

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan

Menurut Wolff et al. (2015) Orientasi kewirausahaan adalah merupakan bentuk orientasi yang meningkatkan keunggulan kompetitif dalam inovasi produk, berani mengambil risiko dan tindakan proaktif untuk mengalahkan pesaing dan orientasi kewirausahaan cenderung berpengaruh positif terhadap kinerja.

Orientasi wirausaha menurut Utama, L (2018) adalah karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko, kecepatan, dan fleksibilitas

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya agar mampu melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga memperoleh keunggulan kompetitif. Haji, S., Arifin, R., & M.Khairul (2017),

Orientasi kewirausahaan merupakan 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 ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko. Porter (1997) dalam Rossa Amalia Fatmawati (2016)

Orientasi kewirausahaan merupakan karakteristik pada level perusahaan karena mencerminkan perilaku perusahaan menurut Covin dan Slevin (1989) dan Miller (1983) dalam Yunia.W, P.Susanto, N.Liza A.(2017)

Menurut Drucker dalam Trustorini (2021) Orientasi kewirausahaan adalah watak atau karakteristik seseorang yang memiliki usaha yang keras untuk mencapai suatu gagasan inovatif yang masuk kedalam global bisnis yang konkret dan bisa mengembangkannya dengan baik

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas mengenai orientasi kewirausahaan, peneliti mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah suatu strategi yang dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan kompetitif dengan mengelola sumberdaya.

2.1.1.2 Dimensi dan Indikator Orientasi Kewirausahaan

a. Dimensi

Orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan dengan pencarian peluang, keberanian mengambil resiko serta keputusan bertindak para pemimpin organisasi Knight, dalam Ni Made Sri Ayuni, Anak Agung Ngurah Eddy S.G, Ni Wayan Novi B.(2019) Orientasi kewirausahaan merupakan sistem nilai perusahaan yang nantinya menentukan arah gerak atau strategi perusahaan. Orientasi kewirausahaan terbagi dalam lima dimensi menurut Lumpkin dan Dess, dalam Ni Made Sri Ayuni, Anak Agung Ngurah Eddy S.G, Ni Wayan Novi B.(2019)

a) Keinovatifan (innovativeness)

Keinovatifan adalah kecenderungan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset dan pengembangan dalam proses-proses baru.

b) Pengambilan resiko (risk tasking)

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.

c) Keaktifan (proactiveness)

Keaktifan adalah sebuah pencarian peluang, perspektif memandang ke depan yang ditandai dengan pengenalan produk baru atau jasa baru lebih dulu dalam persaingan dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan masa mendatang.

d) Keagresifan bersaing (competitive aggressiveness)

Keagresifan bersaing adalah intensitas dari upaya-upaya perusahaan untuk mengungguli pesaing dan ditandai oleh sikap atau tanggapan ofensif atau respon agresif terhadap tindakan-tindakan pesaing.

e) Otonomi (autonomy)

Otonomi merupakan untuk bekerja secara mandiri, membuat keputusan dan mengambil tindakan yang bertujuan untuk memajukan konsep bisnis dan membayanya pada penyelesaian.

Orientasi Kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan dalam mengelola usahanya. Untuk mengukur orientasi kewirausahaan (*Entrepreneurial Orientation*) digunakan indikator yang dikembangkan dari penelitian Lee dan Tsang dalam Ni Made Sri Ayuni, Anak Agung Ngurah Eddy S.G, Ni Wayan Novi B.(2019) Orientasi yang telah di modifikasi sesuai dengan obyek yang di teliti, yaitu:

- a) Terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan atau kerja keras (*Need for Achievement*)
- b) Apa yang dicapai adalah hasil kerja keras sendiri atau kerja keras individu (*Internal Locus of Control*)
- c) Suka mengambil keputusan sendiri atau pengambil keputusan (*Self Reliance*)
- d) Menyukai banyak kesibukan atau suka mengembangkan potensi diri (*Extroversion*)

b. Indikator

Dalam orientasi kewirausahaan Menurut pandangan Miller dalam Yunia.W, P.Susanto, N.Liza A.(2017) Miller memperkenalkan tiga indikator yaitu keinovasian (*innovativeness*), keproaktifan (*proactiveness*), dan keberanian mengambil resiko (*risk taking*).

1. Keinovasian, adalah kesediaan mengenalkan corak atau sesuatu yang baru (*newness/novelty*) melalui proses kreatifitas dan eksperimen yang ditujukan dalam pengembangan produk maupun proses yang baru

2. Keproaktifan, merupakan karakteristik perspektif yang memandang kedepan (*forward looking*) dan memiliki pandangan masa depan untuk mengantisipasi permintaan ada mencari peluang yang akan datang
3. Keberanian mengambil resiko, merupakan pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, atau mengalokasi dana untuk usaha pada lingkungan yang tidak pasti

2.1.2 Diversifikasi Produk

2.1.2.1 Definisi Diversifikasi Produk

Perusahaan sering kali melakukan diversifikasi, Diversifikasi merupakan usaha untuk membuat jenis usaha menjadi beraneka ragam. Strategi diversifikasi adalah strategi pertumbuhan perusahaan dimana perusahaan melakukan ekspansi operasinya dengan memasuki industri yang berbeda (Robbins dan Coulter, 2012:230).

Menurut (Hill et al., 2015:322) diversifikasi adalah proses memasuki industri baru yang berbeda dengan industri inti perusahaan, untuk menghasilkan jenis produk baru yang dapat dijual secara menguntungkan

menurut Lucius Hermawan (2015), Diversifikasi produk merupakan suatu kebijakan dalam strategi perusahaan untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen melalui penganekaragaman produk dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas dengan jalan menciptakan produk atau jasa baru tanpa bergantung pada satu jenis produknya saja.

Diversifikasi produk merupakan upaya mengembangkan produk baru. Kegiatan yang dilakukan dalam diversifikasi produk yaitu menambah produk yang sudah ada dengan menggunakan bahan dasar yang sejenis. Apabila suatu perusahaan hanya membuat satu macam produk saja maka akibatnya perusahaan akan kehilangan peluang untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi. Tjiptono dalam Maya E.N dan B.Suryadi (2013)

Diversifikasi produk Menurut Rustam Effendy, dalam P.Puji Astuti (2021) sebagai peningkatan jenis, warna, model, ukuran, dan jenis produk yang ada dengan menambahkan produk atau jasa baru atau memperbaiki jenis, warna, model, ukuran, dan jenis produk yang ada untuk memaksimalkan keuntungan, sehingga memperluas jangkauan perusahaan.

Berdasarkan Pengertian ahli diatas mengenai diversifikasi produk, peneliti mendefinisikan diversifikasi produk merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan produk/jasanya dengan menciptakan produk (baru) menjadi beraneka ragam agar sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen untuk meningkatkan penjualan

2.1.2.2 Indikator Diversifikasi Produk

Menurut hasil dari penelitian Maya E.N.dan B.Suyadi (2013) Indikator pada variabel diversifikasi produk adalah

- a. ragam produk, keberagaman variasi produk.
- b. bentuk produk, merupakan salah satu bagian tampilan suatu produk yang dibedakan berdasarkan model dan struktur fisik produk

- c. ukuran produk, kapasitas produk yang berbeda beda mulai dari kecil, sedang hingga yang berukuran besar.

2.1.2.3 Tujuan Diversifikasi Produk

Tjiptono dalam Lucius Hermawan (2015) mengemukakan bahwa secara garis besar, diversifikasi produk dikembangkan dengan berbagai tujuan, antara lain:

1. Meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam Product Life Cycle (PLC).
2. Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan resiko fluktuasi laba.
3. Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.

Tujuan diversifikasi juga dikemukakan oleh Assauri dalam Lucius Hermawan (2015) yaitu penyebaran risiko, dimana kemungkinan kerugian yang diderita produk tertentu dapat ditutupi atau dikompensasi dari kemungkinan keuntungan yang lebih besar pada produk lainnya

2.1.2.4 Pelaksanaan Diversifikasi Produk

Menurut Sugito dalam TPL Bulan(2017) menyatakan bahwa ada beberapa usaha atau cara yang dapat dilakukan pada strategi diversifikasi, yaitu:

1. Pemisahan menambah lini produk baru, sehingga sama saja memperlebar bauran produk. Dengan cara ini lini baru akan dimanfaatkan kesempatan dari reputasi perusahaan.
2. Memperpanjang lini yang ada sehingga menjadi suatu perusahaan dengan lini produk yang lebih lengkap.

3. Perusahaan menambah atau mengurangi konsistensi lini produk, tergantung apakah perusahaan ingin meraih reputasi kuat pada suatu bidang saja atau melibatkan diri pada beberapa bidang.

2.1.2.5 Strategi Diversifikasi Produk

Strategi diversifikasi produk Menurut R. Heru Kristianto HC dalam S.Musdalifa, E.Qomariyah, dan Sahrin (2021) mengemukakan dibagi menjadi 3 yaitu:

- a. Diversifikasi Konsentris,yaitu strategi yang dijalankan dengan memperluas memperbanyak produk atau jasa ke dalam industri yang berkaitan.
- b. Diversifikasi Horisontal,yaitu strategi yang dijalankan dengan pengembangan produk atau jasa pada pasar atau konsumen yang sudah ada.
- c. Diversifikasi Konglomerat,yaitu strategi yang dijalankan dengan melakukan diversifikasi keluar dari sebuah industri dan masuk ke dalam industri yang tidak berkaitan. Senada dengan itu, Fandy Tjiptono dalam S.Musdalifa, E.Qomariyah, dan Sahrin (2021) juga menyatakan strategi diversifikasi produk dapat dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tiga cara sebagai berikut:

- a. Diversifikasi Konsentris,Produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Contoh: Unilever selain memproduksi pasta gigi, juga membuat sikat gigi. Dalam melakukan diversifikasi konsentris dapat dilalui dengan cara yaitu sebagai berikut:

- 1) Mendirikan perusahaan baru

2) Melakukan merger dan akuisisi

b. Diversifikasi Horizontal, Perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

Contoh: ketika Procter dan Gamble (perusahaan penghasil sabun) memasuki bisnis yang berbeda, seperti keripik kentang (pringle's), pasta gigi (crest dan gleem), kopi (folger's), dan lain sebagainya.

c. Diversifikasi Konglomerat, Produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda. Contoh: Canon yang memproduksi mesin fotokopi juga memasuki pasar kamera, komputer, dan printer (laser dan bubble-jet). Menurut Freddy

2.1.3 Keberhasilan Usaha

2.1.3.1 Definisi Keberhasilan Usaha

Menurut Lucky, E. O. I., Olusegun, A. I., & Bakar, M. S. (2012) Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai kemampuan dari pencapaian bisnis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Mardiana Sri (2014) Keberhasilan usaha adalah kondisi yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya, apabila dalam jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil/laba, jenis usaha dan pengelolaan.

Menurut Hilmi Wiranata (2019) Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Atau suatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik dari sebelumnya

Menurut Daulay dan Ramadini (2013) keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya

Menurut Noor dalam R.Dewi (2021) keberhasilan usaha pada hakikatnya merupakan keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis di katakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari orang melakukan bisnis.

Menurut Henry Faizal Noor (2008:397) dalam Sunan P.A, Hari M dan bambang W(2018). juga mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, karena laba adalah tujuan orang melakukan bisnis

Menurut Primiana dalam Yati Suhartini(2021) keberhasilan usaha adalah terpenuhinya permodalan, distribusi berjalan secara produktif, dan tercapainya tujuan organisasi sedangkan menurut Algifari dalam Yati Suhartini(2021) menyatakan bahwa keberhasilan usaha ditunjukkan dari efisiensi proses produksi yang meliputi efisiensi secara teknis dan ekonomis

Menurut M.Iffan (2022) merupakan pencapaian dalam bisnis yang dapat mencapai tujuan bisnis yang digariskan dari posisi bisnisnya dapat lebih baik daripada yang ada di grupnya dan dapat mengembalikan sumber daya yang telah dimanfaatkan.

Berdasarkan Pengertian ahli diatas mengenai keberhasilan usaha, peneliti mendefinisikan keberhasilan usaha merupakan usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan suatu usahanya yang tergambarkan dari posisi usahanya dapat berada lebih baik dari pada sebelumnya dan dapat mengembalikan aset yang telah digunakan.

2.1.3.2 Indikator Keberhasilan Usaha

Menurut Henry Faizal Noor (2008:397) dalam Sunan P.A, Hari M dan bambang W. (2018) indikator keberhasilan usaha terdiri dari :

adalah sebagai berikut :

1. (Laba/Profitability)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

2. Produktivitas dan Efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

4. Kompetensi dan Etika Usaha

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

5. Terbangunnya citra baik

perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, trust internal dan trust external. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust external adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

2.1.3.3 Faktor-faktor Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana dalam H.Hermansyah dan Dahmiri(2019) keberhasilan dalam kewirausahaan ditentukan oleh tiga faktor, yaitu yang mencakup hal-hal berikut:

1. Kemampuan dan Kemauan. Orang yang tidak memiliki kemampuan, tetapi banyak kemauan dan orang yang memiliki kemauan, tetapi tidak memiliki kemampuan, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses. Sebaliknya memiliki kemauan dan dilengkapi dengan kemampuan akan menjadi orang yang sukses. Kemauan saja tidak cukup bila tidak dilengkapi dengan kemampuan.
2. Tekad yang kuat dan Kerja keras. Orang yang tidak memiliki tekad yang kuat, tetapi memiliki kemauan untuk bekerja keras dan orang yang suka

bekerja keras, tetapi tidak memiliki tekad yang kuat, keduanya tidak akan menjadi wirausahawan yang sukses.

3. Kesempatan dan Peluang. Ada solusi ada peluang, sebaliknya tidak ada solusi tidak akan ada peluang. Peluang ada jika kita menciptakan peluang sendiri, bukan mencaricari atau menunggu peluang yang datang kepada kita.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

N O	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Sitti Musdalifa, Erni Qomariyah, Sahrun ISSN 2503-1406 (Online)	Analisis diversifikasi produk Dalam Meningkatkan penjualan pada sate Taichan Bali di kota Kendari	diversifikasi produk berpengaruh signifikan. Terhadap peningkatan penjualan	Persamaan terletak pada variabel (x2) diversifikasi produk	Metode penelitian
2	Ho-Taek Yi 1, Fortune Edem Amenuvor 2,* and Henry Boateng EISSN 2071-1050	<i>The Impact of Entrepreneurial Orientation on New Product Creativity, Competitive Advantage and New Product Performance in SMEs: The Moderating Role of Corporate Life Cycle</i>	EO memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kebaruan produk baru dan produk baru kebermaknaan	Persamaan terletak pada variabel (x1) orientasi kewirausahaan	<i>New Product Creativity, Competitive Advantage and New Product Performance</i>
3	Yun Hee Cho, Joo-Heon Lee ISSN: 2398-7812	<i>Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance (2018)</i>	orientasi kewirausahaan mempengaruhi bisnis nonfinansial risk-taking propensity tidak berpengaruh pada kedua	Persamaan terletak pada (x1) orientasi kewirausahaan	<i>entrepreneurial education and performance</i>

NO	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			bisnis keuangan		
4	Pembayun Puji Astuti Eissn: 2714-6588	Strategi Diversifikasi Produk Sebagai upaya menghadapi persaingan	Diversifikasi Produk berpengaruh terhadap persaingan usaha	Persamaan terletak pada (x2) diversifikasi produk	Metode penelitian
5	Dewi Lestari ISSN: 2355-6919	Pengaruh atmosfer toko dan diversifikasi produk terhadap kepuasan pelanggan pada Giant supermarket Pekanbaru	variabel atmosfer toko dan diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Persamaan terletak pada variabel (x2) diversifikasi produk	Perbedaan pada variabel kepuasan pelanggan
6	Jusmawi Bustan e-ISSN 2685-0885	Pengaruh karakteristik wirausaha, orientasi Pembelajaran dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha	orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha	Persamaan terletak pada variabel (x1) orientasi kewirausahaan dan (Y) keberhasilan usaha	Pada variabel KARAKTERISTIK WIRAUSAHA, ORIENTASI PEMBELAJARAN
7	Grant Alexander Wilson, Jason Perepelkin & David Di Zhang ISSN: 2169-2610	<i>The roles of diversification and specialization strategies in the entrepreneurial orientation and performance relationship</i>	Orientasi kewirausahaan pada implementasi penawaran yang terdiversifikasi terbukti positif dan signifikan	Persamaan terletak pada variabel (x1) orientasi kewirausahaan dan (x2) diversifikasi	Pada specialization strategies and performance relationship
8	Dyah Ayu Ardiyanti E-ISSN : 2614-1523	Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa	minat usaha maupun motivasi usaha secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha	Persamaan terletak pada variabel (y) keberhasilan usaha	Pada variabel Minat Usaha dan Motivasi Usaha
9	Elisa Fitri, Hesti	<i>The Effect of Creativity and</i>	Kreativitas dan inovasi	Persamaan terletak pada	Pada <i>Creativity and Product Innovation</i>

N O	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Sabrina & Wan Rizca Amelia ISSN 2774- 3004	<i>Product Innovation on Business Success in Coconut Shell Waste Craftsmen in The Bukit Lawang Plantation Village Bahorok District Langkat Regency</i>	produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap usaha	variabel (y) keberhasilan usaha	
10	Hari Susanto. 1 Suhariadi.2 ISSN: 2503-4901	Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Percetakan di Sampit	terdapat Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Usaha Percetakan Di Sampit.	Persamaan terletak pada variabel (y) keberhasilan usaha	Pada variabel pengaruh kreativitas dan inovasi

2.2 Kerangka Pemikiran

Di era globalisasi ini persaingan semakin banyak dan ketat dalam dunia usaha. Kota Bandung merupakan salah satu kota paling kreatif di Indonesia yang mampu menciptakan dan mengembangkan berbagai jenis peluang usaha, Maka sebagian besar kehidupannya ditopang oleh kegiatan bisnis. Banyak aktivitas usaha yang sama bermunculan oleh karena itu pelaku usaha harus dapat mengambil langkah yang tepat agar perusahaan dapat bertahan dan berhasil dalam keberlangsungan usahanya.

Agar pelaku usaha dapat bersaing dan mencapai suatu keberhasilan usaha pelaku usaha perlu memperhatikan beberapa hal. Perusahaan harus memiliki Orientasi kewirausahaan untuk mencapai keberhasilan usahanya yang merupakan cara perusahaan untuk bertindak bagaimana cara perusahaan dapat mencari peluang dan berani dalam pengambilan resiko agar perusahaan terus berkembang juga perlu

pemikiran yang kreatif agar dapat membuat inovasi baru dan perusahaan dapat bersaing dengan kompetitor yang berada dalam kawasan bisnis yang sama .

Kawasan Distro Parahyangan merupakan kumpulan penjual mulai dari berbagai produk clothing, mulai dari pakaian hingga aksesoris, dari berbagai produsen. Bisa berupa t-shirt, kemeja, jaket, celana, tas, dompet, sepatu dan masih banyak lagi. yang berada di kota Bandung. Karena banyak pelaku usaha melakukan usaha yang sama perusahaan harus bisa berorientasi untuk keberlangsungan usahanya Dan juga perusahaan harus melakukan pengembangan produk mereka agar dapat bersaing. diversifikasi produk diperlukan pelaku usaha untuk mengembangkan produk/jasanya agar meningkatkan penjualan dengan menciptakan produk baru berdasarkan ukuran, keberagaman ataupun bentuknya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi dalam keberhasilan usaha

2.2.1 Keterkaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Keberhasilan usaha

Orientasi Kewirausahaan merupakan cara perusahaan yang dapat mempengaruhi dalam keberhasilan usahanya. dalam menerapkan orientasi kewirausahaan perusahaan dapat melihat peluang, berani terbuka akan hal baru sehingga berani mengambil resiko untuk membangun pertumbuhan perusahaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Suhartini, 2021) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan

usaha. Orientasi kewirausahaan merupakan bagian penting dari seorang pengusaha untuk mencapai keberhasilan usahanya

2.2.2 Keterkaitan antara Diversifikasi Produk dengan Keberhasilan Usaha

Diversifikasi produk merupakan salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya . Diversifikasi produk yang dilakukan perusahaan dapat menciptakan peningkatan penjualan karena diversifikasi produk membuat pasar baru pada perusahaan dengan mengembangkan produk/jasanya

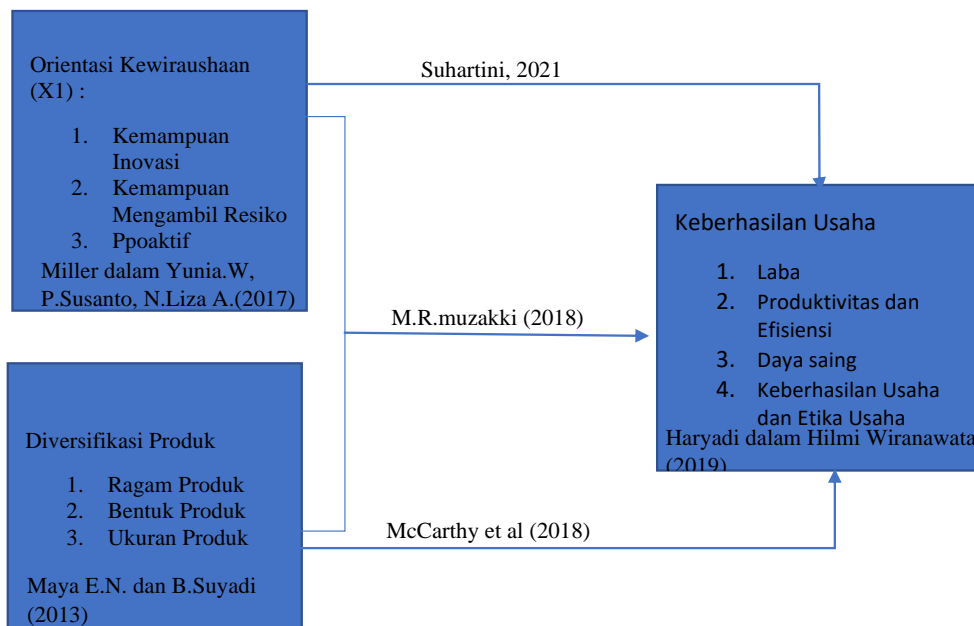
Keberhasilan wirausaha muncul dari berbagai keputusan strategis perusahaan, dan dengan demikian keputusan untuk melakukan diversifikasi dapat menjadi dasar keberhasilan itu. McCarthy et al (2018)

2.2.3 Keterkaitan antara Orientasi Kewirausahaan dan Diversifikasi Produk dengan Keberhasilan Usaha

Hal/faktor yang menjadikan keberhasilan usaha yaitu perusahaan harus mempersiapkan untuk menghadapi risiko dan pemberdayaan. Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis. (Lee & Peterson, Gupta, Mcmillan & surie, Prieto,) dalam E.Quantananda dan B.Haryadi (2015). hubungan antara orientasi kewirausahaan dan strategi diversifikasi produk Secara khusus bahwa orientasi kewirausahaan adalah sebuah model inovasi produk yang berangkat dari penawaran inti perusahaan. Pendekatan strategis orientasi kewirausahaan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari proses penciptaan produk McCarthy et al (2018)

Didukung pula oleh penelitian yang dilakukan M.R.muzakki (2018) Orientasi Kewirausahaan dan Diversifikasi Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha

Paradigma Penelitian



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap rumusan penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan belum diketahui yang empiric dan berdasarkan kerangka pemikiran teoritis baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum pada fakta-fakta empiris yang dipeoleh melalui pengumpulan data.

Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang peneliti simpulkan dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis Simultan :

H1 : Diduga Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Diversifikasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Kawasan Distro Parahyangan kota Bandung

Hipotesis Parsial :

H2 : Diduga Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada Kawasan Distro Parahyangan kota Bandung

H3 : Diduga Terdapat Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha pada Industri pada Kawasan Distro Parahyangan kota Bandung