BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Wirausaha (*entrepreneur)* menurut Hisrich, R.D. *et al*. (2005)didefinisikan sebagai "seseorang yang membawa sumber daya berupa tenaga kerja, material, dan aset lainnya pada suatu kombinasi yang menambahkan nilai yang lebih besar daripada sebelumnya, dan juga dilekatkan pada orang yang membawa perubahan, inovasi, dan aturan baru". Seorang wirausaha memiliki karakteristik perilaku yang meliputi: pengambilan inisiatif, mengorganisasi, dan mengorganisasi kembali mekanisme sosial dan ekonomi untuk mengubah sumber daya dan situasi pada perhitungan praktis dan penerimaan terhadap risiko dan kegagalan.

Faktor pendorong kewirausahaan bagi wirausaha menurut Doriot adalah pentingnya aspek manusianya daripada idenya. Sebab ide itu akan dilaksanakan oleh orang bersangkutan yang akan menentukan keberhasilan usaha di kelak kemudian hari. Salah satu kunci seorang wirausahawan sukses adalah ia harus mempunyai watak yang baik. Menurut Ehinsie *et.al.* (dalam Buchari 2007) inti dari watak ialah orientasi.

"Orientasi wirausaha merupakan karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko,

kecepatan, dan fleksibilitas" (Debbie Liao dan Philip Sohmen, 2001). "Orientasi wirausaha menekankan pada semangat menciptakan inovasi usaha sebagai penyegaran dari kemacetan usaha yang sering mengiringi pada langkah awal inovasi" (Zhou, *et al*, 2005). Dengan kata lain, pentingnya menjadi proaktif terhadap kesempatan-kesempatan baru, mendukung kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk-produk, bukan hanya selangkah di depan pesaing tapi juga selangkah memahami keinginan konsumen (Slater dan Narver, 1994).

Sering kualitas proaktif mengharapkan substansi keuangan dan komitmen dari manajemen. Dengan risiko yang sudah wajar, perusahaan jasa berharap untuk dapat menjadi sumber dari setiap kesempatan yang mengakibatkan kerugian yang besar (Naman dan Slevin, 1993). Pada beberapa kondisi, antara teknologi dan pasar mengharapkan adanya inovasi. Jadi, kesimpulan penting dari orientasi wirausaha adalah bahwa perusahaan itu akan memasuki pasar baru atau yang sudah tersedia selangkah ke depan (Zhou, *et.al*, 2005).

Kewirausahaan memiliki hakikat yaitu merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang memiliki kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif dalam dunia usaha yang nyata serta dapat mengembangkannya dengan tangguh. Portermen definisikan "orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama". Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong kearah baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil

resiko. Untuk mengukur orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) digunakan indikator yang dikembangkan dari penelitian Lee dan Tsang.

Variabel ini diukur dengan 4 dimensi, yaitu: Need for Achievement, Internal Locus of Control, Selfreliance, dan Extroversion. Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha dan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Menurut kaitannya dengan usaha kecil, maka perilaku wirausaha berwujud dalam dua hal, yaitu pada sisi efektifitas wirausahawan dalam mengelola usahanya. Kedua, berkaitan dengan perencanaan usaha hingga sikap atau respon dalam pasar. Penggunaan strategi senantiasa mengikuti karakter dari wirausahawan itu sendiri. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha. Seseorang tidak akan mengalami perkembangan tanpa menggunakan upaya pikir dan fisik untuk menciptakan suatu rekayasa positif demi satu perubahan.

Seorang wirausaha senantiasa berupaya melakukan inovasi untuk memperbaiki suatu keadaan. Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru. Sedangkan proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produk baru atau

jasa di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya.

2.1.1.2 Karakteristik Kewirausahaan

Banyak sekali ahli yang mengemukakan karakteristik kewirausahaan dengan konsep yang berbeda-beda Geofrey G. Meredith yang di kutip oleh Suryana dalam Tri kurniasih (2015) mengemukakan karakteristik seorang wirausaha, yaitu:

1. Percaya diri.

   Percaya diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau praktik, sikap dan kepercayaan ini merupakan sikap dan keyakinan untuk melalui, melakukan dan menyelesaikan suatu tugas atau pekerjaan yang dihadapi, oleh kerena itu, kepercayaan diri ini memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualis, dan ketida tergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil.

   Seseorang yang selalu mengutamakan tugas dan hasil, adalah orang yang selalu mengutamakan nilai-nilai motif erpartisipasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan berinisiatif.

   Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai. Dalam kewirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku inisiatif ini biasanya

diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman bertahun-tahun dan pengembangannya di peroleh dengan cara disiplin diri berfikir krisis, tanggap, bergairah, dan semangat berprestasi.

3. Pengambilan resiko dan suka tantangan.

   Kemauan dan kemampuan untuk mengambil resiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausahaan yang tidak mau mengambil resiko akan sukar memulai atau berinisiatif.

4. Kepemimpinan.

   Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan dan keteladanan. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi ia selalu ingin menampilkan barang dan jasa yang dihasilkannya lebih cepat, lebih dulu dan segera di pasarkan.

5. Keorisinalan.

   Nilai inovatif, kreatif dan fleksibel merupakan unsur-unsur keorisinilan seseorang. Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin adanya cara-cara baru yang lebih baik.

6. Berorientasi ke masa depan.

   Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang perspektif dan pandangan ke masa depan. Karena mempunyai pandangan yang jauh.

2.1.1.3 Indikator Kewirausahaan

Indikator Orientasi Kewirausahaan Frishammar dan Horte (2007:68) menyarankan orientasi kewirausahaan terdiri dari tiga dimensi:

1. Keinovasian

   Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

2. Pengambilan risiko

   Pengambilan resiko adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, dan atau mengalokasi sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti (Lumpkin dan Dess, 1996: 140-149) dalam (Cynthia dan Hendra, 2014: 1216).

3. Proaktif.

   Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produk baru atau jasa di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya.

2.1.2 Kapabilitas Jejaring Usaha

2.1.2.1 Pengertian Kapabilitas Jejaring Usaha

"Sebuah jejaring (network), yang diimplikasikan sebagai tindakan dalam melakukan kontak dengan orang lain maupun organisasi, dapat juga dikelompokkan sebagai sumber daya manusia" (Dollinger, 1999) dan jejaring merupakan sebuah alternatif untuk menggunakan sumber daya internal. Jejaring merupakan variabel yang dianggap penting bagi semua jenis perusahaan, terutama yang berkenaan dengan fakta bahwa lingkungan ekonomi menjadi semakin kompetitif. Jejaring menjadi semakin penting karena memudahkan perusahaan untuk mengakses informasi, sumber daya, pasar dan teknologi (Gulati, Nohria, & Zaheer, 2000).

Informasi danjejaring sosial (social networks) dianggap penting lagi pembentukan perusahaan dan bagi keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan (Malecki, 1997). Walaupun semua perusahaan ambil bagian dalam jejaring formal dan informal, perusahaan yang lebih besar lebih mungkin untuk membuat kontrak kerjasama dalam jangka panjang, sementara perusahaan yang lebih kecil, perusahaan wirausaha (entrepreneurial companies) cenderung untuk melibatkan dirinya dalam kontrak yang lebih pribadi (personal) dan lebih bersifat saling menguntungkan (reciprocal).

Pembelajaran teknologikal dan berbagai macampembelajaran organisasional lainnya dapat terjadi dalam jejaring informal (Malecki, 1997) atau jejaring formal (Zahra, Ireland, & Hitt, 1998). Beberapa sumber daya seperti lingkungkan yang

komunikatif dan terbuka dan aliran informasi dapat memperkaya proses inovasi dalam sebuah organisasi (Kanter, 1983; Rothwell, 1991).

Menurut Sudjatmoko (2009) “Kapabilitas Jejaring Usaha berkaitan dengan kemampuan melakukan kerja sama terpadu antara dua belah pihak atau lebih yang serasi, sinergi, sistematis, terpadu dan memiliki tujuan untuk menyatukan potensi bisnis dalam menghasilkan keuntungan yang optimal”.

Sedangkan menurut Walter et al (2005) “Kapabilitas Jejaring Usaha adalah sebagai kemampuan untuk memulai, memelihara dan memanfaatkan hubungan dengan berbagai pihak eksternal”.

Menurut Ngugi et al (2010) “Kapabilitas Jejaring Usaha berperan dalam melakukan inovasi dan penciptaan nilai pelanggan. Harmonisasi kemitraan dengan berbagai skateholders memberi dampak positif bagi perusahaan. Kemitraan ini memudahkan perusahaan meningkatkan akses pada sumber daya unggul untuk menunjang kinerja perusahaan.”

2.1.2.2 Mengembangkan Jaringan Bisnis

1. Jaringan Bisnis

   Jaringan Bisnis adalah kegiatan sosial ekonomi di mana kelompok pengusaha seperti yang berpikiran mengenali, menciptakan, atau bertindak atas peluang bisnis. Sebuah jaringan bisnis adalah suatu jenis jaringan sosial yang alasan yang ada kegiatan usaha. Ada beberapa organisasi jaringan bisnis terkemuka yang menciptakan model kegiatan jaringan yang, jika diikuti, memungkinkan pelaku bisnis untuk membangun hubungan bisnis baru dan menghasilkan

peluang bisnis pada waktu yang sama. Sebuah layanan jaringan profesional merupakan implementasi teknologi informasi untuk mendukung jejaringbisnis.

Banyak pelaku bisnis berpendapat jaringan usaha adalah metode yang lebih efektif biaya menghasilkan bisnis baru dari usaha periklanan atau public relations. Hal ini karena jaringan usaha adalah kegiatan murah yang melibatkan komitmen lebih pribadi dari uang perusahaan.

2. Jaringan Perusahaan Besar vs Jaringan Usaha Kecil

   Jaringan perusahaan besar menyebar lebih lebar dari usaha kecil, tetapi perbedaan antara kedua jenis adalah bahwa untuk menjadi bagian dari jaringan perusahaan besar Anda harus mencapai tingkat keberhasilan yang sudah ditetapkan terlebih dahulu.

3. Jaringan bisnis Online

   Bisnis semakin menggunakan jaringan bisnis sosial sebagai sarana menumbuhkan lingkaran kontak bisnis mereka dan mempromosikan diri mereka sendiri secara online. Secara umum alat jaringan memungkinkan para profesional untuk membangun lingkaran mereka dari mitra bisnis mereka yang saling mempercayai. Dengan alat jaringan menghubungkan para mitra bisnis memungkinkan individu untuk mencari orang-orang tertentu dalam jaringan mereka. Melalui alat perkenalan, anggota ini kemudian bisa mendapatkan kontak dengan calon mitra usaha baru. Karena bisnis berkembang secara global, jaringan sosial membuat lebih mudah untuk tetap

berhubungan dengan kontak lain di seluruh dunia. Khusus lintas batas e-commerce platform dan jaringan usaha kemitraan sekarang membuat globalisasi diakses juga untuk perusahaan kecil dan menengah.

4. Jaringan bisnis Face-to-face

   Profesional yang ingin meningkatkan keterampilan presentasi mereka dengan urgensi secara fisik hadir menghadiri acara umum dan eksklusif. Banyak profesional cenderung memilih jaringan tatap muka lebih dari jaringan berbasis online karena potensi yang mungkin untuk hubungan kualitas yang lebih tinggi. Banyak orang juga lebih suka rapat tatap muka karena orang cenderung lebih suka dan benar-benar mengetahui dengan siapa mereka berniat untuk melakukan bisnis. Jaringan bisnis Tatap muka sering difasilitasi oleh klub jaringan rujukan.

5. Jaringan bisnis Umum

   Sebelum jaringan online, ada dan selalu, jaringan tatap muka. "Merayu" atau "siku menggosok" adalah ekspresi digunakan kalangan bisnis profesional untuk memperkenalkan dan rapat satu sama lain, dan membangun hubungan.

6. Jaringan Bisnis

   Dengan jaringan berkembang, banyak bisnis yang sekarang memiliki ini sebagai bagian inti dari strategi mereka. Mereka yang telah mengembangkan jaringan yang kuat koneksi pemasok dan perusahaan dapat dilihat sebagai Bisnis Jaringan, dan akan cenderung mendapatkan sumber bisnis dan pemasok mereka melalui hubungan jaringan yang mereka miliki di tempat.

Jaringan bisnis cenderung terbuka, acak, dan mendukung, sedangkan mengandalkan hirarki, pendekatan tradisional dikelola ditutup, selektif, dan pengendalian.

7. Jaringan Bisnis dalam domain ICT

   Perusahaan dan organisasi, dan rantai nilai terkait dan jaringan-jaringan nilai memerlukan semacam dukungan TI. Secara tradisional, hal ini disediakan oleh aplikasi perangkat lunak, paket perangkat lunak, ERP, dan / atau alur kerja, saat ini, juga oleh berbagai jenis inovasi berbasis web. Sebuah bisnis yang benar-benar TIK memikirkan kembali pendekatan jaringan dan membangun kembali dukungan operasi dari awal, sekitar dua fitur bisnis kunci: kontribusi informasi, yang akan disediakan oleh kegiatan yang terlibat, apakah mereka dilakukan oleh manusia, alat otomatis atau bersama oleh kedua, dalam cara yang terkoordinasi, dan pertukaran informasi otomatis, yang disediakan oleh jaringan TIK.

2.1.2.3 Indikator Kapabilitas Jejaring Usaha

Menurut Ngugi et al (2010) adapun indikator kapabilitas jejaring usaha adalah:

1. Jejaring social

   Family, teman, kenalan sehingga mendapatkan informasi dan dukungan.

2. Jejaring pendukung

   Agen-agen perbankan, pemerintah, organisasi non pemerintah.

3. Jejaring antar perusahaan

   Perusahaan besar atau kecil.

Kapabilitas jejaring usaha dapat diterapkan sebagai wadah pengelolaan aliansi ke arah pertumbuhan ekonomi perusahaan.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja merupakan sesuatu yang penting untuk perusahaan, khususnya kinerja pada pencapaian tujuan yang diharapkan. Baik atau buruknya kinerja dapat berpengaruh pada baik buruknya kenerja perusahaan. Kinerja dapat mempengaruhi berlangsungnya suatu kegiatan organisasi atau perusaahaan, semakin baik kinerja yang diberikan sangat membantu dalam kelangsungan perkembangan suatu organisasi atau perusahaan.

Berikut adalah pengertian kinerja usaha menurut para ahli diantaranya yaitu:

Menurut Robbins and Dessler dalam Prahartanto (2014:11), menyatakan: "Kinerja merupakan prestasi kerja, yaitu perbandingan antara hasil kerja dengan standar yang ditetapkan"

Menurut Theo Suhardi (2014:100) menyatakan:

> "Kinerja sangat dipengaruhi oleh kemampuan, motivasi, semangat dan harapan dari masing-masing individu terhadap dalam diri sesorang, kelompok dan perusahaan. kinerja menekankan efisiensi penghematan pemakaian sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan kata lain kinerja adalah produktivitas seseorang, kelompok maupun perusahaan, kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diingiinkan baik oleh individu, kelompok maupun perusahaan dapat dicapai dengan baik".

Menurut Mangkunegara (2014:9) menyatakan: “Kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja (output) baik kualitas maupun kualitas yang dicapai oleh seorang karyawan sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”.

Kinerja usaha, konsep ini telah banyak mengalami perkembangan dari konsep-konsep yang sifatnya konvensional sampai dengan konsep yang dianggap lebih modern, dan mempunyai kemampuan lebih baik dalam mengukur kinerja sebuah usaha. Oleh karena itu, berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan dapat melakukan evaluasi atau penilaian terhadap kinerja usaha sesuai dengan kepentingannya masing-masing investor dan calon investor sangat berkepentingan untuk mengetahui kinerja usaha, berkenaan dengan investasi yang telah mereka lakukan dengan prospeknya dimasa depan, kinerja suatu bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan atau kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu.

Moh. Pandu Tika (2014:12) jika kinerja suatu perusahaan baik, maka akan mendorong harga sahamnya naik, karena banyak investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, sesuai dengan hukum penawaran dalam teori ekonomi, bahwa semakin banyak orang menawar, maka akan meningkatkan harga barang tersebut. Pendapat yang sama diungkapkan Anna Wulandari (2012:143) ”kinerja perusahaan (performance) merupakan sebuah konstruk yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah orientasi strategi perusahaan. Penurunan kinerja perusahaan tertentu menjadi masalah dan merupakan tantangan

bagi orientasi strategi perusahaan untuk dapat terus mempertahankan kinerja perusahaan dengan baik melalui orientasi strategi perusahaan agar dapat bertahan dalam industri tersebut".

Dari beberapa pengertian diatas, kinerja usaha merupakan hasil dari beberapa keputusaan yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Perusahaan pada dasarnya merupakan suatu organisasi yang dibentuk untuk mencapai suatu tujuan tertentu yaitu memperoleh laba.

Kinerja usaha kecil juga sangat ditentukan oleh sikap kewirausahaan yang dimiliki oleh para wirausaha. Ada beberapa karakteristik sikap kewirausahaan, antara lain sikap inovatif, pengambilan resiko, dan proaktif (Lupiyoadi dan Bakir, 1999), disiplin, komitmen tinggi, jujur, kreatif dan inovatif, mandiri, dan realistis (Suharyadi, 2007), jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu dan tidak pemalas, selalu murah senyum, lemah lembut dan ramah tamah, sopan santun dan hormat, selalu ceria dan pandai bergaul, fleksibel dan suka menolong pelanggan, serius dan memiliki rasa tanggung jawab, dan rasa memiliki perusahaan yang tinggi (Kasmir, 2006).

Kinerja usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk padatindakan pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan atau tugas yang diminta. Variabel dalam penelitian ini dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Less dan Tsang yang dikutip oleh Theo Suhardi (2012:97) yang terdiri atas pertumbuhan

penjualan, pertumbuhan keuntungan usaha. Variabel ini diukur dengan 2 dimensi yaitu:

1. Pertumbuhan penjualan

   Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masalalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang, pertumbuhan atas penjualan merupakan dimensi penting penerimaan dasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, dimana pendapatan yang dihasilkan dari penjualan akan dapat digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan mencakup empat persepktif yaitu: sarana promosi, target penjualan, target pasar, dan kualitas produk.

2. Pertumbuhan Keuntungan Usaha

   Pertumbuhan keuntungan usaha merupakan hal penting penerimaan pasar dari produk dan jasa perusahaan tersebut, pertumbuhan keuntungan usaha yang konsisten dianggap penting bagi perusahaan yang dijual ke publik melalui sahamuntuk menarik investor. Pertumbuhan keuntungan usaha dapat di ukur melaluiaset perusahaan, profitabilitas dan produktivitas tenaga kerja.

2.1.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha

Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi menurut Rucky (2001;7) diantaranya yaitu:

1. Teknologi yang meliputi peralatan kerja dan metode kerja yang digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi.

Semakin berkualitas teknologi yang digunakan, maka akan semakin tinggi tingkat kinerja organisasi tersebut.

2. Kualitas input atau material yang digunakan oleh organisasi.
3. Kualitas lingkungan fisik yang meliputi keselamatan kerja, penataan ruangan dan kebersihan.
4. Budaya organisasi sebagai pola tingkah laku dan pola kerja yang ada dalam organisasi yang bersangkutan.
5. Kepemimpinan sebagai upaya untuk mengendalikan anggota organisasi agar bekerja sesuai dengan standar dan tujuan organisasi.
6. Pengelolaan sumber daya manusia yang meliputi aspek kompensasi imbalan, promosi dan lainnya.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Menurut Johnson (1991:19) pada jurnal penelitian Mulyanto (2007:76) "Kinerja usaha merupakan suatu kondisi yang ingin dicapai sebagai hasil dari usaha yang telah dilakukan oleh seluruh komponen perusahaan". Dalam hal ini indikator dari kinerja usaha dapat diukur dengan perilaku aktual ditempat kerja yang bersifat dimensional, dimana dimensi kerja meliputi:

1. Kualitas produk

   Mengeluarkan produk dengan kualitas yang baik
2. Kuantitas produk

   Pendapatan profit yang relatif naik
3. Waktu kerja

Menerapkan disiplin waktu dalam bekerja

4. Kerjasama dengan rekan kerja

   Memiliki kerjasama yang erat antar rekan kerja

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Sebelumnya

No.	Judul, Nama, dan Tahun Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dan Intensitas Perdagangan Turbulensi Pasar dan Teknologi Oleh: Yunia Wardi dkk (2017) ISSN: 1412-1700	Para pelaku UKM untuk meningkatkan kinerja usaha perlu melakukan inovasi produk sesuai dengan keinginan pasar atau pelanggan, lebih proaktif dalam mencari peluang-peluang usaha baru dan berani mengambil berbagai risiko usaha yang mungkin terjadi sebagai konsekuensi dari keinovasian dan keproaktifan.	Penggunaan variable orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha sebagai variable dependen.	Menggunakan turbulensi pasar dan teknologi sebagai variabel independen.
2.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Industri Makanan di Kecamatan Cipayung Jakarta Timur Oleh: Yulita Nurhartani dkk (2018)	Didapatkan bahwa orientasi pasar maupun orientasi kewirausahaan sama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, dan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja	Penggunaan orientasi kewirausahaan sebagai variable independent dan kinerja usaha sebagai variable independen	Penggunaan variable orientasi pasar sebagai variable dependen

	E-ISSN: 2623-1719	UMKM		
3.	Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi pada Usaha Kecil Tanaman Hias di Desa Sidomulyo, Kota Batu, Jawa Timur) Oleh: Endrik Andika (2019) P-ISSN: 2356-3672 E-ISSN: 2460-0989	Analisis yang dilakukan dengan variable orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha pada usaha kecil tanaman hias Desa Sidomulyo Kota Batu menghasilkan temuan bahwa semua rumusan masalah yang diajukan menyatakan signifikan atau terdapat pengaruh.	Penggunaan variable orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha sebagai variable independen	Penggunaan variable orientasi pasar sebagai variable dependen
4.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Industri UMKM Abon Ikan di Kota Makassar Oleh: Ayu Wulandary dkk (2017) ISSN: 2597-9426	Variable dimesi orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha yang terdiri dari keinovasian, proaktif dan agresivitas kompetitif.	Penggunaan variable orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha sebagai variable dependen	Tidak ada
5.	The Effect of Entrepreneurial Orientation on Business Performance Oleh: Yanlong Zhang (2012) ISSN: 1756-1396	Purpose of the corporate entrepreneurship on China's emerging economy.	Sama-sama menggunakan variable orientasi kewirausahaan sebagai variable independent dan variable kinerja usaha sebagai variable dependen.	Tidak ada
6.	Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja UKM Dengan Komitmen Perilaku Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Sentra UKM	Hasil analisis mendukung bahwa orientasi wirausaha mempunyai implikasi yang positif terhadap kinerja perusahaan	Sama-sama menggunakan variable orientasi wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha sebagai variable	Penggunaan variable komitmen perilaku sebagai variable intervening.

	Batik di Sragen, Jawa Tengah) Oleh: Fitri Lukiastuti (2012) E-ISSN: 2442-9155	melalui komitmen pelaku. Pengaruh komitmen perilaku terhadap hubungan antara orientasi dam kinerja perusahaan dapat dikatakan memberikan pengaruh yang cukup besar.	independent dan variable kinerja usaha sebagai variable dependen.	
7.	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha Pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo Oleh: Reswanda (2012) ISSN: 1412-5366	Hasil dalam penelitian ini menunujukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.	Penggunaan variable orientasi kewirausahaan sebagai variable independent dan penggunaan variable kinerja usaha sebagai variable dependen.	Penggunaan variable pembelajaran organisasi dan kenggulan daya saing sebagai variable dependen.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran berikut akan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka berfikir merupakan gambaran hubungan antara variable peneliti. Sugiyono (2017:388) mengemukakan bahwa “kerangka berfikir merupakan konseftual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Dengan demikian kerangkaberfikir harus mampu menggambarkan keterkaitan antara variabel peneliti secara jelas berdasarkan teori-teori yang mendukung. Kerangka pemikiran pada intinya berusaha

menjelaskan hubungan antara variable yang diteliti. Dalam hubungan tersebut yang idealnya dikuatkan oleh teori atau penelitian sebelumnya.

Pada era globalisasi ini Orientasi kewirausahaan ini tentu sangatlah penting dimiliki oleh seorang pengusaha. Orientasi kewirausahaan merupakan metode, praktek, gaya pembuatan keputusan yang digunakan untuk mengambil tindakan dengan penuh tanggung jawab. Adapun aspek-aspek didalam orientasi kewirausahaan ini adalah seperti keinovatifan, proaktif, serta keberanian dalam mengambil resiko. Karena semakin baiknya orientasi kewirausahaan seorang pengusaha akan berdampak pada citra sebuah perusahaan tersebut dan mampu mengalahkan pesaing-pesaing mereka.

2.2.1 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha

Orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dan munculnya peluang-peluang tersebut, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Wiklund, 1999) dalam Hanifah (2011:14).

2.2.2 Hubungan Kapabilitas Jejaring Usaha dan Kinerja Usaha

Pada penelitian Enny Susilowati M dan Guruh Taufan (2013), menyatakan bahwa jejaring usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja UKM. Hasil ini memberi maknabahwa informasi dan pengetahuan mempercepat pemahaman yanglebih baik mengenai pengembangan hubungan yang kuatdan flexibel dengan para pelanggan, dan juga dengan anggota-anggota rantai pemasok yang lain. Hubungan yang lebih

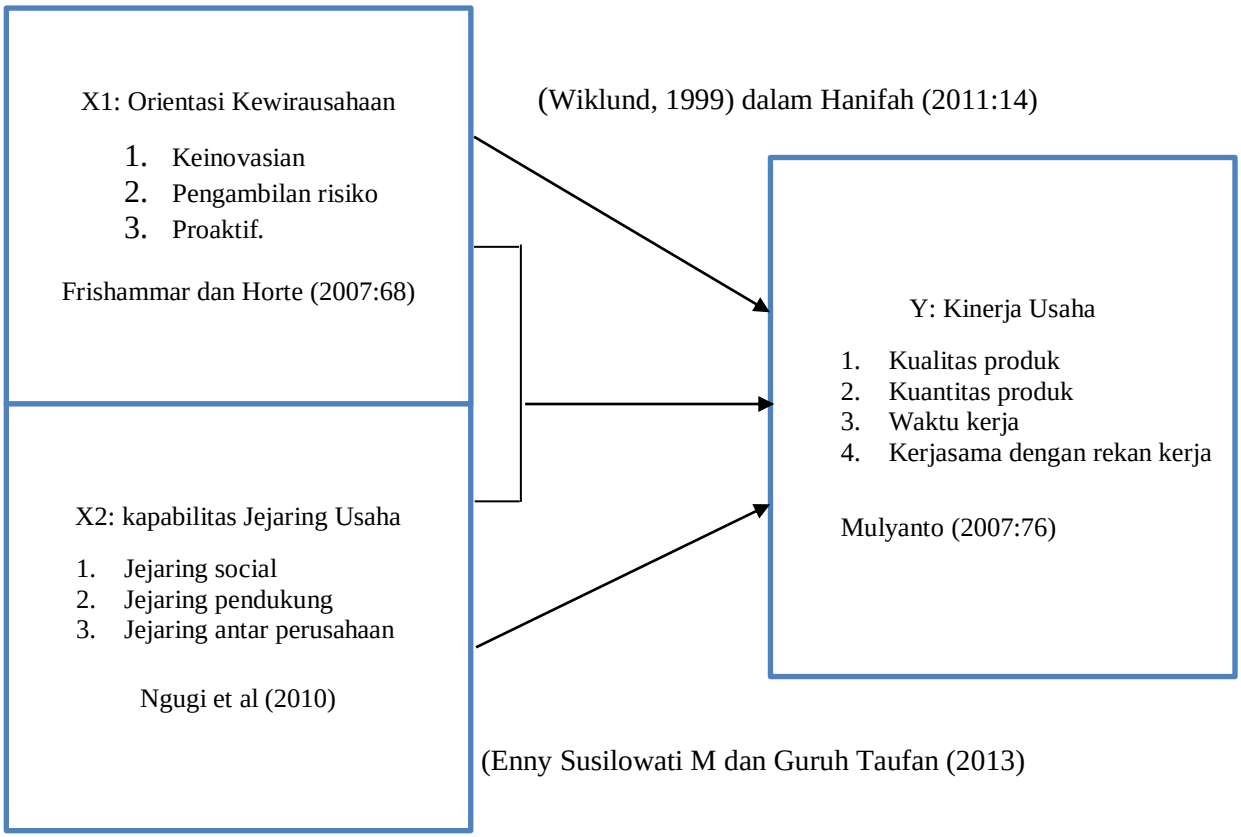
dekat dengan pemasok akan memberikan kontribusi yang cukup kuat terhadap kinerja perusahaan, antara lain efisiensi biaya, peningkatan kualitas, reliabilitas, dan pemenuhan kebutuhan input yang selalu tersedia setiap saat. Selain itu pemasok dapat meningkatkan sumber informasi tentang pengembangan pasar, teknologi baru, pergerakan para pesaing.

2.2.3 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Kinerja Usaha

Orientasi wirausaha merupakan karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko, kecepatan, dan fleksibilitas (Debbie Liao dan Philip Sohmen, 2001).

Terkait kinerja usaha, menurut Gosselin (2005), bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan. Pada penelitian Enny Susilowati M dan Guruh Taufan (2013), menyatakan bahwa jejaring usaha berpengaruh positif terhadap Kinerja UKM. Artinya, kedua variable tersebut sangat berpengaruh terhadap kinerja usaha karena sangat pentng dalam mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dan munculnya peluang-peluang.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:64) dalam **Trustorini Handayani dan Yusuf Tanjung (2017)**, menjelaskan tentang hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan,

belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Menurut Zimund bahwa:

“Hipotesis adalah proposisi atau dugaan belum terbukti bahwa tentative menjelaskan fakta atau fenomena, serta kemungkinan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian.”

Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan variable yang akan diuji sebenarnya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan yang dinyatakan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

X1: Variabel Independen 1, yaitu Orientasi Kewirausahaan

X2: Variabel Independen 2, yaitu Kapabilitas Jejaring Usaha

Y: Variabel Dependen, yaitu Kinerja Usaha

Hipotesis Utama:

- Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Jejaring Usaha terhadap Kinerja Usaha di Tengah Wabah Covid-19 pada Usaha Siomay dan Es Sekoteng Pak Oyen di Jakarta.

Sub Hipotesis:

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha di Tengah Wabah Covid-19 pada Usaha Siomay dan Es Sekoteng Pak Oyen di Jakarta.
2. Kapabilitas Jejaring Usaha berpengaruh terhadap Kinerja Usaha di Tengah Wabah Covid-19 pada Usaha Siomay dan Es Sekoteng Pak Oyen di Jakarta.