

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 **Rauch *et al* (2009)** dalam **Hanuna Shafariah *et al* (2016)** mendefinisikan “Orientasi kewirausahaan merupakan sebuah strategi dan kreativitas yang dapat mendukung suatu usaha dengan sebuah keputusan wirausaha dan aksi yang dilakukan”. Orientasi kewirausahaan dapat membantu untuk mengkarakterisasi perilaku perusahaan sepanjang kontinum berkisar dari yang sangat konservatif untuk kewirausahaan dan posisi perusahaan.

Menurut **Knight (2000)** dalam **Cynthia V. Djodjobo *et al* (2014)** bahwa “Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi”. Orientasi kewirausahaan merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau strategi perusahaan.

Menurut **Sexton dan Kasarda (1992)** dalam **Eggers *et al* (2013)** bahwa “Orientasi kewirausahaan pada dasarnya mengacu pada aktivitas oportunistik individu yang menciptakan nilai dan beruang risiko, dan sangat terkait dengan inovasi”. Kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan masing-masing dipandang sebagai pendorong pertumbuhan perusahaan, dan orientasi kewirausahaan

memiliki keterkaitan dengan keberhasilan perusahaan, terutama dalam jangka panjang.

Menurut **Lee dan Chu (2011)** dalam **Herry (2014)** mengatakan bahwa “Orientasi kewirausahaan adalah orientasi perusahaan yang memiliki prinsip pada upaya untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan”. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi lebih kuat dibandingkan dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki orientasi yang kuat, akan lebih berani untuk mengambil resiko, dan tidak cuma bertahan pada strategi masa lalu. Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Dari beberapa pengertian diatas, pada proses kewirausahaan dibutuhkan orientasi kewirausahaan karena orientasi kewirausahaan menentukan arah gerak usaha yang telah dirintis. Dan penulis menyimpulkan orientasi kewirausahaan adalah sebuah proses, praktek dan kegiatan pengambilan keputusan atau cenderung individu untuk pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta agresifitas bersaing guna untuk memenangkan persaingan.

2.1.1.2 Ciri dan Sifat Kewirausahaan

Menurut **Trustorini Handayani (2013)** bahwa “Wirausaha adalah pejuang yang jadi teladan dalam bidang usaha”. Untuk menjadi wirausahawan yang handal maka harus memiliki karakteristik kewirausahaan tertentu, berikut ciri dan sifat kewirausahaan yang dikemukakan oleh **Eddy Soeryanto Soegoto (2014)**:

Tabel 2.1
Ciri dan Sifat Kewirausahaan

NO	CIRI	SIFAT
1	Percaya diri	Keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
2	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik, dan memiliki inisiatif.
3	Pengambil risiko	Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
4	Kepemimpinan	Berjiwa pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran atau kritik membangun.
5	Keorisinilan	Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serbabisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6	Berorientasi ke masa depan	Persepsi dan memiliki cara pandang/cara pikir yang berorientasi pada masa depan.
7	Jujur dan tekun	Mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan kerja.

Sumber: Eddy Soeryanto Soegoto(2014:29)

2.1.1.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Menurut **Miller (1983)** dalam **Joao J. Ferreira et al (2011)** mengatakan bahwa “Orientasi kewirausahaan merupakan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil risiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi pasar”. Pendapat ini serupa dengan pendapat **Lumpkin dan Dess (1996)** dalam **Hanifah (2011)** yang berpendapat, “Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif dan

selalu inovatif”. Berikut ini indikator orientasi kewirausahaan menurut **Miller (1983)** dalam **Joao J. Ferreira et al (2011)**:

1. Keinovatifan (*innovativeness*)

Keinovatifan adalah berkaitan dengan mendukung dan mendorong ide-ide baru, eksperimen dan kreativitas yang cenderung menghasilkan produk layanan baru atau proses.

2. Pengambilan resiko (*risk tasking*)

Pengambilan resiko adalah mengukur sejauh mana individu berbeda dalam kesediaan mereka untuk mengambil resiko itu kontroversial.

3. Proaktif (*proactiveness*)

Proaktif adalah berkaitan dengan penggerak pertama dan tindakan lain yang bertujuan untuk mengamankan dan melindungi pasar berbagi dan dengan perspektif berwawasan ke depan yang tercermin dalam tindakan yang diambil untuk mengantisipasi permintaan di masa depan.

2.1.2 Jaringan Wirausahawan

2.1.2.1 Pengertian Jaringan Wirausahawan

Menurut **Van Dijk (2006)** dalam **Nailul Mona (2020)** mendefinisikan “Jaringan wirausaha adalah suatu perkumpulan orang-orang dari relasi atau hubungan yang berlangsung pada elemen-elemen dalam satu unit. Jaringan yang terkecil jumlahnya tiga elemen, sementara link yang terbentuk antar nodes minimal dua. Dengan demikian, maka jaringan merupakan moda organisasi dari

sistem yang kompleks yang terbentuk dari system yang kompleks yang terbentuk secara ilmiah dalam suatu masyarakat”.

Menurut **Kirzner (2003)** dalam **Nurul Huda *et al* (2019)** bahwa “Jaringan wirausaha yaitu kewirausahaan yang diasosiasikan dengan penciptaan pola-pola jejaring kegiatan ekonomi baru melalui relasi inovasi yang inter aktif atau dengan menjembatani penawaran dan permintaan atau yang lebih umum melalui integrasi bidang-bidang kegiatan yang berbeda”.

Menurut **Dollinger (1999)** dalam **Fitri Lukiastruti (2012)** menyatakan bahwa sebuah “Jaringan wirausahawan adalah jaringan (*network*) yang diimplikasikan sebagai tindakan dalam melakukan kontak dengan orang lain maupun organisasi, dapat juga dikelompokkan sebagai sumber daya manusia”.

Menurut **Devi Analia *et al* (2019)** bahwa “Jaringan wirausaha merupakan suatu bentuk usaha di bidang ekonomi yang dimanfaatkan untuk mengatur koordinasi serta mewujudkan kerjasama antar unsur dalam organisasi usaha”. Organisasi yang dimaksud dapat berupa formal maupun informal. Menghasilkan produk atau jasa dan membuat produk atau jasa itu tersedia bagi pembeli memerlukan pembangunan hubungan yang bukan hanya dengan pelanggan tetapi juga dengan pemasok kunci dan penjual perantara dalam rantai pasok usaha.

Menurut **Birley *et al* (1991)** dalam **Tendai (2013)** menyatakan bahwa “Pada tahap awal pengembangan jaringan perusahaan sebagian besar terdiri dari kontak informal, teman dan keluarga”. Dengan melibatkan diri dalam suatu jaringan wirausahawan, suatu usaha mempunyai kesempatan lebih besar memasuki pasar baru, melakukan penawaran untuk melakukan proyek besar,

membentuk produk dan jasa baru. Bahkan, usaha yang terlibat dalam suatu jaringan usaha, akan mempunyai kesempatan lebih terbuka dalam mengkoordinasikan produk-produknya baik yang baru atau yang telah beredar di pasar, serta mempunyai akses atau informasi dan pengetahuan penting tentang bisnis, dapat mengurangi biaya produksi dan memperluas pemasaran barang, memperbaiki teknologi proses produksi, mampu membentuk jaringan pemasaran dan distribusi yang efektif dan efisien dan memberikan alternatif solusi permasalahan.

Dari beberapa pengertian diatas, pada jaringan wirausahawan menjadi semakin penting karena memudahkan perusahaan untuk mengakses informasi, sumber daya, pasar dan teknologi. Dan penulis menyimpulkan Jaringan Wirausahawan adalah wirausaha menjalin relasi atau hubungan dengan individu dan organisasi. Terbentuknya jaringan usaha dapat terjadi karena adanya latar belakang tertentu.

2.1.2.2 Faktor-faktor Jaringan Wirausahawan

Menurut **Aima (2014)** dalam **Lidya Rosa (2017)** menyatakan bahwa ada empat alasan utama pentingnya membangun suatu jaringan, yaitu:

1. Membangun hubungan (*build relationship*),
2. Sebagai partnership (*partner*),
3. Sebagai media konsultasi (*advice*),
4. Saling bertukar ide (*exchanges ideas*).

Lalu ada ungkapan yang menegaskan bahwa “*you do not work if you do not have networking*”, anda tidak bekerja apabila anda tidak memiliki jaringan kerja”. Salah satu faktor penentu keberhasilan dalam berbisnis adalah memiliki jaringan usaha.

2.1.2.3 Indikator Jaringan Wirausahawan

Menurut **Barney et al (1991)** dalam **Joao J. Ferreira et al (2011)** indikator dari Jaringan Wirausahawan adalah sebagai berikut:

1. Jaringan Informal

Jaringan informal adalah hubungan di antara wirausahawan dengan orang-orang didalam organisasi yang tidak diatur dalam dasar hukum pendirian organisasi seperti teman, keluarga, akuntan dan karyawan.

2. Jaringan Eksternal

Jaringan eksternal adalah hubungan di antara wirausahawan dengan orang-orang diluar organisasi yang tidak diatur dalam dasar hukum pendirian organisasi seperti klien, pemasok, konsultan, pengecara dan pesaing.

3. Jaringan Kelembagaan

Jaringan kelembagaan adalah hubungan di antara wirausahawan dengan orang-orang atau lembaga diluar organisasi yang diatur dalam dasar hukum seperti lembaga regional, bank, pemerintah dan asosiasi profesi.

Ukuran dalam penelitian ini ialah Jaringan Informal (teman, keluarga, karyawan), Jaringan Eksternal (klien, pemasok, pesaing) dan Jaringan

Kelembagaan (bank dan pemerintah) yang telah disesuaikan dengan tempat penelitian.

2.1.3 Pertumbuhan Usaha Kecil

2.1.3.1 Pengertian Pertumbuhan Usaha

Pertumbuhan usaha merupakan suatu langkah penting untuk mewujudkan keberhasilan dari bisnis yang dijalankan. Menurut **Levied dan Autio (2013)** berpendapat bahwa “Untuk meraih pertumbuhan sangat sulit dan dibutuhkan usaha, dan jika pengusaha tidak berniat untuk menumbuhkan usaha mereka, usaha mereka akan memiliki kemungkinan kecil untuk tumbuh serta niat pertumbuhan akan lebih kecil kemungkinan terwujud”.

Menurut **Sirec dan Mocnik (2010)** berpendapat bahwa “komponen dari pertumbuhan meliputi pertumbuhan karyawan, pertumbuhan asset, dan pertumbuhan penjualan”.

Menurut **Shepherd dan Wiklund (2009)** dalam **Isaga (2012)** bahwa “Pertumbuhan usaha kecil dapat diukur berdasarkan beberapa atribut seperti: penjualan, pekerjaan, aset, laba, pangsa pasar, dan produktivitas. Di antara langkah-langkah ini, penjualan, pekerjaan, dan aset paling sering digunakan”.

Menurut **Morgan et al (2009)** berpendapat bahwa “Untuk mengukur kinerja pertumbuhan suatu usaha dapat dilakukan secara subjektif dan objektif, dengan menggunakan indicator yang berkaitan dengan usaha itu yaitu, Adanya peningkatan kepuasan konsumen sehingga terjadinya peningkatan pendapatan penjualan serta terjadinya peningkatan pada keuntungan yang dapat mencapai tujuan keuangan yang ditargetkan”.

2.1.3.2 Pengertian Usaha Kecil

Menurut **Lapeti Sari (2011)** berpendapat bahwa “Definisi usaha kecil diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1995, yang dimaksud dengan usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan”. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun atau berkaitan dengan seni budaya belum tercatat dan belum berbadan hukum.

Menurut **Katz dan Green (2011)** dalam **Andi Wijaya (2011)** berpendapat bahwa “Usaha kecil melibatkan 1-50 orang dan pemilik mengelola bisnis dari hari ke hari”.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut (**Tulus Tambunan, 2019**).

2.1.3.3 Karakteristik Usaha Kecil

Menurut UU No. 9 tahun 1995 sebagaimana karakteristik usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah).
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar.
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Menurut **Pandji (2002)** dalam **Lapeti Sari (2011)** berpendapat bahwa secara umum usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar.
2. Margin usaha yang cenderung tipis, mengingat persaingan yang sangat tinggi.
3. Modal terbatas.
4. Pengalaman manajerial dan mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil.
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas.
7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah, mengingat keterbatasan dalam sistem administrasinya.

2.1.3.4 Indikator Pertumbuhan Usaha Kecil

Menurut **Barney *et al* (1991)** dalam **Joao J. Ferreira *et al* (2011)** menyebutkan bahwa indikator pertumbuhan usaha kecil adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan Jumlah Karyawan

Pertumbuhan jumlah karyawan adalah bertambahnya jumlah karyawan dalam sebuah perusahaan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.

2. Pertumbuhan Jumlah Bisnis

Pertumbuhan jumlah bisnis adalah bertambahnya jumlah bisnis atau usaha.

3. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu.

4. Pertumbuhan Pangsa Pasar.

Pertumbuhan pangsa pasar adalah bertambahnya sasaran pasar yang luas.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, penulis mempelajari dan membaca penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian, Metode & Sampel	Persamaan	Perbedaan
----	----------------------	-----------------------------------	-----------	-----------

1	<i>Implications Of Customer And Entrepreneurial Orientations For Sme Growth.</i> Oleh: Eggers et al (2013) ISSN: 0025-1747	Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa 1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah 2. Tetapi orientasi konsumen berpengaruh negatif dengan pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Hal ini menunjukan bahwa UKM paling bertumbuh jika mereka menunjukan orientasi kewirausahaan yang tinggi dan orientasi konsumen tidak dapat dianggap sebagai strategi yang mengarah pada pertumbuhan yang berkelanjutan. Metode : Kuantitatif Populasi : seluruh wirausaha UKM di Austria. Sampel : 660 wirausaha	Sama-sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan usaha kecil.	Penggunaan variabel orientasi konsumen sebagai variabel independen dan lokasi penelitian di Austria
2	<i>How Does Networking Impact The Smes Growth.</i> Oleh: Karin Sirec, Barbara Bradac (2009) ISSN: 1581-1832	Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa Jaringan wirausahawan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan perusahaan usaha kecil. Jaringan dalam konteks usaha kecil dapat didefinisikan kegiatan di mana UKM yang berorientasi secara kewirausahaan dapat membantu wirausahawan membangun dan mengelola hubungan pribadi dengan individu-individu tertentu di lingkungan mereka. Metode : Kuantitatif Populasi : seluruh wirausaha UKM di Slovenia Sampel : 249 wirausaha	Sama-sama menggunakan variabel jaringan dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah.	Penelitian ini tidak menggunakan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen.

3	<i>Networks and Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Different Stages of the Life Cycle: A Case Study of a Small in The Netherlands.</i> Oleh: Chimucheka Tendai (2013) ISSN: 0976-691X	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa jaringan wirausahawan berhubungan positif terhadap pertumbuhan dan kinerja ukm. UKM direkomendasikan untuk mengeksplorasi ikatan kuat mereka untuk meningkatkan kinerja, dan perusahaan yang melewati tahap awal mereka disarankan untuk fokus pada pengembangan ikatan lemah untuk mencapai tujuan ini. Metode : Kuantitatif Populasi : seluruh UKM di Indonesia Sampel : perusahaan “Nameshapers” di Amsterdam	Sama-sama menggunakan variabel jaringan dan pertumbuhan usaha kecil dan menengah.	Penggunaan variabel kinerja usaha sebagai variabel independen dan lokasi penelitiannya di Netherlands, Belanda.
4	<i>Contribution of Resource-Based View and Entrepreneurial Orientation of Small Firm Growth.</i> Oleh: Ferreira et al (2011) ISSN: 1131-6837	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, sumber daya perusahaan, sumber daya wirausahawan dan jaringan wirausahawan berhubungan secara signifikan dan positif terhadap pertumbuhan usaha kecil sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan usaha. Perlunya usaha untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan yang unggul dan berinvestasi pada sumber daya yang lebih baik agar dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi. Metode : Kuantitatif Populasi : 1.470 usaha kecil Portugis Sampel : 825 wirausaha	Sama-sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan, jaringan wirausahawan dan pertumbuhan usaha kecil.	Penggunaan variabel Resource-Based View sebagai variabel independen.

5	<i>Small firm growth as a function of both learning orientation and entrepreneurial orientation</i> Oleh: James A. Wolff et al (2015) ISSN: 1355-2554	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pembelajaran membentuk dan mempengaruhi perilaku atau tindakan orientasi kewirausahaan yang menghasilkan pertumbuhan usaha pada UKM. Analisis data yang dihasilkan untuk penelitian ini menghasilkan dukungan statistik untuk pendapat utama bahwa EO adalah variabel intervening sehubungan dengan hubungan pertumbuhan orientasi pembelajaran dan UKM. Metode : Survey dengan penyebaran kuesioner Populasi : 1.859 responden Sampel : 700 responden	Sama-sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan variabel pertumbuhan usaha.	Penelitian ini menggunakan variabel orientasi pembelajaran sebagai variabel independen dan orientasi kewirausahaan sebagai mediasi pada hubungan orientasi pembelajaran dan pertumbuhan usaha.
6	<i>The relationship between entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of family involvement</i> Oleh: Jose C. Casillas dan Ana M. Moreno (2010) ISSN: 1464-5114	Hasil dalam penulisan ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha dan keterlibatan keluarga meningkatkan pengaruh inovasi terhadap pertumbuhan dan, pada saat yang sama, mengurangi pengaruh pengambilan risiko terhadap pertumbuhan. Metode : Kuantitatif dengan Metode Angket Populasi : 4330 responden Sampel : 462 responden	Sama-sama menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan usaha.	Penelitian ini di Spanyol.

7	<i>Network Usage, Entrepreneurial Orientation and Their Effectiveness on SMEs Growth</i> Oleh: Izaia Martins (2016) ISSN: 1465-7503	Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa pentingnya jaringan usaha dan orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan UKM dan efek positif dari penggunaan orientasi kewirausahaan. Metode : Kuantitatif Populasi : 1144 wirausaha Sampel : 703 wirausaha	Sama-sama menggunakan variabel jaringan, orientasi kewirausahaan dan pertumbuhan usaha.	Penelitian in di Spanyol.
8	Hubungan orientasi kewirausahaan dengan pertumbuhan UMKM: Peran aspek permodalan dan dukungan pemerintah sebagai moderator Oleh: Hanuna Shafariah, Edison, dan Rio Mattajang (2016) ISSN : 2527-7502	Hasil dalam penelitian ini menunjukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, faktor permodalan dan dukungan pemerintah tidak terbukti sebagai moderator, namun faktor permodalan terbukti signifikan jika ditempatkan sebagai variabel independent. Metode : Kuantitatif Populasi : seluruh UMKM di Kec. Tebet Jakarta Selatan Sampel : 90 wirausaha	Sama-sama menggunakan variabel oreintasi kewirausahaan pertumbuhan UMKM.	Penggunaan varibel peran aspek permodalan dan pemerintah sebagai moderator.

2.2 Kerangka Pemikiran

Setiap pelaku usaha dituntut memiliki kemampuan yang lebih dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, tidak hanya pada perusahaan atau usaha besar, namun juga pada perusahaan atau usaha kecil. Orientasi kewirausahaan sangatlah penting dimiliki oleh seorang pelaku usaha. Karena metode, praktek, dan gaya pembuatan keputusan yang digunakan untuk mengambil tindakan yang penuh tanggung jawab. Adapun aspek-aspek yang ada

dalam orientasi kewirausahaan adalah keinovatifan, proaktif dan keberanian mengambil resiko. Oleh karena itu semakin baiknya orientasi kewirausahaan seorang pengusaha akan berdampak pada citra perusahaan tersebut dan mampu untuk mengalahkan pesaing-pesaing yang ada sehingga akan berdampak baik pada pertumbuhan usaha yang dimiliki oleh wirausaha tersebut.

Untuk tetap bertahan di dalam persaingan seorang wirausahawan juga memiliki koneksi atau jaringan yang baik pada pihak-pihak terkait. Seorang wirausahawan tidak dapat menjalankan sendiri usahanya. Tentu seorang wirausaha seringkali membutuhkan pihak luar untuk menumbuhkan usahanya agar semakin berkembang sehingga dibutuhkan sebuah jaringan wirausahawan (*entrepreneur's networks*) seperti jaringan informal (teman, keluarga, karyawan), jaringan eksternal (klien, pemasok, pesaing) dan jaringan kelembagaan (bank, pemerintah). Dengan adanya jaringan wirausahawan dapat meningkatkan pangsa pasar, mendapatkan informasi, menjalin hubungan sesama wirausahawan, sehingga dapat membantu para wirausahawan menumbuhkan usahanya.

Sebuah perusahaan harus mampu mengalami yang namanya pertumbuhan usaha ketika usaha tersebut sudah dibangun. Pertumbuhan usaha dapat mewujudkan sebuah keberhasilan dari usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha yang akan menghasilkan sebuah keuntungan dan meningkatkan labanya. Adapun peran dari pertumbuhan usaha kecil seperti mendorong sebuah inovasi, memelihara hubungan yang erat dengan pelanggan dan masyarakat, tetap berkompetitif atau bersaing dengan perusahaan besar dan perusahaan kecil, menyediakan karyawan dengan pengalaman belajar, mengembangkan

pengambilan resiko dan menciptakan lapangan kerja baru, serta memberikan kepuasan kerja karyawan yang lebih besar. Oleh sebab itu pertumbuhan usaha kecil sangat dibutuhkan dalam persaingan bisnis pada saat ini yang begitu kompleks.

Agar perusahaan mengalami pertumbuhan usaha kecil maka harus mampu mengembangkan secara efektif faktor-faktor diatas yaitu, orientasi kewirausahaan dan jaringan wirausahawan. Dengan semakin baiknya faktor-faktor tersebut maka akan baik pula pertumbuhan usaha kecil dalam mewujudkan sebuah tujuan perusahaan yang diharapkan.

Dapat penulis simpulkan bahwa kerangka pemikiran adalah model konsep tentang bagaimana antar variabel yang sebelumnya telah dipaparkan saling memiliki hubungan.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

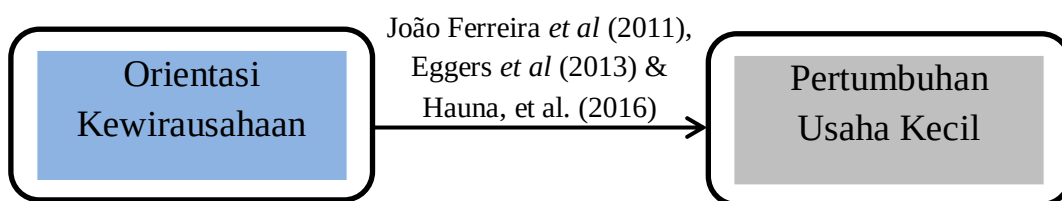
2.2.1.1 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil

Keterkaitan antara orientasi kewirausahaan dengan pertumbuhan usaha kecil diperkuat oleh hasil penelitian **Ferreira et al, (2011)** yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap pertumbuhan usaha kecil. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan terhubung dengan kehendak perusahaan untuk berkomitmen menumbuhkan usaha kecil. Menurut **Eggers, et al. (2013)** orientasi kewirausahaan berpengaruh positif

terhadap pertumbuhan usaha karena penekanannya pada inovasi untuk memperbaharui lintas pertumbuhan usaha.

Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan oleh **Hauna, et al. (2016)** Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, pertama, orientasi kewirausahaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Dengan demikian semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi pula pertumbuhan UMKM dari sisi penjualan, perkembangan usaha, dan laba.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha kecil yang digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil

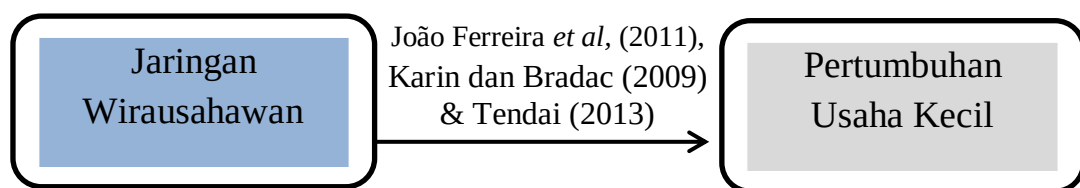
2.2.1.2 Pengaruh Jaringan Wirausahawan Terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil

Keterkaitan jaringan wirausahawan dan pertumbuhan usaha kecil diperkuat oleh hasil penelitian dari **Ferreira et al, (2011)** yang mengungkapkan bahwa jaringan dan pertumbuhan usaha berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap pertumbuhan usaha kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh **Karin**

dan Bradac (2009) yang menyatakan bahwa jaringan wirausahawan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha kecil.

Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan oleh **Tendai (2013)** yang berjudul “*Networks and Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Different Stages of the Life Cycle: A Case Study of a Small in The Netherlands.*” yang mengatakan bahwa variabel jaringan wirausahawan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha pada perusahaan Netherlands, Belanda.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh dari jaringan wirausahawan terhadap pertumbuhan usaha kecil yang digambarkan sebagai berikut :



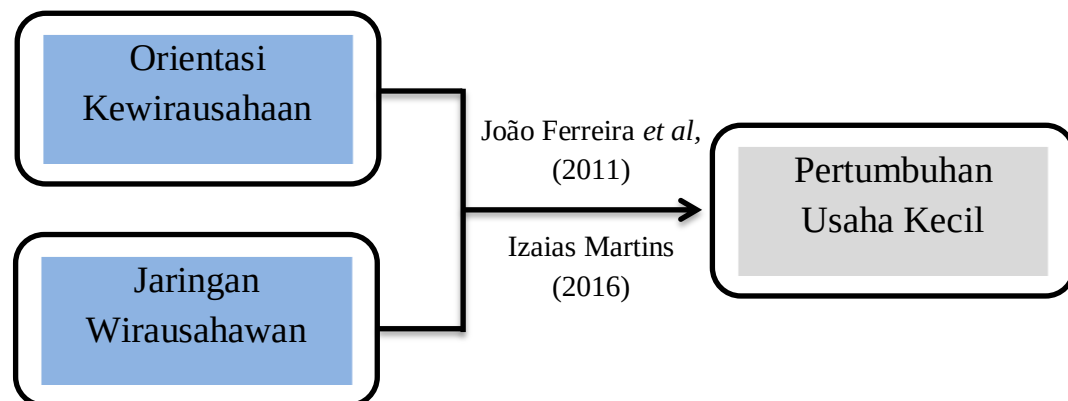
Gambar 2.2
Pengaruh Jaringan Wirausahawan terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil

1.2.1.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Jaringan Wirausahawan Terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil

Menurut **Ferreira (2011)** orientasi kewirausahaan, sumber daya wirausahawan, jaringan wirausahawan dan sumber daya perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha kecil sehingga dapat memperkuat proses usaha kecil dalam meningkatkan pertumbuhan usaha. Menurut **Fischer dan Reuber (2003)** dalam **Ferreira (2011)** perusahaan yang

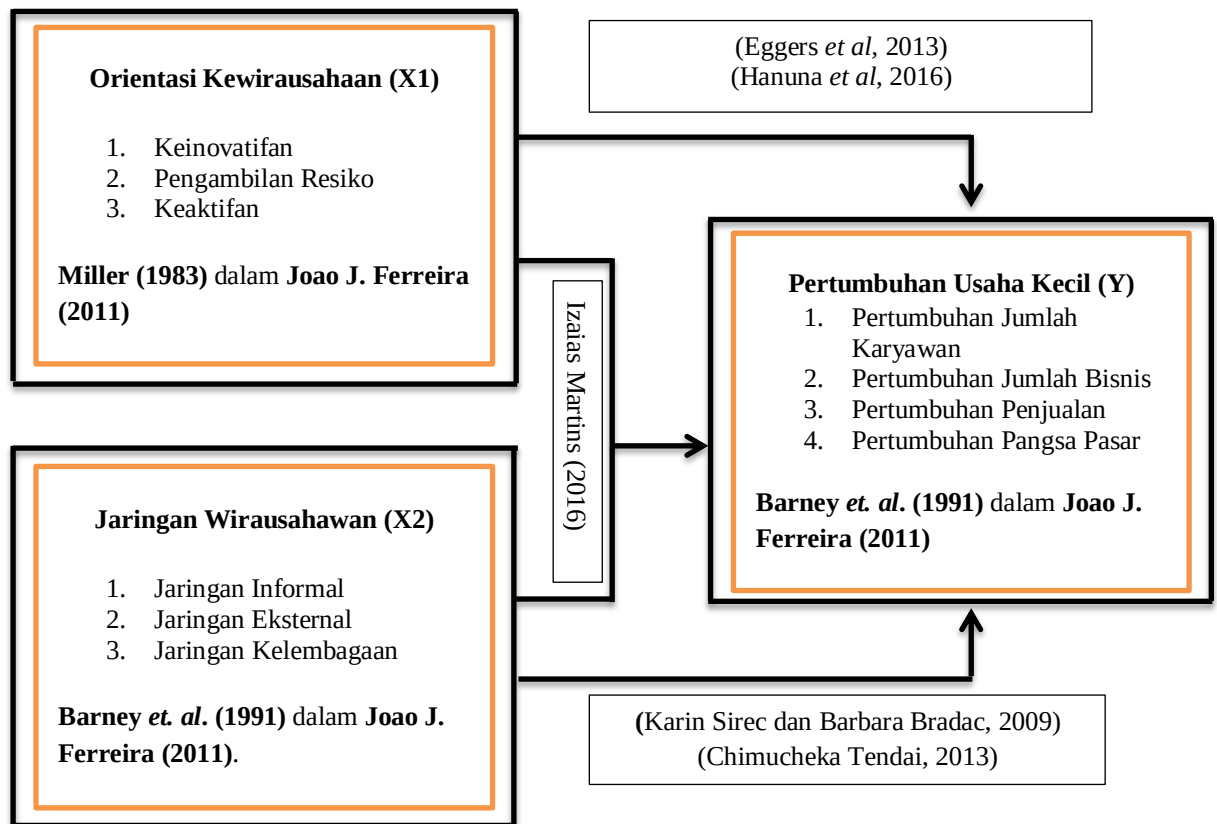
memiliki performa tinggi dapat berorientasi secara eksternal, memiliki jaringan yang lebih luas, pelanggan yang potensial dan adanya konsultan dapat membantu perencanaan dan pengembangan pasar. Menurut Perlunya usaha untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan yang unggul dan berinvestasi pada sumber daya yang lebih baik agar dapat mencapai tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi **Ferreira (2011)**.

Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan oleh **Izaias Martins (2016)** pertama jaringan berdampak langsung terhadap Pertumbuhan UKM dengan efek kausal positif. Kedua, telah diperdebatkan bahwa hubungan antara jaringan dan pertumbuhan perusahaan ditingkatkan oleh adanya efek tidak langsung melalui EO (yaitu, EO membangun posisi secara efektif memoderasi hubungan antara penggunaan jaringan dan perusahaan pertumbuhan).



Gambar 2.3
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Jaringan Wirausahawan terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil

Berdasarkan keterkaitan antar-variabel diatas, maka paradigma penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.4
Paradigma Penelitian

Keterangan :

X1 = Orientasi Kewirausahaan

X2 = Jaringan Wirausahawan

Y = Pertumbuhan Usaha Kecil

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut **Sugiyono (2012)** menjelaskan bahwa hipotesis penelitian adalah sebagai berikut Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. 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 empiris.

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran maka hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

- H1 : Diduga terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil pada Rupa-Rupi Handicraft Market ditengah pandemic Covid-19.
- H2 : Diduga terdapat Pengaruh Jaringan Wirausahawan terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil pada Rupa-Rupi Handicraft Market ditengah pandemic Covid-19.
- H3 : Diduga terdapat Pengaruh secara simultan ataupun parsial antara Orientasi Kewirausahaan dan Jaringan Wirausahawan terhadap Pertumbuhan Usaha Kecil pada Rupa-Rupi Handicraft Market ditengah pandemic Covid-19.