

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Kompetensi Wirausaha

2.1.1.1 Kompetensi

Menurut dalam Catarina Cori, Linda Purnama (2019) dalam Suparno (2012) kompetensi merupakan kecakapan yang ditandai dengan pelaku usaha melakukan sesuatu tugas atau sebagai pemilik keterampilan dan kecakapan yang diisyaratkan.

Kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut (Wibowo, 2013)

2.1.1.1.1 Manfaat Kompetensi

Menurut Edy Sutrisno (2010) konsep kompetensi banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan dengan manfaat yaitu sebagai berikut:

1. Menjadikan standar kerja yang jelas dan harapan yang akan dicapai, yang akan dapat menjawab pertanyaan yang mendasar mengenai keterampilan, pengetahuan, dan karakteristik yang diperlukan dan berpengaruh langsung untuk mengambil keputusan secara subjektif.

2. Untuk alat dalam seleksi karyawan, untuk memilih calon karyawan yang memiliki kompetensi yang mendukung.
3. Menjadikan produktivitas maksimal.
4. Adaptasi menjadi mudah terhadap perubahan, dan
5. Menselaraskan perilaku kerja dengan nilai-nilai dalam organisasi.

2.1.1.1.2 Jenis-Jenis Kompetensi

Menurut Aprinto dan Jacob (2013) jenis kompetensi dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

1. *Hard Competency* yaitu kompetensi yang ada kaitannya dengan pengetahuan dan keahlian dalam bidang teknis dalam suatu pekerjaan.
2. *Soft Copetency* yaitu kompetensi yang dimiliki untuk membangun pekerjaan.

2.1.1.1.3 Karakteristik Kompetensi

Menurut Rivai (2009) meliputi sebagai berikut:

1. Motif yaitu kebutuhan yang mendasar atau pola pikir yang menggerakkan, menyeleksi dan mengatur setiap perilaku individual.
2. Sifat yaitu perilaku atau respon bawaan umum yang didalamnya terdapat kepercayaan diri, dan control
3. Konsep diri yaitu sikap atau nilai yang dapat diukur
4. *Content knowlage* merupakan suatu yang berkaitan dengan fakta atau prosedur baik secara teknis maupun interpersonal.

5. Keterampilan kognitif dan behavioral didalamnya ada cara berfikir deduktif atau induktif yang dapat diamati.

2.1.1.2 Wirausaha

Menurut Barringer dan Ireland (2016) kewirausahaan adalah proses dimana individu dapat mengejar peluang yang ada dengan cara mempraktikkan ide-ide yang memiliki manfaat dan merubahnya menjadi sebuah bisnis. Menurut Sudrajad (2011) wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan atau potensi untuk melihat dan menilai kesempatan atau peluang bisnis.

Pendapat lainya mengenai kewirausahaan adalah menurut Idrus (2017) mendefinisikan kewirausahaan sebagai suatu proses untuk menciptakan sesuatu yang lebih baru dan berbeda dari sesuatu yang sudah ada (berinovasi) dengan tujuan untuk memberikan nilai tambah untuk masyarakat dan untuk mencapai kesejahteraan individu itu sendiri.

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) kewirausahaan merupakan kreatifitas yang dibangun berdasarkan inovasi agar menghasilkan suatu yang baru, memiliki nilai tambah, menciptakan lapangan pekerjaan, memiliki nilai tambah sehingga dapat berguna bagi orang lain. Entrepreneurship mengandung makna wiraswasta atau wirausaha yang merupakan cabang ilmu ekonomi yang mengajarkan bagaimana seorang dapat mandiri dalam memulai usaha agar dapat mencapai profit serta mengembangkan keseluruhan potensi serta mengembangkan seluruh potensi ekonomi yang dimiliki.

2.1.1.2.1 Sifat-Sifat Wirausaha

1. Percaya diri

Yaitu sikap serta keyakinan yang harus dimiliki oleh wirausaha jika dihadapkan dengan tugas dan pekerjaan yang berupa keyakinan, individualism, dan kemampuan untuk mencapai keberhasilan.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Yaitu sifat wirausaha yang mengutamakan tugas dan hasil merupakan sikap yang selalu mengedepankan nilai kekuatan, kerja keras, energik dll agar mendapatkan hasil yang optimal, wirausaha perlu berinisiatif disiplin, berpikir, tanggap, dan semangat berprestasi.

3. Berani dalam mengambil risiko

Misalnya seorang pengusaha yang berani mengambil risiko demi kemajuan perusahaannya

4. Kepemimpinan

Sikap yang harus dimiliki oleh wirausaha adalah sifat kepemimpinan, keteladana dalam menjalankan bisnisnya merupakan suatu yang penting. Dalam menjalankan kepemimpinan pemimpin harus memiliki sifat yang jujur dan transparan.

5. Berorientasi ke masa depan

Agar mendapatkan hasil yang maksimal wirausaha harus berwawasan ke masa depan, memiliki visi, dan mengetahui jalan yang akan diambil untuk perusahaan agar semakin lebih maju.

6. Kreatif dan inovatif

Yaitu kemampuan menciptakan gagasan dan menentukan cara dalam melihat permasalahan dan peluang yang dihadapi.

7. Sifat kemandirian

Yaitu sikap yang menunjukkan bahwa seorang wirausaha dapat menunjukkan bahwa mengembalikan perbuatan sebagai tanggung jawab pribadi dan keberhasilan serta kegagalan merupakan konsekuensi pribadi.

8. Memiliki tanggung jawab

Komitmen sangat diperlukan dalam suatu pekerjaan sehingga mampu melahirkan tanggung jawab.

9. Selalu mencari peluang usaha

Mampu melakukan beberapa hal dalam satu waktu. Sehingga dapat melihat peluang usaha yang ada bersamaan dengan yang lainnya.

10. Memiliki kemampuan personal

Sebagai wirausaha harus dapat menguasai berbagai pengetahuan.

2.1.1.2.2 Jenis-Jenis Wirausaha

Menurut Philip A. Wickham dalam Trustorini (2013) jenis-jenis wirausaha klasifikasi landau sebagai berikut:

Tabel 2.1 Jenis-Jenis Wirausaha

Gambler	Entrepreneur
Consolidator	Dreamer

Sumber: Trustorini (2013)

2.1.1.2.3 Ciri-Ciri dan Watak Wirausaha

Adapun ciri-ciri dan watak wirausaha adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Ciri-ciri dan Watak Wirausaha

Ciri-Ciri	Watak
Percaya diri	Keyakinan, Ketidaktergantungan, Individualitas, dan optimism
Bertoleransi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras dan inisiatif
Pengambilan risiko dan suka tantangan	Kemampuan untuk mengambil risiko yang wajar
Kepemimpinan	Inovatif dan kreatif serta fleksible
Keorisinilan	Pandangan ke depan perspektif
Berorientasi ke masa depan	Perilaku sebagai pemimin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik

Sumber: Trustorini (2013)

2.1.1.3 Kompetensi Wiausaha

Kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai sesuatu yang terpenting, sebagai unggulan bidang tersebut (Wibowo, 2013)

Agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya. merupakan pengetahuan, sikap dan keterampilan mengenai bagai mana suatu peroduk itu dipasarkan yang terhubung satu dengan lainnya yang diperlukan pengusaha untuk dilatih dan dikembangkan agar mampu menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya agar sesuai dengan target pasar (Charir *et al.*, 2017).

Serta menurut Fithri dan Amanda (2012) kompetensi merupakan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan dari individu yang berpengaruh secara langsung kepada kinerja. Sehingga dapat diartikan juga bahwa wirausaha

yang sukses adalah individu yang mempunyai ilmu pengetahuan, kualitas individu yang seperti sikap, nilai, dan tingkah laku yang dilakukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan tertentu dan keterampilan dalam menyikapinya.

2.1.1.3.1 Indikator Kompetensi Wirausaha

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) bahwa entrepreneur harus punya kompetensi sebagai berikut :

1. **Knowing Your Business** Dia harus mengetahui semua yang terkait dengan aktivitas bisnis yang akan dilakukan.
2. **Knowing The Basic Business Management** Yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merangsang usaha, mengorganisasikan dan mengendalikan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha.
3. **Having The Proper Attitude** Yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya
4. **Having Adequate Capital** Yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya cukup materi, tetapi juga rohani.
5. **Financial Competence** Yaitu memiliki kompetensi dalam bidang keuangan, mengatur pembelian, penjualan, pembukuan, dan perhitungan laba/rugi.
6. **Managing Time Efficiently** Yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai komitmen.

7. **Managing People** Yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan, mengerakan (memotivasi), dan mengendalikan orang dalam menjalankan perusahaan.
8. **Satisfying Customer by Providing Hight Quality Product** Yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan.
9. **Knowing How to Compete** Yaitu mengetahui strategi/cara bersaing.
10. **Copying With Regulations and Paperwork** Yaitu membuat pedoman/aturan yang jelas/ tersurat didalam perusahaan.
11. **Tehnical Competence** Yaitu memiliki kompetensi dalam bidang rancang bangun (know-how) sesuai dengan bentuk usaha yang akan dipilih. Misalnya, kemampuan dalam bidang teknik produksi dan desain produksi.
12. **Marketing Competence** Yaitu memiliki kompetensi dalam menemukan pasar yang cocok, mengidentifikasi pelanggan, dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan.
13. **Human relation competence** Yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal, seperti kemampuan berelasi dan menjamin kemitraan antar perusahaan.

Sedangkan menurut Yuyun Wirasamita dalam Ishak Hasan (2011) indikator-indikator kompetensi kewirausahaan meliputi :

1. **Self Knowledge** (memiliki pengetahuan), yaitu memiliki kemampuan mengenai usaha yang akan dilakukannya atau ditekuninya.

2. Practical Knowledge (pengetahuan praktik), yaitu memiliki pengetahuan praktis seperti pengetahuan teknis, desain, pemrosesan, pembukuan, administrasi, dan pemasaran.
3. Communication Skill (keahlian berkomunikasi), yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

2.1.1.3.2 Jenis-Jenis Kompetensi Wirausaha

Menurut Michelnore (2009:100) ada beberapa jenis-jenis kompetensi wirausaha, yaitu:

1. Mengidentifikasi dan mendefinisikan ceruk beluk pasar yang layak
2. Mengembangkan produk layanan yang tepat bagi perusahaan
3. Menghasilkan ide
4. Mampu mengenali lingkungan
5. Mengenali manfaat peluang
6. Mampu membuat strategi untuk memanfaatkan peluang

2.1.2 Kemampuan Mengindra Pasar

2.1.2.1 Pasar

Pasar memiliki arti yang lebih luas dari sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk transaksi jual beli. Menurut Rita Hanafie (2010) pasar mencakup keseluruhan dari permintaan dan penawaran, dan seuruh kontak antara penjual dan pembeli untuk menukar barang dan jasa.

Menurut Waluyo Hadi & Dini Hastuti (2011:364-365) pasar merupakan tempat terjadinya permintaan dan penawaran antara penjual yang ingin

menukarkan barangnya dengan uang dan pembeli yang menukarkan uangnya dengan barang.

2.1.2.1.1 Fungsi Pasar

Menurut Sukirni dalam Zayinul Fata (2010) ada beberapa fungsi pasar seperti:

1. Fungsi Distribusi

Dalam hal ini mendekatkan antara konsomen dengan produsennya dalam bertransaksi. Dalam pasar terjadi distribusi penyaluran barang-barang hasil dari produksinya kepada konsumen yaitu melalui transaksi jual beli. Produsen dapat memasarkan barang yang diproduksinya kepada konsumen dan kepada perantara baik secara langsung maupun tidak langsung. Begitu juga konsumen yang akan mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Fungsi Pembentukan Harga

Sebelum transaksi jual beli terlaksana sebelumnya akan terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli untuk mendapatkan kesepakatan harga. Dalam hal itu kesepakatan jual beli akan terbentuk.

3. Fungsi Promosi

Pasar merupakan tempat untuk produsen mempromosikan barangnya karena pembeli akan mengunjungi pasar. Promosi dilakukan dengan cara memasang spanduk, brosur penawaran atau memberikan sampel kepada calon pembeli.

2.1.2.2 Pengertian Kemampuan Mengindera Pasar

Menurut Nashiruddin (2014) kemampuan dalam mengindera pasar merupakan kapabilitas dalam perusahaan dalam mengindera pasar mempengaruhi keunggulan dalam bersaing diperusahaan. Jika semakin tingginya kemampuan perusahaan untuk memahami dan mengerti mengenai pasar, semakin tinggi pula tingkat keunggulan bersaing maka perusahaan tersebut.

Dan menurut Wirtz, Tuzovic, Kuppelwieser (2013) tanpa adanya kemampuan dalam mengindera pasar kinerja dalam pemasaran sulit berkembang dari sisi strategi pemasarannya meskipun kegiatan tersebut yang mempengaruhi peningkatan keuntungan dalam perusahaan.

Dan menurut Dentoni, English, Swarcz (2014) penting untuk perusahaan memahami pasarnya, dan apakah konsumen mau, karena jika tidak memahami pasar maka akan sangat sulit untuk menjalankan bisnis tersebut secara efisien dalam menjalankan produksi atau dalam melayani sesuai dengan kebutuhan konsumen tersebut.

Menurut Day dalam Gunistyoyo dan Ahmad Hanfan (2019) bahwa mengindera pasar yaitu kemampuan dalam mengumpulkan informasi mengenai pasar, termasuk pelanggan dan kompetitor di dalamnya, lalu menyalurkan informasi mengenai yang didapatnya secara efektif melalui organisasi dalam perusahaan sehingga perusahaan bisa mengalokasikan keuntungan komersialnya dari memiliki informasi tersebut dan menggunakan informasi dengan benar.

Menurut Zhang dan Wu (2013) dalam Gunistyo dan Ahmad Hanfan (2019) memberikan pembuktian mengenai kemampuan dalam penginderaan pasar dapat mengubah potensi manfaat sosial (kepercayaan khusus dan kekuasaan) dalam hasil konkret seperti produk yang lebih inovatif dan produk yang cepat menuju pasar.

Menurut Lin dan Wang (2015) kemampuan dalam mengindera pasar memungkinkan perusahaan agar merasakan peluang dan ancaman dari ekosistem bisnis mereka, dan untuk pengambilan keputusan agar menciptakan keunggulan yang belum pasti.

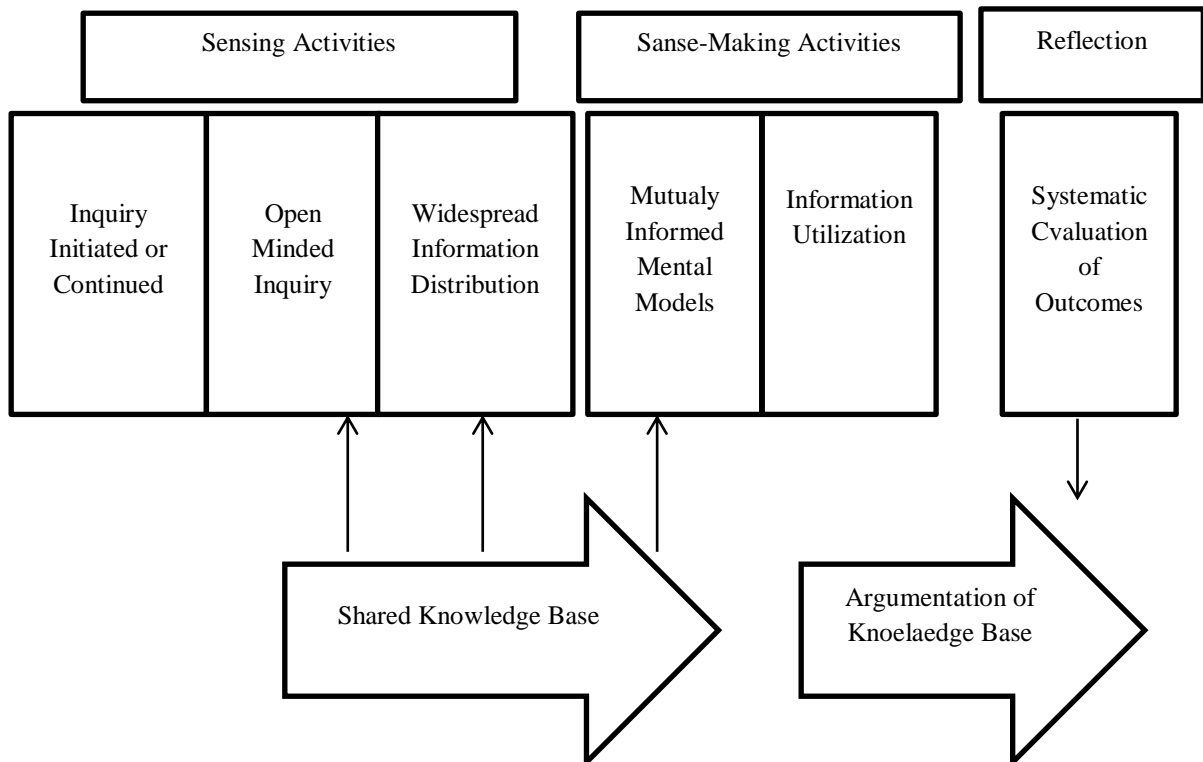
2.1.2.2.1 Indikator Kemampuan Mengindra Pasar

Menurut Muhamad Imam Nashiruddin (2014) indikator kemampuan mengindera pasar adalah sebagai berikut :

1. Melihat perubahan selera pelanggan, yaitu kemampuan untuk mengamati dan mengetahui adanya perubahan selera pada pelanggan
2. Melihat perubahan pesaing, yaitu kemampuan perusahaan merasakan berubahnya lingkungan persaingan yang ada di sekitarnya.
3. Kemampuan untuk memanfaatkan produk, yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan pemanfaatan produk.

2.1.2.2.2 Proses Penginderaan Pasar

Proses penginderaan pasar menurut Day (2002) yaitu :



Gambar 2.1 Proses Penginderaan Pasar

Sumber Day (2002)

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam penginderaan pasar perusahaan perlu untuk melakukan analisis strengths, weakness, opportunities, dan treaths (SWOT), berikut adalah langkah-langkahnya:

1. Formulasi tujuan
2. Formulasi strategi
3. Formulasi program
4. Implementasi
5. Umpan balik dan kendali.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Menurut David Kinerja merupakan tingkat pencapaian. Sedangkan menurut Mulyadi kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada satu periode. Kinerja UMKM adalah gambaran yang digunakan untuk menunjukkan gambaran pencapaian operasional pada suatu UMKM.

Menurut Fattah (dalam Barnawi & Arifin 2012) dalam meningkatkan kinerja “kinerja merupakan ungkapan dari kemampuan yang dilandasi oleh pengetahuan, sikap, keterampilan, dan motivasi dalam menghasilkan suatu”. Kinerja merupakan suatu ungkapan dari drtjat pada pekerjaan.

Menurut Mahmud Nuhung (2012) dalam penelitiannya menyatakan “perusahaan yang bisa atau berhasil menyelaraskan strateginya dengan lingkungan eksternal yang sedang dihadapinya akan memperlihatkan kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan-perusahaan yang kurang berhasil dalam menyelaraskan strateginya”.

Menurut Moerdiyanti dalam Rizki Zulfikar dan Listri Novianti (2018) kinerja usaha adalah hasil yang didapat dengan serangkaian proses bisnis dengan adanya pengorbanan dari berbagai sumber daya, yaitu: dapat sumberdaya manusia serta keuangan yang ada dalam perusahaan tersebut. Dengan demikian kinerja usaha merupakan hasil dari kerja yang telah dilakukan oleh perusahaan atau pelaku usaha.

2.1.3.2 Faktor - Faktor Kinerja

Menurut Wibowo (2010) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kinerja, yaitu :

1. Personal factors, yaitu tingkat keterampilan, kompetensi, motivasi dan komitmen individu
2. Leadership factors, yaitu kualitas dorongan dan dukungan yang dilakukan oleh tim leader Team factors, yaitu ditunjukkan oleh kualitas dukungan yang diberikan oleh rekan sekerja
3. System factors, ditunjukkan oleh adanya sistem kerja dan fasilitas yang diberikan organisasi
4. Contextual/situasional factors, ditunjukkan oleh tingginya tingkat tekanan dan perubahan lingkungan internal dan eksternal

Menurut Supardi (2013) faktor yang dapat mempengaruhi kinerja adalah:

1. Variabel individual, yang terdiri dari :
 - a) Kemampuan dan keterampilan (mental dan fisik)
 - b) Latar belakang (keluarga, tingkat sosial dan penggajian)
 - c) Demografis (umur, asal-usul dan jenis kelamin)
2. Variabel organisasional yang terdiri dari:
 - a) Sumber daya
 - b) Kepemimpinan
 - c) Imbalan
 - d) Dan struktur
3. Variabel psikologis yang terdiri dari :

- a) Persepsi
- b) Sikap
- c) Kepribadian
- d) Belajar
- e) Dan motivasi.

2.1.3.3 Indikator Kinerja

Indikator kinerja dalam Rizki Zulfikar dan Listri Novianti (2018)

1. Pertumbuhan Penjualan

Merupakan penerimaan pasar terhadap produk yang mempengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan usahanya. Jika pertumbuhan penjualan tinggi maka pendapatan akan mengalami kenaikan, sehingga mengakibatkan kinerja menjadi meningkat. Pertumbuhan penjualan dapat diukur oleh periode penjualan sekarang dengan periode penjualan sebelumnya.

2. Pertumbuhan Modal

Merupakan perubahan modal yang digunakan dalam setiap periode. Dapat berupa modal yang berasal dari pribadi dan modal eksternal. Jika modal yang tinggi meningkatkan kinerja usaha.

3. Pertumbuhan tenaga kerja

Pertumbuhan tenaga kerja merupakan orang yang bekerja di pemilik usaha untuk menjalankan aktivitas perusahaan.

4. Pertumbuhan laba

Merupakan kelebihan pendapatan diatas biaya-biaya yang menjadi pengeluaran perusahaan.

2.1.3.4 Pengukuran Kinerja dan Penilaian Kinerja

Perbedaan definisi menurut para ahli tentang pengukuran kinerja dan penilaian kinerja adalah sebagai berikut:

1. Pengukuran Kinerja

Pengukuran kinerja merupakan suatu tolak ukur atau bagi manajemen perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan, apakah kinerja perusahaan sudah baik dari segi keuangan maupun non keuangan.

2. Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja adalah penentuan secara periodik efektivitas operasional organisasi, bagian organisasi, dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Melalui penilaian kinerja, manajer dapat menggunakannya dalam mengambil keputusan penting dalam rangka bisnis perusahaan, seperti menentukan tingkat gaji karyawan, dan sebagainya, serta langkah yang akan diambil untuk masa depan. Sedangkan bagi pihak luar, penilaian kinerja sebagai alat pendeteksi awal dalam memilih alternatif investasi yang digunakan untuk meramalkan kondisi perusahaan di masa yang akan datang.

2.1.3.5 Aspek Kinerja

Menurut Supardi (2013) mengenai aspek-aspek yang dapat digunakan dalam menilai kinerja adalah :

1. Kemampuan dalam kerja,
2. Kerajinan,
3. Disiplin,
4. Hubungan kerja,
5. Prakarsa.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Arto Tapio Lindblom, Rami Mikael Olkkonen, Lasse Mitronen, Sami Kajalo 2008	Market-Sensing Capability and Business Performance of Retail Entrepreneurs	Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa sebagian besar ritel memiliki kemampuan mengindera pasar. Ada hubungan positif yang lemah pada kemampuan mengindera pasar dengan kinerja.	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah X1 yaitu Market-Sensing Capability, Dan X2 Business Performance	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah dalam penelitian ini menggunakan kinerja sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan kewirausahaan.
2.	Elia Ardyan 2016	Market Sensing Capability and SMEs Performance: The Mediating Role of Product Innovativeness Success	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tetapi kemampuan penginderaan pasar dan kecepatan ke pasar tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Kemampuan penginderaan pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecepatan ke pasar dan keberhasilan inovasi produk	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah market sensing dan performace	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah variabel inovasi

			tetapi orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan inovasi produk.		
3	Fahmi Sugandi , Tintin Suhaeni	Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha mikro dan kecil berada pada kategori cukup. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha mikro dan kecil subsektor kerajinan perlu ditingkatkan karena terdapat dimensi dan indikator yang berada pada kategori kurang. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh sebesar 15.6% terhadap kinerja usaha.	Variabel Kompetensi wirausaha dan kinerja usaha memiliki kesamaan	Dalam penelitian melihat pengaruh dan dalam jurnal ini melihat peranan
4	José Sánchez 2011	The influence of entrepreneurial competencies on small firm performance	Hasil menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan organisasi dan ruang lingkup kompetitif, dan juga memiliki efek langsung pada kinerja perusahaan.	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah membahas kompetensi wirausaha dan kinerja	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah tidak ada variabel kemampuan mengidera pasar
5	Maman Sulaeman and Hasan Fahmi Kusnandar(2019)	Establish a Competitive Advantage with Market Sensing Capability, Distinctive Competence and Product Innovation for Performance Marketing and Sustainability Efforts	Penelitian menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan baik Kapabilitas Mengidera Pasar dan Kompetensi Khas menuju Daya Saing dan Keberlanjutan Bisnis, baik secara parsial atau secara bersamaan. Selain itu Daya mengidera pasar juga mempengaruhi keberlanjutan bisnis. Sumber daya manusia yang kompeten dan kreatif sangat dibutuhkan	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah keunggulan kompetensi, kemampuan mengidera pasar dan kinerja usaha.	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah inovasi
6	Mohammad Rizky Teguh Pratomo, Ibnu Widiyanto 2015	Studi Tentang Kompetensi Wirausaha, Kemampuan Mengidera Pasar Dan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Semarang	Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kemampuan pengideraan pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan berpengaruh terhadap kinerja pasar.	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah kompetensi wirausaha, kemampuan mengidera	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah keunggulan bersaing

				pasar dan kinerja	
7	M. Trihudyatmanto dan Heri Puranto 2018	Pengaruh Motivasi, Kompetensi dan Orientasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha ppada Sentra UMKM Pande Besi di Wonosobo	Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif antara motivasi dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif antara pengetahuan dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara Keterampilan dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kemampuan dengan kinerja usaha.	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah variabel kompetensi wirausaha dan kinerja usaha	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah motivasi, dan orientasi berwirausaha.
8	Elia Ardyan 2015	Market Sensing Capability, Entrepreneurial Orientation, Product Innovativeness Success, Spend to Market and SMEs Performanc.	Hasil penelitian menemukan bahwa orientasi kewirausahaan dan keberhasilan inovasi produk memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tetapi kemampuan penginderaan pasar dan kecepatan ke pasar tidak memiliki pengaruh yang signifikan.	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah kinerja kemampuan mengindera pasar dan kinerja	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah orientasi kewirausahaan dan inovasi.
9	Fahmi Sugandi1, Tintin Suhaeni2	Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung	Hasil penelitian menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha mikro dan kecil berada pada kategori cukup. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha mikro dan kecil subsektor kerajinan perlu ditingkatkan karena terdapat dimensi dan indikator yang berada pada kategori kurang. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha.	Persamaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah kompetensi wirausaha dan kinerja	Perbedaan dari penelitian yang dilakukan dengan penelitian dahulu adalah tidak ada variabel kemampuan mengindera pasar
10	Muzakar Isa	Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel	Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa (1) model 1 merupakan model terbaik untuk menjelaskan hubungan antara	Kopetensi wirausaha sebagai	Dalam penelitian ini terdapat variabel

			kompetensi kewirausahaan (skills), dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM, (2) kompetensi kewirausahaan (Initiative dan enterprises, Planning dan Organizing, teknologi) serta orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja, dan (3) variable orientasi kewirausahaan terbukti memediasi hubungan antara kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha mebel di Klaten.	vaariabel x1 dan kinerja sebagai Y	orientasi kewirausahaan
--	--	--	---	------------------------------------	-------------------------

Sumber : peneliti-peneliti dahulu

2.2 KERANGKA PEMIKIRAN

Suatu usaha dalam menjalankan usahanya perlu untuk memiliki kompetensi wirausaha dan kemampuan dalam mengindera pasar terhadap kinerja pada usahanya tersebut agar usaha yang dijalankan dapat mendapatkan hasil yang maksimal yang melibatkan pengetahuan, kreatifitas, serta kemampuan dan agar pelaku usaha dapat memahami pasar yang mereka tuju yang dapat berkaitan juga dengan pesaing yang memproduksi barang yang sama dengan barang yang diproduksi oleh pelaku usaha.

Dalam kompetensi wirausaha seorang wirausaha akan menggunakan ilmu pengetahuan, kreatifitas, dan keterampilan yang dimiliki agar dapat menghasilkan produk yang dapat memiliki nilai jual yang digunakan pelaku usaha untuk membuat bisnis baru, atau mengembangkan bisnis yang sudah di jalankannya.

Serta kemampuan pelaku usaha untuk mengindera pasarnya diperlukan untuk melihat sejauh mana pelaku usaha memasuki pasar tersebut dengan melihat beberapa faktor seperti pembeli produk yang dihasilkan, apa keinginan pelanggan

mengenai produk yang diproduksi, bagaimana keadaan pasar pada saat ini dan yang akan datang, dan perkembangan pesaing dari usaha yang dijalani.

Dan kinerja sebagai hasil yang didapatkan oleh pelaku usaha setelah melakukan beberapa hal yang akan mempengaruhi perusahaan. Baik itu dalam segi sumber daya yang dimiliki atau keadaan yang ada disekitar pelaku usaha. Misalnya setelah mengembangkan kompetensi dalam diri pelaku usaha dengan melakukan pengembangan produk maka perusahaan akan mendapatkan informasi mengenai hasil apakah hasil tersebut dapat meningkat dari sebelumnya atau bahkan sebaliknya. Atau setelah melakukan penginderaan pada pasar pelaku usaha lebih mengenali seluk beluk pasar yang digelutinya, pesaing yang ada sehingga dapat melihat perkembangan dari hasil yang didapatkan dari waktu ke waktu.

2.2.1 Keterkaitan Antara Variabel X1 (Kompetensi Wirausaha) Terhadap Y (Kinerja)

Dari penelitian terdahulu menurut M. Trihudyatmanto dan Heri Puranto (2018) yang berjudul Pengaruh Motivasi, Kompetensi dan Orientasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha ppada Sentra UMKM Pande Besi di Wonosobo Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif antara motivasi dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif antara pengetahuan dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara Keterampilan dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan

membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kemampuan dengan kinerja usaha. Pengujian hipotesis yang dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

2.2.2 Keterkaitan Antara Variabel X2 (Kemampuan Mengindra Pasar) Terhadap Y (Kinerja)

Dari hasil Elia Ardyan 2015 yang berjudul “Market Sensing Capability, Entrepreneurial Orientation, Product Innovativeness Success, Spend to Market and SMEs Performance” adalah penelitian ini menunjukkan orientasi kewirausahaan, kemampuan mengindra pasar dan kemitraan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Hasil penelitian menemukan bahwa orientasi kewirausahaan dan keberhasilan inovasi produk memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja UKM tetapi kemampuan penginderaan pasar dan kecepatan ke pasar tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil lain dari penelitian ini menemukan bahwa kemampuan penginderaan pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecepatan ke pasar dan keberhasilan inovasi produk tetapi orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efek inovasi produk.

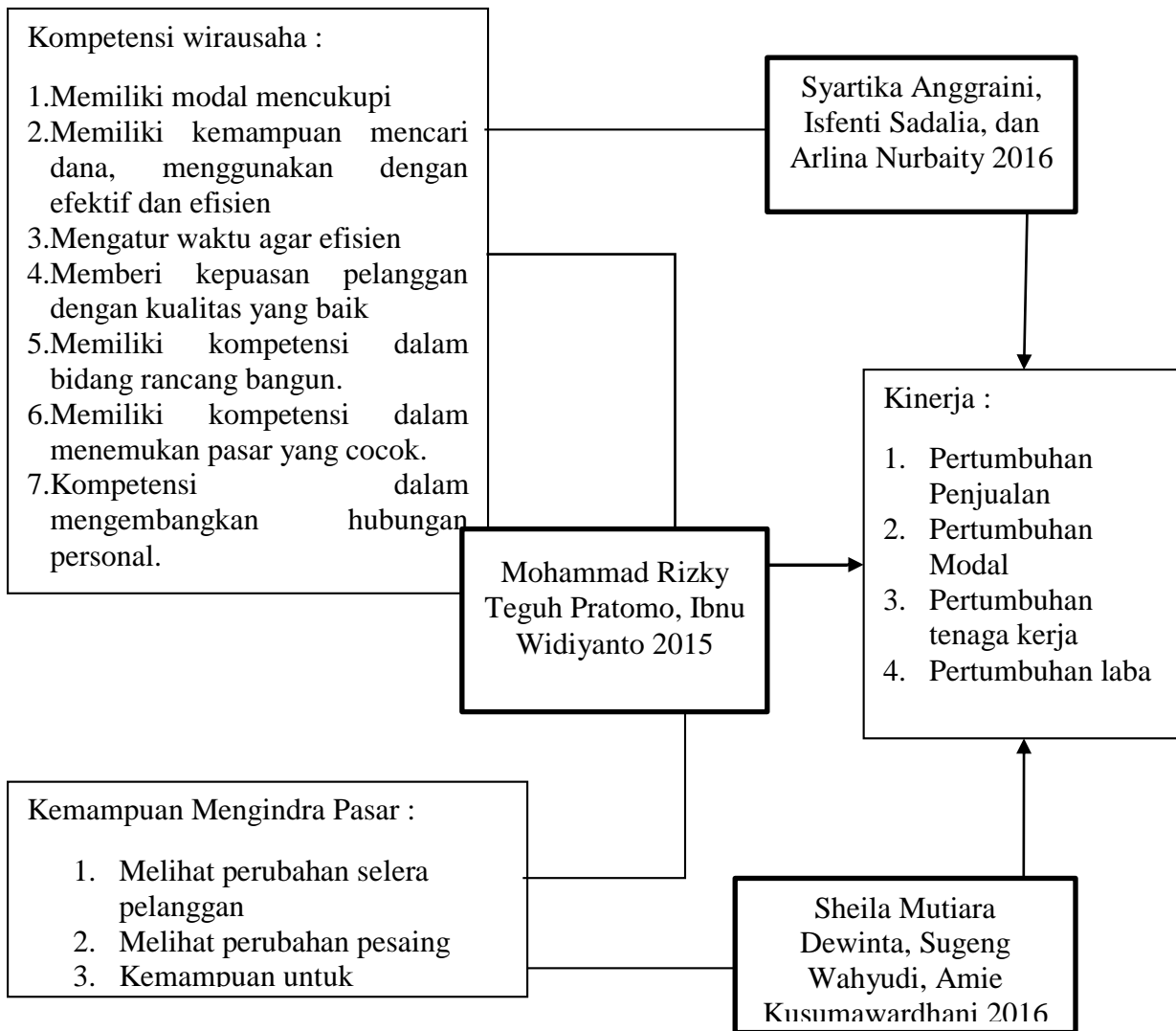
2.2.3 Keterkaitan Antara Variabel X1 (Kompetensi Wirausaha) dan X2 (Kemampuan Mengindra Pasar) Terhadap Y (Kinerja)

Dari penelitian terdahulu menurut Mohammad Rizky Teguh Pratomo, Ibnu Widiyanto (2015) yang berjudul Studi Tentang Kompetensi Wirausaha, Kemampuan Mengindra Pasar, dan Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan

Kinerja Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja pasar. Kompetensi wirausaha memiliki pengaruh terbesar terhadap keunggulan kompetitif dan keunggulan kompetitif memiliki pengaruh terbesar terhadap kinerja pasar. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya bahwa kompetensi kewirausahaan dan kemampuan penginderaan pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan keunggulan kompetitif telah terbukti menjadi variabel intervening terhadap kinerja pasar. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kemampuan penginderaan pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif dan berpengaruh terhadap kinerja pasar.

2.2.4 Paradigma Penelitian

Menurut Nyoman Kutha Ratna (2011) paradigam penelitian secara luas adalah seperangkat keyakinan mendasar, yang berfungsi untuk menuntun tindakan-tindakan yang disepakati bersama, baik dalam penelitian atau kehidupan sehari-hari. Bagi ilmuan paradigam dianggap sebagai konsep-konsep kunci dalam melaksanakan suatu penelitian tertentu, sebagai jendela yang dapat menyaksikan dunianya dengan jelas.



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

Sumber: peneliti 2020

2.3 Hipotesis

Menurut Dantes pengertian hipotesis adalah merupakan praduga atau asumsi yang harus diuji datanya, data yang diperoleh merupakan fakta yang sesuai dengan penelitian.

Menurut Dyah Ratih Sulistyastuti & Erwan Agus Purwanto pengertian hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan untuk sementara dalam masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah dan harus diuji secara empiris.

Menurut Good & Scates berpendapat pengertian hipotesis merupakan sebuah taksiran atau dugaan yang dirumuskan dan diterima untuk sementara waktu sehingga dapat menerangkan beberapa fakta atau kondisi yang diteliti dan digunakan untuk petunjuk dan langkah-langkah selanjutnya.

Menurut Sugiyono Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis merupakan pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara. Hipotesis tersebut baru dapat diuji kebenarannya lewat penganalisaan dan penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran dapat disimpulkan bahwa hipotesisnya adalah

Hipotesis 1 : Kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap kinerja pada Pandai Besi Di Desa Menkarmaju.

Hipotesis 2 : Kemampuan mengidera pasar berpengaruh terhadap kinerja pada Pandai Besi Di Desa Menkarmaju.

Hipotesis 3 : Kompetensi wirausaha dan kemampuan mengidera pasar berpengaruh terhadap kinerja pada Pandai Besi Di Desa Menkarmaju.