

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 E-Ticketing

2.1.1.1 Pengetian E-Ticketing

E-Ticketing merupakan penggunaan internet dan teknologi informasi untuk dapat mendukung E-Commerce, komunikasi perusahaan dan proses bisnis web, dimana keduanya berada di dalam suatu jaringan perusahaan untuk memfasilitasi pelanggan dan rekan bisnis. E-Ticketing meliputi E-Commerce, yang mana melibatkan pembelian, penjualan dan pemasaran, serta service product, service dan informasi pada internet dan jaringan Marakas (2011). Menurut Bantley dan Whitten (2019), E-Ticketing atau Electronic Business merupakan suatu bentuk aktifitas hasil dari kegunaan internet dalam mengurus dan mendukung kegiatan bisnis dalam suatu perusahaan setiap harinya. Sedangkan Chaffey (2013) mendefinisikan E-Ticketing sebagai penggunaan jaringan elektronik untuk bisnis dan biasanya menggunakan teknologi web. E-Ticketing merujuk pada definisi yang lebih luas dari E-Commerce, tidak hanya sekedar menjual dan membeli produk atau jasa, tetapi juga melayani pelanggan, kolaborasi antar rekan bisnis dan membawa sebuah perusahaan dalam melakukan transaksi secara elektronik. E-Ticketing tidak hanya menjual atau membeli barang dan jasa tetapi juga melayani konsumen, kerjasama dengan berbagai partner bisnis, melakukan ELearning dan melakukan transaksi elektronik di dalam sebuah organisasi menurut Wheterbe dalam (Prasetyo, 2014).

Electronic Business atau E-Ticketing adalah suatu kegiatan transaksi, jual-beli, bisnis yang dilakukan melalui perangkat elektronik atau dengan internet sehingga perusahaan dapat langsung berinteraksi dengan konsumen, supplier maupun rekan bisnis. Atau arti yang lebih singkat dari E-Ticketing yaitu penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalankan sekaligus mengelola bisnisnya sehingga dapat memperoleh keuntungan. E-Ticketing dapat dikatakan juga sebagai iklan supaya para konsumen dapat membeli produk-produk perusahaan. Sehingga E-Ticketing sangat berguna bagi ecommerce, karena fungsi dari E-Ticketing yaitu untuk mendukung bagian-bagian pada perusahaan seperti bagian produksi, keuangan, pemasaran dll. Jadi perusahaan akan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalankan sekaligus mengelola bisnisnya sehingga mendapatkan keuntungan

“E-Ticketing adalah praktek pelaksanaan dan pengelolaan proses bisnis utama seperti perancangan produk, pengelolaan pasokan bahan baku, manufaktur, penjualan, pemenuhan pesanan, dan penyediaan service melalui penggunaan teknologi komunikasi, komputer, dan data yang telah terkomputerisasi”. (Razavi. 2012).

E-Ticketing memiliki karakteristik tujuan yang sama dengan bisnis secara konvensional, hanya saja E-Ticketing memiliki scope yang berbeda. Bisnis mengandalkan pertemuan antar pebisnis seperti halnya rapat ditempat khusus, atau sekedar untuk berkenalan dengan partner bisnis, sedangkan E-Ticketing mengandalkan media Internet sebagai sarana untuk memperoleh tujuannya. Menurut Turban (2010), :E-Ticketing atau bisnis elektronik merujuk pada definisi

e-commerce yang lebih luas, tidak hanya pembelian dan penjualan barang serta jasa, tetapi juga pelayanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis, e-learning, dan transaksi elektronik dalam perusahaan.”

Setelah membahas pengertian diatas E-ticketing dapat didefinisikan sebagai penggunaan sarana elektronik untuk melakukan bisnis organisasi internal dan / atau juga eksternal. Kegiatan internal berupa menghubungkan antar karyawan dengan menggunakan intranet, E-Ticketing juga dapat mendukung pelayanan purna jual dan mengkolaborasikan perusahaan dengan perusahaan rekan bisnisnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa E-Ticketing merupakan wujud aktifitas yang berasal dari kegunaan internet mencakup seluruh kegiatan bisnis pada perusahaan, yang diantaranya berupa aktifitas layanan pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis serta transaksi jual beli produk atau jasa menggunakan jaringan elektronik yang biasanya memanfaatkan teknologi web sebagai medianya. Menurut Muhammad Iffan dan Raeni Dwi Santy (2018) bahwa bukti fisik adalah fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan suatu produk dari perusahaan.

2.1.1.2 Faktor-faktor E-Ticketing

Semua yang ditampilkan di layar, dibaca dalam dokumentasi atau manipulasi dengan keyboard atau mouse adalah bagian dari user interface. Sebagian besar program komputer yang dibuat oleh manusia memiliki user interface sebagai penghubung antara user program dengan program aplikasinya. Para pengembang program aplikasi harus memperhatikan dengan baik perancangan user interface aplikasinya. Suatu User Interface yang dibuat juga

perlu memperhatikan delapan aturan emas perancangan User Interface (Shneiderman, 2010), yaitu :

1) *Konsistensi*

Tampilan yang ditampilkan harus konsisten, termasuk juga tampilan data, peristilahan, singkatan, format yang ada diusahakan standar sehingga dimengerti orang pada umumnya.

2) *Shortcut*

Memungkinkan user menggunakan shortcut. Terkadang user menginginkan agar jumlah interaksi yang dilakukan dikurangi untuk meningkatkan kepraktisannya. Penggunaan shortcut dapat dilakukan untuk mengatasi hal tersebut dan meningkatkan kecepatan tampilan.

3) *Feedback*

Memberikan umpan balik yang informatif. Berikan umpan balik yang informatif bagi pengguna, sehingga pengguna dapat mengerti bahwa aplikasi sedang melakukan suatu proses tertentu.

4) *Controlling*

Mendukung pusat kendali internal. Selalu tempatkan pengguna sebagai pemegang kendali dalam melakukan suatu proses.

2.1.1.3 Indikator E-Ticketing

Pada indikator ini berfokus menangkap ekspektasi dan persepsi konsumen terhadap suatu layanan sepanjang tida dimensi yang diyakini mewakili kualitas layanan di atas paradigma ekspektasi-diskonfirmasi, yang dalam istilah sederhana berarti bahwa kualitas layanan dipahami sebagai sejauh mana ekspektasi

kualitas pra-konsumsi konsumen dikonfirmasi atau didiskonfirmasikan oleh persepsi aktual mereka tentang pengalaman layanan. Menurut Parasuraman dalam (Surniandari, 2017) pengukuran indikator E-ticketing didasarkan pada indikator-indikator :

1. Reliabilitas (reliability), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan informatif yang akurat tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap (responsiveness), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Seperti karyawan memberikan pelayanan segera kepada pemakai-pemakai.
3. Bukti fisik (tangibles), berkenaan dengan bukti rekam pada fisik maupun secara virtual, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan.

2.1.2 Karakteristik Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Karakteristik Kewirausahaan

Secara sederhana arti wirausahawan (entrepreneur) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. “Seorang

wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan” (Kasmir, 2013:18).

Dalam kamus *poerwadarminta*, karakter diartikan sebagai tabiat, watak, sifat kejiwaan, akhlak budi pekerti yang membedakan seseorang dari pada yang lain. Dengan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa membangun karakter (*character building*) ialah proses mengukir atau memahat jiwa sedemikian rupa, sehingga terbentuk unik, menarik dan berbeda atau dapat dibedakan dengan orang lain. “Akar kata karakter dari kata latin *kharakter*, *kharassein*, dan *kharak*, yang maknanya *tools for making, to engrave, dan pointed stake*. Kata karakter mulai banyak digunakan kembali dalam bahasa Prancis *caractere* pada abad ke-14 dan kemudian masuk dalam bahasa Inggris menjadi *character*, sebelum akhirnya menjadi bahasa Indonesia *karakter*” (Yuyus, 2014:50).

Entrepreneur berasal dari bahasa Prancis *entrepreneur*, yang secara harfiah mempunyai arti perantara. Dalam bahasa Indonesia, dikenal istilah wirausaha yang merupakan gabungan dari kata *wira* (gagah berani, perkasa) dan kata *usaha*. Dengan demikian wirausaha berarti seorang yang mampu memulai dan atau menjalankan usaha secara gagah berani. Dalam kamus umum bahasa Indonesia *entrepreneur* diartikan sebagai orang yang pandai atau berkat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkan serta mengatur permodalan operasinya (Abdul, 2013:44).

Menurut Bygrave and Hofer dalam Eddy Soeryanto Soegoto (2018). Proses kewirausahaan adalah “involving all the functions, activities, and actions associated

with perceiving of opportunities and creation of organizations to pursue them”, maksudnya adalah proses yang melibatkan semua fungsi, kegiatan dan tindakan yang terkait dengan memahami dan mengetahui peluang dan pembentukan organisasi yang dapat membantu mereka untuk menemukan apa yang ingin mereka capai.

Dorongan untuk keberhasilan tersebut tampak dalam pribadi yang ambisius yang memulai perusahaan barunya dan kemudian berkeinginan untuk mengembangkan usahanya. Karakteristik keinginan untuk mengambil resiko oleh wirausaha di dalam memulai atau menjalankan bisnisnya berbedabeda, wirausaha bersedia menerima risiko, sebagaimana menghadapi kemungkinan terjadinya kegagalan. Karakteristik percaya diri orang yang memiliki keyakinan pada dirinya sendiri merasa dapat menjawab tantangan yang ada di depan mereka, banyak wirausaha yang sukses adalah orang yang mempunyai percaya diri, mengakui adanya masalah tetapi mempercayai kemampuan dirinya untuk mengatasi masalah. Karakteristik yang kuat untuk berbisnis banyak wirausaha memperhatikan tingkat keingintahuannya yang dapat disebut sebagai keinginan kuat untuk berbisnis untuk bekerja keras untuk mengembangkan usahanya (Endang, 2012:4).

Karakteristik wirausaha yaitu kebutuhan akan keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya. Orang yang memiliki tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah akan merasa puas pada status yang dimiliki, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan keberhasilan yang tinggi senang bersaing dengan standart keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi atas tugas yang dibebankan padanya. Karakteristik kewirausahaan

merupakan kunci untuk memaksimalkan efisiensi dari penggunaan faktor-faktor pengembangan daya saing ekonomi, memungkinkan UMKM memiliki pola pikir (mindset) yang lebih positif, membangun kesensitifan terhadap pasar dan penciptaan daya pikir kreatif (Sari, 2016).

Karakteristik kewirausahaan secara umum menggambarkan keunikan personal atau psikologis seseorang yang terdiri dari dimensi nilai sikap dan kebutuhan. Karakteristik kewirausahaan sangat menentukan keberhasilan usaha (Sari, 2016). Selanjutnya, Setyawati (2013) mengemukakan bahwa kinerja UKM didukung oleh karakteristik kewirausahaan yang dimiliki oleh pengusaha. Semua itu merupakan hakekat dari kewirausahaan yang harus ada pada UKM.

Setyawati (2013) menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan merupakan kualitas atau sifat yang tetap terus menerus dan kekal yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian, intergrasi atau sintesis dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu atau kesatuan dan kepribadian seseorang di pertimbangkan dari titik pandang etis dan moral. Pendapat ini di dukung oleh Alma (2010) mengemukakan bahwa kewirausahaan lebih menekankan pada jiwa, semangat, kemudian diaplikasikan dalam segala aspek kehidupan. Selanjutnya, Ardiansyah (2017) mengemukakan bahwa Karakteristik Kewirausahaan yang terdiri dari pengetahuan tentang usaha, imajinasi, pengetahuan praktis, berkreasi, berpandangan jauh kedepan, kemampuan untuk berhitung dan kemampuan untuk berkomunikasi. Selain itu, Nursiah (2015) menyatakan bahwa pengalaman, pengambilan risiko, inovatif, tekun, dan motivasi berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan.

Alma (2010) menyebutkan bahwa wirausaha (entrepreneur) memiliki karakteristik: 1) Memiliki disiplin tinggi, 2) Selalu awas terhadap tujuan yang hendak di capai, 3) Selalu mendengarkan rasa intuisinya, 4) Sopan pada orang lain, 5) Mau belajar apa saja yang memudahkan ia mencapai tujuan, 6) Mau belajar dari kesalahan, 7) Selalu mencari peluang baru, 8) Memiliki ambisi, berpikiran positif, 8) Senang menghadapi resiko dengan membuat perhitungan yang matang sebelumnya.

Sesuai dengan yang dikemukakan oleh peneliti sebelumnya, Rajagukguk (2016) mengemukakan bahwa karakteristik kewirausahaan yang dianalisis merupakan karakteristik psikologis kewirausahaan, yang mencerminkan ciri wirausaha, yakni: 1) memiliki rasa percaya diri, 2) berorientasi pada tugas dan hasil, 3) berani mengambil resiko dan suka tantangan, 4) memiliki jiwa pemimpin, 5) memiliki keorsinilan, 6) berorientasi ke masa depan. Dengan demikian, karakteristik kewirausahaan merupakan penentu kinerja usaha yang berkelanjutan.

2.1.2.2 Karakteristik Kewirausahaan Independen

Sebuah usaha dapat dimiliki seseorang secara mandiri ataupun didapat dengan bermitra bersama usaha lainnya. Perbedaan ini dapat mempengaruhi karakteristik wirausaha yang dimiliki seorang wirausahawan. Wirausahawan independen memiliki karakteristik kewirausahawan khasnya sendiri yang menjadi pedoman dalam menjalankan usaha. Karakteristik Menurut Thobias et al. (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan, menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan hal yang mengarah

pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil risiko yang telah diperhitungkan berdasarkan kemampuan dan kemauan individu.

Purwanti (2012) menyebutkan bahwa Karakteristik wirausaha dapat dinilai dari keinginan berprestasi, tanggung jawab pribadi, kemampuan inovasi, dan kemampuan manajemen. Lebih lanjut lagi Nursiah et al. (2015) dalam jurnalnya dalam meneliti karakteristik kewirausahaan UKM tempe di daerah Bogor menyatakan bahwa analisis karakteristik kewirausahaan menggunakan variabel pengalaman (dengan indikator lamanya melakukan usaha), kemampuan dalam pengambilan risiko (keberanian dalam menghadapi risiko yang ada), inovatif (frekuensi melakukan perubahan dalam menjalankan usaha), tekun (kegigihan dan kesabaran dalam menjalankan usaha/ dalam menghadapi kendala), kepemimpinan (kepemimpinan selama menjalankan usaha/ dalam mengambil keputusan), motivasi (motivasi yang mendasari seseorang menjadi pengusaha). Nursiah et al. (2015) menyebutkan bahwa semakin besar skala produksi usaha maka karakteristik wirausaha yang dimilikinya akan semakin kuat.

Sumantri (2013) dan Sari et al. (2015) menyatakan karakteristik kewirausahaan sangat sederhana dengan menyebutkan tiga karakter yaitu motivasi, inovasi, dan risiko. Lebih lengkap lagi Firmansyah (2017) menyebutkan bahwa karakteristik atau perilaku kewirausahaan dapat dilihat dari karakter disiplin, komitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, serta realistis. Berbeda dengan Angeltra (2017) yang menyatakan bahwa karakteristik kewirausahaan meliputi kemauan bekerja keras, memiliki tujuan atau sasaran, percaya diri, disiplin, keinginan mengambil risiko, kemauan untuk belajar, dan

kemauan untuk berubah. Hampir sama, Aina et al. (2018) menyebutkan bahwa karakteristik atau perilaku kewirausahaan terdiri atas percaya diri, inovatif, berani mengambil risiko, mandiri, dan fleksibel. Selain itu pendapat lain menyebutkan bahwa karakteristik kewirausahaan terdiri atas keinginan berprestasi, percaya diri, inisiatif, mandiri dan bertanggung jawab, berani mengambil risiko, dan memiliki pengalaman (Abdulwahab et al. 2015). Selain itu, Zainura et al. (2016) menambahkan bahwa karakteristik kewirausahaan juga dapat dilihat dari ketekunan, ketanggapan terhadap peluang dan sikap inovatif. Pendapat lainnya menyebutkan bahwa karakteristik kewirausahaan terdiri atas gotong royong, pengambilan risiko, inovatif, kepemimpinan, berorientasi masa depan, dan berorientasi pada tugas dan hasil.

2.1.2.3 Karakteristik Kewirausahaan Non Independen

Seorang wirausaha tidak hanya melakukan usahanya secara independen, terdapat beberapa kasus yang membutuhkan kemitraan untuk menjalankan usahanya agar bergerak secara efisien. Bentuk usaha ini dapat memunculkan karakter wirausaha khas bagi seorang wirausahawan yang dapat menjadi pedoman dalam melaksanakan usahanya sehari-hari. Penelitian Pamela et al. (2013) mengenai Kompetensi Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha Peternak Sapi Perah Pujon Malang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan (Strategik, Manajemen Teknis, dan Kepemimpinan) peternak sapi perah di Kecamatan Pujon berada dalam tingkat yang rendah untuk aspek strategik, dan sedang pada aspek kepemimpinan dan manajemen teknis.

Pada Penelitian Muharastri (2013) karakteristik kewirausahaan peternak sapi perah yang diteliti yaitu kemauan bekerja keras, inisiatif, memiliki tujuan atau sasaran, keuletan, kepercayaan diri, kemauan untuk menerima ide baru, keinginan mengambil risiko, keinginan untuk mencari informasi, kemauan untuk belajar, kebiasaan mencari peluang, kemauan untuk berubah, dan ketegasan. Karakteristik ini tidak memiliki hubungan nyata positif dengan kinerja usaha, namun apabila karakteristik wirausaha dan kompetensi usaha digabungkan maka akan mempengaruhi kinerja usaha peternak.

2.1.2.4 Indikator Karakteristik Kewirausahaan

Seorang wirausahawan haruslah seorang yang mampu melihat kedepan. Melihat kedepan dengan berfikir penuh perhitungan mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Indikator untuk mengukur variabel karakteristik kewirausahaan adalah Percaya Diri, Inisiatif Berinisiatif, Motivasi Prestasi, Kepemimpinan, dan Berani Mengambilan Risiko (Buchari, 2014:40):

1. Percaya diri adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Pribadi semacam ini adalah pribadi yang independen dan sudah mencapai tingkat maturity (kedewasaan). Percaya diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Dalam praktik, sikap kepercayaan ini merupakan keyakinan untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk

mencapai keberhasilan (Zimerer). Kepercayaan di atas baik langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi sikap mental seseorang seperti kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, semangat berkarya dan sebagainya banyak dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri seseorang yang berbaur dengan pengetahuan, keterampilan serta kewaspadaanya.

2. Inisiatif, berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai sesuatu. Untuk memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Sekali sukses, maka sukses berikutnya akan menyusul, sehingga usahanya semakin maju dan semakin berkembang. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku isiatif ini biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman yang bertahun-tahun dan pengembanganya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah dan semangat.
3. Motivasi Prestasi adalah dorongan untuk selalu berprestasi tinggi harus ada dalam diri seorang wirausaha, karena dapat membentuk mental pada diri mereka untuk selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada. Motivasi berprestasi, pertama diartikan sebagai perilaku yang timbul karena melihat standar keunggulan dan dengan demikian dapat dinilai dari segi keberhasilan dan kegagalan. Kondisi kedua adalah individu sedikit banyak harus bertanggung jawab atas hasilnya. Ketiga, terdapat suatu tingkat tantangan dan timbul perasaan tidak pasti. Konsep-konsep motivasi berprestasi juga sangat menitik beratkan pada kerja dinamika batiniah.

Seseorang yang memiliki motivasi prestasi maka dalam menjalankan usahanya ia akan berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.

4. Kepemimpinan adalah Seorang wirausahawan yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloran dan teladan. Ia selalu ingin tampil beda dan lebih menonjol. Kepemimpinan ialah kualitas tingkah laku seseorang yang mempengaruhi tingkah orang lain atau kelompok orang, sehingga mereka bergerak ke arah tercapainya tujuan bersama. Seorang wirausahawan yang menghendaki kerjasama dengan orang lain hendaknya memiliki keterampilan kepemimpinan. Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan kepelopor, keteladan. Ia ingin selalu tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol.
5. Risiko yang artinya Setiap usaha, baik usaha baru maupun usaha yang telah lama akan selalu berhadapan dengan risiko. Risiko selalu ada tanpa dapat diketahui secara pasti. Seorang wirausahawan harus belajar dari hal-hal yang pernah terjadi sebelumnya. Berbagai kejadian yang merugikan sebagai dampak dari timbulnya risiko telah memberikan pelajaran yang sangat berharga kepadanya.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Istilah kinerja (performance) identik dengan prestasi kerja, yang artinya sebagai ungkapan kemampuan yang didasari oleh pengetahuan, sikap, kemampuan, keterampilan, dan motivasi dalam menghasilkan suatu kinerja seseorang yang dapat melakukan kegiatan atau pekerjaan yang menghasilkan

output yang jelas dalam kurun waktu tertentu, baik segi kualitas maupun kuantitas. “Kinerja akan menunjuk pada efektivitas kerja pegawai, dimana hal ini akan menyangkut hal yang di harapkan untuk mencapai hasil yang terbaik sesuai dengan tujuan” (Syahrani, 2014:3).

Kinerja merupakan hasil kerja yang dilakukan oleh seseorang atau karyawan yang biasanya dijadikan sebagai dasar penilaian terhadap karyawan atau organisasi. “Kinerja yang baik merupakan langkah untuk menuju tercapainya tujuan organisasi. Oleh karena itu kinerja menjadi sasaran penentu dalam tercapainya tujuan organisasi, tetapi hal ini tidak mudah dicapai, karena banyak faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja seseorang (Irawan, 2014:4).

Menurut Nickels, McHugh and McHugh dalam Eddy Soeryanto Soegoto (2011). Kinerja adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.

Kinerja usaha merupakan faktor yang seringkali digunakan untuk mengukur dampak dari strategi yang diterapkan perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik. Kinerja usaha yang baik dinyatakan dalam tiga besaran utama nilai, yaitu nilai penjualan, pertumbuhan penjualan, dan porsi pasar. “Pertumbuhan penjualan akan bergantung pada berapa jumlah pelanggan yang diketahui tingkat konsumsi rata-ratanya yang bersifat tetap” (Setiawan, 2015:4). Pengukuran kinerja perusahaan dilakukan untuk mengetahui hasil yang dicapai oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu. “Kriteria yang digunakan harus mampu digunakan sebagai

pedoman bagi perusahaan dalam mengambil keputusan operasional sehingga tujuan strategi menjadi fleksibel, mudah untuk diterapkan, tepat waktu, serta dapat dimengerti oleh semua tingkatan manajemen” (Adinoto, 2013:5).

Menurut Moerdiyanti dalam Zulfikar, R & Novianti, L (2018) “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”.

Seorang pengusaha yang sungguh-sungguh dan bekerja keras, pasti akan menunjukkan kinerja yang baik untuk mencapai keberhasilan. “Kinerja usaha dapat diukur dengan indikator jumlah output produksi yang dihasilkan dan pendapatan” (Masykuri dan Soesatyo, 2014). Penelitian lain menyatakan bahwa kinerja usaha dapat diukur dengan melihat pertumbuhan usaha dan pendapatan usaha (Utami, 2016). Sedangkan menurut Firmansyah (2017) menyebutkan bahwa kinerja usaha dilihat dari pertumbuhan usaha dan penerimaan usaha. Lebih lanjut lagi Angeltra (2017) menerapkan indikator kinerja berdasarkan atas produktivitas, penerimaan, dan pendapatan. Rahardiyani (2017) menambahkan bahwa parameter kinerja usaha dapat dilihat dari produktivitas, keuntungan usaha, dan biaya rata-rata usaha. Ada juga pendapat dari Fauziyah (2015) yang menyatakan bahwa kinerja usaha dapat dianalisis dari keuntungan yang didapat dari suatu usaha, produktivitas usaha, dan sejauh mana pertumbuhan sebuah usaha tersebut.

Selain itu, menurut Hidayat (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kinerja usaha dinilai dari pendapatan, aset, pekerja, manfaat praktik sosial

ekonomi dan nilai islami. Berbeda halnya dengan Wulandary (2018) yang menyatakan bahwa kinerja usaha dilihat dari beberapa faktor diantaranya yaitu pertumbuhan penjualan, keunggulan bersaing usaha, dan kepuasan pelanggan. Selain itu Sumantri (2013) menyatakan bahwa kinerja usaha dapat diketahui dengan menganalisis pendapatan, volume penjualan, wilayah pemasaran. Lebih lengkap lagi Aunurrofiqi (2018) menyatakan bahwa kinerja/keberhasilan usaha bisa dilihat dari modal usaha, hasil produksi, volume penjualan, keuntungan, jumlah sarana produksi, dan peningkatan jumlah tenaga kerja.

Berdasarkan kajian teoritis di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha merupakan ukuran prestasi yang didapatkan dari aktifitas proses kegiatan secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja usaha juga dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan untuk mengukur sampai sejauh mana prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan tersebut.

2.1.3.2 Faktor-faktor Kinerja Usaha

Ada pula faktor yang mempengaruhi kinerja. Menurut Robert L.Mathis dan John H. Jackson (2010:82), faktor yang mempengaruhi kinerja yaitu:

1. Kemampuan
2. Motivasi
3. Dukungan yang diterima
4. Keberadaan pekerjaan yang dilakukan, dan
5. Hubungan dengan organisasi.

Ada juga pendapat Mangkunegara (2011), faktor yang mempengaruhi kinerja diantaranya yaitu:

1. Faktor kemampuan. Secara psikologis, kemampuan atau ability pegawai terdiri atas kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan realita (pendidikan).
2. Faktor motivasi. Motivasi terbentuk dari sikap seorang pegawai dalam menghadapi situasi kerja, motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai terarah untuk mencapai tujuan kerja. Sikap mental merupakan kondisi mental yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai potensi kerja secara maksimal.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Indikator yang digunakan dalam menilai kinerja usaha adalah omset penjualan, sales return, jangkauan wilayah pemasaran, dan peningkatan penjualan (Setiawan, 2015:6) :

1. Jumlah penjualan adalah jumlah penjualan dari produk perusahaan yang biasa dikeluarkan setiap ada pesanan atau permintaan
2. Sales return adalah jumlah penjualan produk yang di return (dikembalikan) jika terjadi cacat produk atau tidak sesuai barang yang sudah di produksi
3. Jangkauan wilayah pemasaran adalah luasnya wilayah pemasaran produk sejauh mana dapat memasarkannya dan berbagai macam jenis pelanggan.
4. Peningkatan penjualan adalah jumlah penjualan yang meningkat dari periode sebelumnya yang biasanya bisa dalam harian, mingguan, bulanan, dan juga tahunan.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Adapun matrik penelitian sebelumnya, sebagai pendukung penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1	Azlin Shafinaz Arshada, Amran Raslib , Afiza Azura dan Zahariah Mohd Zainc (2014)	The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: A Study of Technology-based SMEs in Malaysia.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Teknologi informasi • Variabel Karakteristik Kewirausahaan • Variabel Kinerja usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel 	Menunjukkan bahwa Variabel Teknologi informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Malaysia, dan variabel Karakteristik Kewirausahaan terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil.
2	Michael Abebe (2014)	Electronic commerce adoption, entrepreneurial orientation and small- and medium-sized enterprise (SME) performance	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel E-Commerce • Variabel Karakteristik Kewirausahaan • Variabel Kinerja usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel 	Penelitian ini memvalidasi penelitian sebelumnya yang menyelidiki variabel adopsi e-commerce sebagai faktor penting yang mempengaruhi kinerja UKM, dan hasil kami mengkonfirmasi bahwa adopsi e-commerce memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UKM, yang diukur oleh perusahaan
3	MK Moorthy, A Tan, C Choo, CS Wei, JTY Ping, TK Leong (2012)	A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia ISSN: 2222-6990	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Karakteristik Kewirausahaan • Variabel Kinerja usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel • Variable Karakteristik Kewriausahaan 	Hasil penelitian ini memberikan petunjuk untuk merekomendasikan perilaku strategis UKM yang akan dilakukan digunakan sebagai dasar benchmarking dan improvement bagi UKM industri manufaktur di PT Malaysia.
4	Mike Wright, Xiaohui Liu, Trevor Buck, dan Igor Filatotchev (2018)	Returnee Entrepreneurs, Science Park Location Choice and Performance: An Analysis of High-Technology SMEs in China	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Karakteristik Kewirausahaan • Variabel Kinerja usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel • Variable Teknologi 	Ketersediaan pengetahuan teknologi akademik dianggap penting keduanya dalam hal lokasi pengusaha yang kembali dan pertumbuhan usaha mereka

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
5	Vidah Fitrianiingsih dan Trustorini Handayani	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Usaha	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Kinerja Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Vaariabel Teknologi • Variabel Karakteristik Kewirausahaan 	Menunjukkan bahwa pengujian parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha pada UKM Topi Desa Rahayu Bandung (Y).
6	Fauzi Fauzi, Al-Khowarizmi Al-Khowarizmi, dan Muhathir Muhathir	The E-Ticketing Community Model is Used to Improve Communication Between Businesses by Utilizing Union Principles	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel E-Ticketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel kinerja usaha • Variable Karakteristik kewirausahaan 	Terdapat pengaruh penerapan ebisnis yang berbasis pada aplikasi mampu terciptanya model baru pada bisnis yang memanfaatkan prinsip koperasi yaitu sisa hasil usaha
7	Tatang Suryana (2014)	Pengaruh Lingkungan Eksternal, Internal dan Etika Bisnis terhadap Kemitraan Usaha serta Implikasinya pada Kinerja Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> • Variable Kinerja Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel • Variable Karakteristik Kewirausahaan • Variabel E-ticketing 	Etika bisnis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemitraan usaha dimensi paling dominan adalah prinsip keadilan dengan indikator paling dominan adalah memperoleh kesempatan yang sama dalam pemilihan mitra usaha.
8	Irham Fahmi, Rudi Fachruddin, dan Vivi Silvia (2019)	Analisis E-Ticketing pada Keputusan Kewirausahaan Bisnis Digital (Sebuah Kajian Literatur Studi)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel E-Ticketing 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Populasi dan Sampel 	Informasi data menunjukkan bahwa sebagian kecil populasi Indonesia sudah memiliki akun media sosial paling populer di dunia, kondisi ini terus berkembang dan peluang bisnis dalam ebisnis menjadi sangat penting dan menguntungkan
9	Herminawaty Abubakar dan Palipada Palisuri (2018)	Karakteristik Wirasaha Terhadap Keberhasilan Indutri Kuliner Tradisional.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Karakteristik Wirasaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Kinerja usaha • Variabel E-ticketing • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel 	Karakteristik Kewirausahaan yang dimiliki oleh di Kelurahan Rappang kecamatan Panca Rijang memiliki kecenderungan yang sama yakni mereka memiliki sikap perilaku disiplin, komitmen tinggi, kreatif dan inovatif, sikap terhadap resiko, orientasi masa depan, tanggap terhadap perubahan dan mandiri terhadap keberlanjutan usaha mereka

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
10	Wirastika Sari, Heny K. Suwarsinah, dan Lukman M. Baga (2016)	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Karakteristik Kewirausahaan • Variabel Kinerja Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel E-ticketing • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel 	Karakteristik kewirausahaan UMKM gula aren di Kabupaten Lombok Barat dibedakan menjadi karakteristik individu dan karakteristik psikologis. Karakteristik kewirausahaan baik itu karakteristik individu maupun karakteristik psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.
11	I Made Gusti Putu Darya (2012)	Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kompetensi Usaha dan Kinerja Usaha Mikro Kecil di Kota Balikpapan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Karakteristik Kewirausahaan • Variabel Kinerja Usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Ketidakpastian Lingkungan • Variabel E-ticketing • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel 	Menunjukkan bahwa variable Ketidakpastian Lingkungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kota Balikpapan, dan variabel Karakteristik Kewirausahaan terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil.
12	Yunisa (2013)	Pengaruh information Technology Relatedness Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Knowledge Management Capability Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan Di Kota Padang)	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Teknologi • Variabel Kinerja 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Knowledge Management • Variabel E-ticketing • Lokasi penelitian • Populasi dan sampel 	Dari hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian pengaruh information technology relatedness terhadap kinerja perusahaan dengan knowledge management capability sebagai variabel intervening, Information technology relatedness tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan perbankan cabang kota Padang.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian di atas penulis menyimpulkan bahwa setiap pengusaha bertujuan untuk berhasil dalam usahanya yang secara tidak langsung mendorong pengusaha untuk memperbaiki semangat dalam berusaha dan mencapai kinerja

usaha yang maksimal. Kinerja usaha adalah ukuran bagi pengusaha dalam menentukan prestasi dan dilihat dari semangat bekerja, kualitas kerja, produk unggulan dan keberhasilan. Dalam mencapai kinerja usaha perlu memaksimalkan faktor pendorong dalam diri pengusaha, kinerja usaha juga dapat di pengaruhi oleh suatu lingkungan yang pasti dan karakteristik kewirausahaan yang baik.

E-Ticketing diidentifikasi sebagai faktor penting, karena kondisi tersebut dapat menyulitkan perencanaan ataupun pengendalian. Perencanaan menjadi bermasalah dalam situasi operasi yang tidak pasti, karena teknologi yang semakin maju dan menyebabkan konidisi yang akan datang. Selain adanya E-Ticketing, ada pula karakteristik kewirausahaan yang menjadi faktor penting bagi kinerja usaha, karena dapat mengukur kualitas yang dapat dijadikan ciri untuk mengidentifikasi kepribadian seseorang atau individu dalam mengembangkan suatu usahanya sesuai dengan rencananya.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel

2.2.1.1 Keterkaitan E-Ticketing dengan Kinerja Usaha

Moorthy (2012:235) dalam penelitiannya 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.

2.2.1.2 Keterkaitan Karakteristik Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha

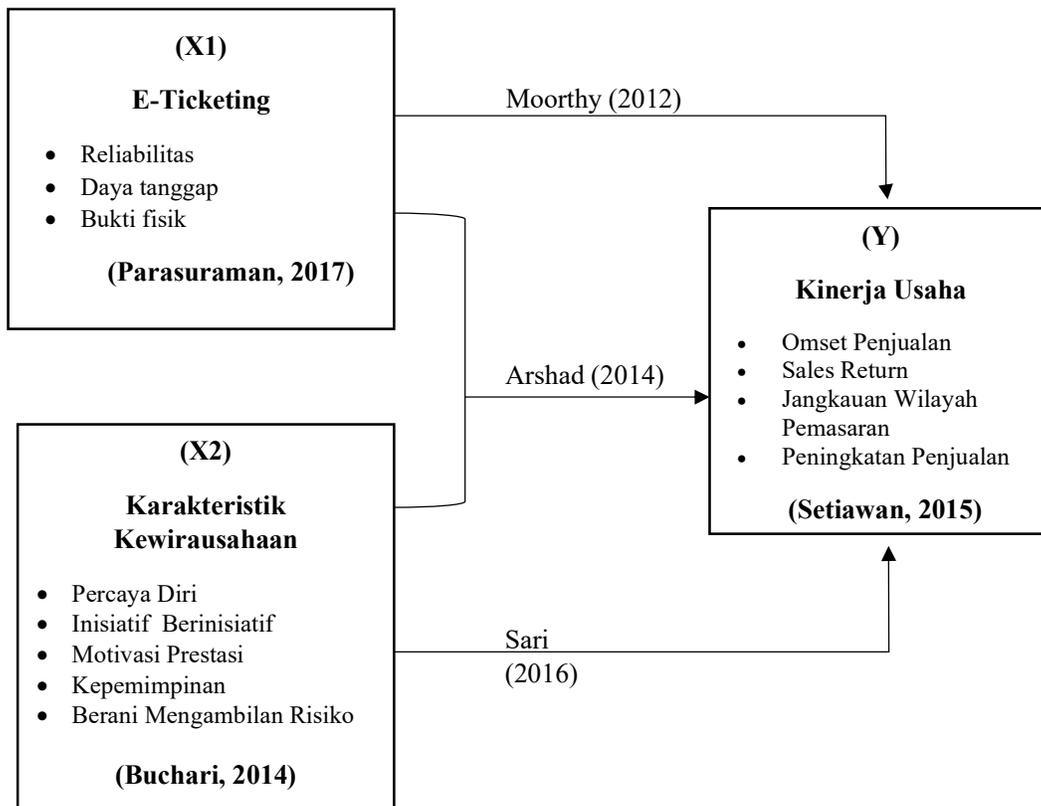
Penelitian mengenai hubungan karakteristik wirausaha dengan kinerja usaha telah banyak dilakukan sebelumnya, diantaranya Sari (2016) meneliti pengaruh karakteristik dan kompetensi wirausaha terhadap kinerja usaha. Karakteristik dibedakan menjadi dua yaitu karakteristik individu dan karakteristik psikologis. Hasilnya menunjukkan bahwa keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha gula aren di Lombok Barat dan pengaruh terbesar ditunjukkan oleh karakteristik psikologis.

Nuhayati et al. (2011) menyatakan bahwa “karakteristik psikologis kewirausahaan berpengaruh secara nyata dan positif terhadap kompetensi kewirausahaan maupun kinerja usaha”. Hal tersebut menunjukkan pentingnya membangun karakteristik kewirausahaan karena karakteristik tersebut sangat menentukan keberhasilan usaha dan mempermudah untuk meningkatkan kompetensi kewirausahaan. Sebagian besar penelitian diatas mengemukakan karakteristik wirausaha berhubungan dengan kinerja usaha. Ini membuktikan bahwa karakteristik wirausaha penting untuk diketahui untuk meningkatkan kinerja usaha.

2.2.1.3 Keterkaitan E-Ticketing dan Karakteristik Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha

Arshad (2014:6) dalam jurnalnya mengungkapkan hasil penelitian yaitu penggunaan teknologi informasi telah menjadi faktor utama dalam memasarkan produk mereka ke pasar online. Karakteristik kewirausahaan 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 di Malaysia.



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Untuk memberikan arah bagi penelitian ini maka diajukan suatu hipotesis. Hipotesis adalah suatu pernyataan atau dugaan yang masih lemah kebenarannya dan perlu dibuktikan atau dugaan yang sifatnya sementara. Hipotesis adalah dugaan sementara yang memerlukan pengujian (Handayani, T, 2012).

Adapun hipotesis yang dapat diajukan dari kerangka pikiran teoritis tersebut adalah sebagai berikut :

H1 : E-Ticketing dan Karakteristik Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Kinerja Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.

H2 : E-Ticketing Berpengaruh Terhadap Kinerja Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.

H3 : Karakteristik Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Kinerja Asita (Associaton Indonesian Travel Agency) Kota Bandung.