengan bank.
3. Jejaring inter-perusahaan, melibatkan perusahaan lain baik besar maupun kecil. Pelaku usaha menjaring kerjasama dengan usaha lain yang memiliki kriteria sama dengan bisnis yang dilakukannya.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Secara harfiah kinerja adalah tingkat pencapaian hasil kerja seseorang/kelompok dalam organisasi dalam suatu periode tertentu sesuai dengan lingkup wewenang dan tanggung jawab masingmasing dalam upaya mencapai tujuan organisasi, dan dilakukan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral dan etik (Soemohadiwidjojo & Arini, 2015).

Menurut Fitri Lukiastuti (2012) Kinerja merupakan sebuah konsep multidimensional dan hubungan antara orientasi wirausaha dan kinerja dapat tergantung pada indikator-indikator yang digunakan untuk mengakses kinerja.

Kinerja berdasarkan pendapat Mukarramah et al (2019) merupakan tingkatan hasil yang dapat dipersepsikan dengan berbagai tanggapan. Terdapat dua dimensi yang mendasar mengenai kinerja yaitu efektif dan efisiensi. Efektivitas berkaitan dengan kondisi dimana adanya kebutuhan konsumen dan yang berkaitan dapat dipenuhi, sedangkan efisiensi merupakan tingkatan seekonomis mana sumber daya organisasi telah digunakan dalam memberi kepuasan terhadap konsumen dan yang berkaitan.

Menurut Moerdiyanti (2010) mengatakan bahwa Kinerja Usaha adalah hasil dari serangkaian proses bisnis yang mana dengan pengorbanan berbagai macam sumber daya, yaitu:

bisa sumber daya manusia dan juga keuangan perusahaan. Dengan demikian Kinerja Usaha merupakan hasil kerja yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan.

Menurut Moeheriono (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 strategis suatu organisasi".

Sedangkan Menurut Rivai (2013:604) mengatakan bahwa 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 semacamnya.

2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi

menurut Rucky (2011:7) diantaranya yaitu:

1. Teknologi yang meliputi peralatan kerja dan metode kerja yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi. Semakin berkualitas teknologi yang digunakan, maka akan semakin tinggi tingkat kinerja organisasi tersebut.
2. Kualitas input atau material yang digunakan oleh organisasi
3. Kualitas lingkungan fisik yang meliputi keselamatan kerja, penataan ruangan dan kebersihan
4. Budaya organisasi sebagai pola tingkah laku dan pola kerja yang ada dalam organisasi yang bersangkutan.
5. Kepemimpinan sebagai upaya untuk mengendalikan anggota organisasi agar bekerja sesuai dengan standar dan tujuan organisasi.

6. Pengelolaan sumber daya manusia yang meliputi aspek kompensasi imbalan, promosi dan lainnya.

2.1.3.3 Karakterisitik Kinerja Usaha

Kaarakteristik kinerja usaha menurut Nursiah (2010:72) mengembangkan tolak ukur keberhasilan perusahaan yang lebih komprehensif, dinamakan Balanced Scorecard. Menurut konsep balanced scorecard 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 tapat 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 finacial, 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.

2.1.3.4 Indikator Kinerja Usaha

Indikator kinerja usaha menurut Mulyanto (2012:36) adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan penjualan Penjualan

   Merupakan proses yang sangat penting setelah suatu produk di produksi. Perusahaan harus mampu bisa menerapkan suatu strategi agar produk tersebut bisa terjual.

2. Pertumbuhan pendapatan Pertumbuhan

   Pendapatan sebuah perusahaan haruslah menjadi faktor yang krusial untuk didapatkan. Karena dengan adanya pertumbuhan pendapatan bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan usaha yang dimilikinya.

3. Pertumbuhan pangsa pasar

   Pangsa Pasar merupakan persentase penjualan sebuah perusahaan pegang dari bisnis keseluruhan atau penjualan oleh semua pesaing gabungan di pasar tertentu.

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorsinilitasan penelitian ini.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Fitri Lukiastuti (2012)	Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Peningkatan Kinerja UKM dengan Komitmen Perilaku sebagai Variabel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan kapabilitas jejaring usaha berpengaruh terhadap	Menggunakan dua varia bel independen dan variabel dependen yang sama	Menggunakan variabel komitmen perilaku sebagai intervening

		Intervening (Studi Empiris pada Sentra UKM Batik di Stragen, Jawa Tengah)	peningkatan kinerja Usaha		
2	Fitrin Rawati Suganda (2019)	Orientasi Wirausaha dan Network Capability dalam Upaya Peningkatan Kinerja pada IKM Penyamakan Kulit di Sukaregang Kabupaten Garut	Network capability efektif dalam meningkatkan kinerja pada IKM penyamakan kulit di Sukaregang Kabupaten Garut	Menggunakan dua variabel independen dan variabel dependen yang sama	Objek penelitian yang dituju berbeda
3	Nurmalita Rhizky Hapsari (2019)	Analisis Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif Bidang Kerajinan Di Kota Semarang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Industri Kreatif Bidang Kerajinan Di Kota Semarang	Menggunakan variabel dependen dan variabel dependen yang sama	Objek penelitian yang dituju berbeda
4	Muhammad Zulkarnain (2019)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Langsa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM	Menggunakan variabel independen dan variabel dependen yang sama	Peneliti terdahulu menggunakan orientasi pasar sebagai variabel independen
5	Rizki Zulfikar dan Lastri Novianti (2018)	Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus : Sentra Kain Cigondewah Bandung)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas jejaring usaha dan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha	Menggunakan variabel independen dan variabel dependen yang sama	Peneliti terdahulu menggunakan Media Sosial sebagai variabel independen
6	Setyaningsih SU, Edi Wibowo (2017)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha dengan Orientasi Pasar sebagai Variabel Moderasi (Survey pada salon Kecantikan di Kecamatan Banjarsari Kota Surakarta)	Hasil penelitian menunjukan bahwa pengaruh langsung dari orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis adalah signifikan	Mengguanakan variabel independen dan variabel dependen yang sama	Peneliti terdahulu menggunakan variabel moderasi

7	Alexandra Solano Acosta, Ángel Herrero Crespo, dan Jesús Collado Agudo (2018)	Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs)	This study contributes to literature on the internationalization of SMEs by analysing the influence of International Market Orientation, Network Capability, and International Entrepreneurial Orientation on the International Performance of this kind of businesses	Menggunakan dua variabel independen dan varaibel dependen	Menggunakan variabel orientasi pasar sebegai varaibal independen
8	Yanlong Zhang and Xiu'e Zhang (2012)	The effect of entrepreneurial orientation on business performance A role of network capabilities in China	Based on the survey of small to medium-sized enterprises (SMEs) in the north-east of China, it is found that entrepreneurial orientation (EO) has a positive effect on business performance, and network capabilities (NC) can significantly moderate relationship between entrepreneurial orientation and business performance.	Menggunakan variabel Orientasi Kewirausahaan sebagai variabel independen dan varaiabel kinerja usaha sebagai variabel dependen	Objek penelitian yang dituju berbeda
9	Rainer Busch, Begüm Ötken, Karim Gassemi (2016)	Effects of Network Capabilities on Firm Performance across Cultures	The findings of this paper should enhance understanding of the cross-cultural differences and assist managers when planning to join foreign corporations.	Menggunakan variabel independen dan dependen yang sama	Objek penelitian yang dituju berbeda
10	R. Rezaei, A. Karimi, and L. Safa (2017)	Effect of Entrepreneurial Orientation and M arketing Capabilies on Greenhous	Based on the result of study, planning and effort to improve and strengthen	Menggunakan variabel independen dan dependen yang sama	Peneliti terdahulu menggunakan variabel kapabilitas

		Businesses Performance in Jiroft County, Iran	entrepreneurial orientation and marketing capabilies in green hous can considerably increas performance and sustain their activity in the competitive environment		pasar sebagai variabel independen

2.2 Kerangka Pemikiran

Setiap pelaku usaha bertujuan untuk berhasil dalam menjalankan atau mengoptimalkan usahanya yang memungkinkan keberhasilan tersebut mendorong pelaku usaha untuk memperbaharui semangat dalam berwirausaha dan mencapai kinerja usaha yang maksimal.

Tujuan perusahaan akan lebih mudah dicapai apabila seorang pengusaha mampu mengelola usahanya dimana perusahaan tersebut akan berhasil apabila pengusahanya baik dan teratur dalam menjalankan fungsi manajemen.

Orientasi Kewirausahaan adalah membangun usaha yang kreatif dan inovatif yang mempunyai nilai untuk bersaing pada sektor wirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan guna bermanfaat bagi masyarakat.

Menerapkan kapabilitas jejaring usaha berguna untuk meningkatkan relasi dan berkolaborasi untuk mencapai suatu tujuan guna menghadapi era globalisasi saat ini dan banyak terjadi persaingan bisnis yang menggunakan media-media online.

Kinerja usaha merupakan hal penting yang harus dicapai para pelaku usaha, karna kinerja usaha merupakan cerminan dari seorang pelaku usaha dalam melakukan pengolaan dan pengalokasian sumber daya yang maksimal. Dalam pencpaian kinerja usaha yang signifikan

dibutuhkan faktor pendorong, salah satunya adalah orientasi kewirausahaan dan kapabilitas jejaring usaha.

2.2.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha

Hasil dari penelitian Setyawati & Abrilia (2013) dapat dinyatakan orientasi wirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hal tersebut dikarenakan adanya orientasi wirausahaan atau adanya jiwa kewirausahaan pada setiap pelaku UMKM akan memberikan pengaruh plus terhadap kinerja UMKM. Artinya dengan adanya orientasi kewirausahaan yang optimal pelaku usaha dapat meningkatkan kreatifitas dan inovasi guna meningkatkan ide-ide kreatif dan dapat terus berinovasi dalam mengembangkan produk yang dapat membantu memaksimalkan pertumbuhan kinerja usaha.

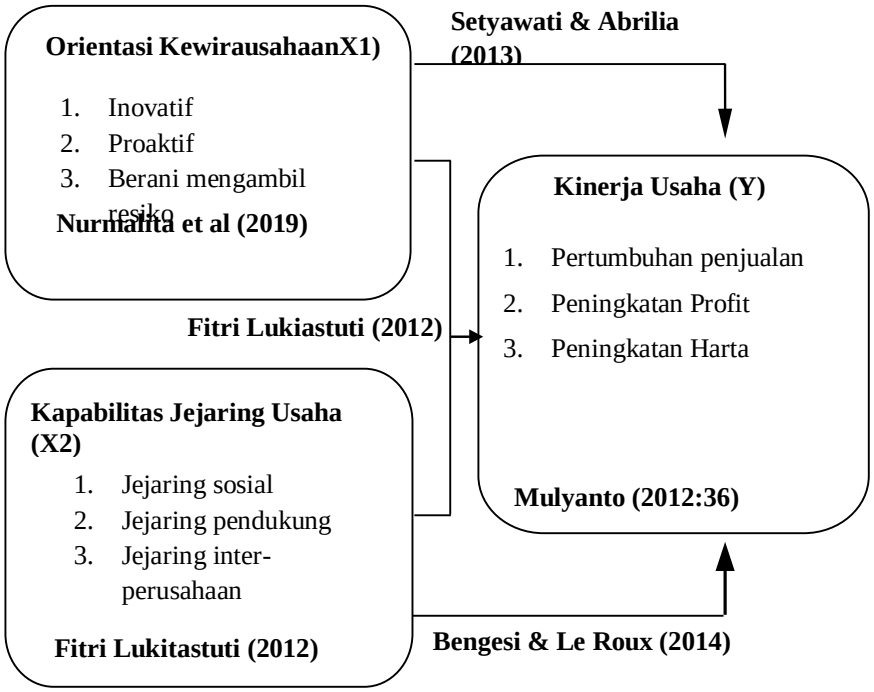
2.2.2 Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dengan Kinerja Usaha

Bengesi & Le Roux (2014) temuannya adalah terdapat pengaruh positif dari tiga dimensi network capability (internal communication, partner knowledge and relational skills) terhadap kinerja pada perusahaan skala kecil dan menengah. Artinya, dengan adanya kemampuan jejaring usaha pengusaha dapat meningkatkan kinerja usahanya karena terdapat relasi dan kerjasama antara pengusaha dengan pihak lain yang dapat membantu dalam pertumbuhan penjualan dan keuntungan. Sehingga pengusaha harus pandai dalam mengembangkan dan mengelola *cunsomer communities* yang memiliki andil besar dalam pembentukan aliansi yang dapat meningkatkan Kinerja Usaha.

2.2.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring Usaha dengan Kinerja Usaha

Kemampuan Oreintasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring usaha dapat meningkatkan Kinerja usaha karena relasi atau jaringan usaha dapat menimbulkan ide-ide atau gagasan yang baru

dikarenakan kerjasama antar pelaku usaha dengan pihak lain dapat berkolaborasi yang bertujuan membantu meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan dari hasil penelitian Fitri Lukiastuti (2012) menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan kapabilitas jejaring usaha berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan kinerja Usaha.



Gambar 2.1

Paradigma Peneltaian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009:96), "hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan". Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Hipotesis penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan harus diuji secara empiris. Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh secara parsial Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H2 : Terdapat pengaruh secara parsial Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Batik Paoman Indramayu.

H3 : Terdapat pengaruh secara simultan Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Kinerja Usaha pada Sentra Batik Paoman Indramayu.