

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis berusaha memaparkan konsep tentang apa yang penulis teliti agar dapat memudahkan dan menguraikan secara lebih rinci tentang variable - variable yang di teliti oleh penulis. Dan memudahkan para pembaca memahami apa yang penulis teliti.

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Definisi Orientasi Kewirausahaan

Auliya, R et.al (2019), orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, praktik dan keputusan yang memandu perusahaan dalam mengambil keputusan untuk memasuki pasar baru atau meluncurkan produk baru dan mencerminkan kecenderungan perusahaan terhadap inovasi, inisiatif dan pengambilan risiko. - perilaku pendapatan untuk meningkatkan aktivitas bisnis.

Jannah et.al (2019), Orientasi wirausaha sebagai arah untuk menjadi yang pertama, mengambil risiko dan lebih aktif terhadap perubahan pasar.

Jannah, et.al (2019), Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan atau pengusaha dalam mengelola sumber daya yang ada, yang memungkinkan mereka mencapai kesuksesan bisnis dengan strategi perubahan agar kompetitif dan lebih kompetitif.

Menurut Drucker (dalam Sartika & Handayani, 2021) Orientasi kewirausahaan adalah watak atau karakter-karakteristik terhadap seseorang yang memiliki usaha

yang keras untuk mencapai suatu gagasan.inovatif yang massuk kedalam global bisnis yang konkret dan bisa mengembangkannya dengan baik.

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto dan Raeni Dwisanty (2018:4) : “Untuk mencapai keunggulan kompetitif maka kemampuan strategis perusahaan harus menjadi vital, kemampuan strategis didefinisikan sebagai sistem pengetahuan yang terdiri dari seperangkat keterampilan dan perilaku yang saling melengkapi dan diwujudkan dalam proses organisasi yang memungkinkan bisnis, mengantisipasi perubahan kondisi dan merespon kebutuhan pasar.”

Dari beberapa definisi menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan adalah bagan kerja yang terdapat dalam perusahaan untuk menghadapi sebuah peluang usaha dalam memasuki pasar baru.

Tabel 2.1

Definisi Oraerientasi Kewirausahaan

No	Tahun	Sumber Referensi	Orientasi Kewirausahaan
1	2019	Auliya, R <i>et.al</i>	Orientasi Kewirausahaan adalah suatu proses, praktik dan keputusan yang memandu perusahaan dalam mengambil keputusan untuk memasuki pasar baru.
2	2013	Jannh <i>et.al</i>	Orientasi wirausaha sebagai arah untuk menjadi yang pertama, mengambil risiko dan lebih aktif terhadap perubahan pasar.
3	2019	Jannah <i>et.al</i>	Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan atau pengusaha dalam mengelola sumber daya yang ada, yang memungkinkan mereka mencapai kesuksesan bisnis dengan strategi perubahan agar kompetitif dan lebih kompetitif.

Tabel 2.1 yang didapatkan dari definisi orientasi kewirausahaan.

2.1.1.2 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Terdapat indikator orientasi kewirausahaan menurut pandangan Jannah, et.al (2019)

1. Keinovasian, adalah kesediaan mengenalkan corak atau sesuatu yang baru melalui proses kreatifitas dan eksperimen yang ditunjukan dalam pengembangan produk maupun proses yang baru.
2. Keproaktifan, merupakan karakteristik perspektif yang memandang kedepan (forwardlooking) 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.

2.1.1.3 Faktor – Faktor Orientasi Kewirausahaan

Menurut Aristiyo et.al (2017) ada beberapa faktor orientasi kewirausahaan diantaranya:

1. Inovasi
2. Proaktif
3. Berani Mengambil Resiko
4. Fleksibel

Menurut Raeni Dwisanty dan Yayan Ruhimat (2018:12) Seorang pengusaha diperlukan selalu kreatif dan inovatif, karena popularitas produk yang mungkin berhasil dijual tapi itu tidak harus berlangsung lama. Hal ini terjadi karena siklus hidup produk, khususnya produk industri melalui lima tahapan, sebagai berikut:

1. tahapan desain dan pengembangan;

2. tahapan Pendahuluan;
3. tahapan pertumbuhan;
4. tahapan konsolidasi dan kedewasaan;
5. tahapan penurunan.

2.1.2 Orientasi Pasar

2.1.2.1 Definisi Orientasi Pasar

Farida (2020) orientasi pasar mengembangkan aklimatisasi pasaran serupa perkumpulan data dan pendapat atau respon yang akurat tambah opsi kemauan nasabah periode ini dan sepuluh dekade depan.

Dalimunte (2017), orientasi pasar adalah kemampuan suatu perusahaan untuk secara konsisten menciptakan nilai unggul dalam persaingan pasar. Indikator tren pasar telah dikembangkan oleh beberapa ahli, antara lain tren konsumen, tren persaingan, dan koordinasi lintas fungsi.

Zulkarnain (2019), orientasi pasar adalah praktik dalam bisnis atau perusahaan yang menghasilkan hasil kinerja (efektivitas bisnis) dengan menciptakan persepsi konsumen.

Dari beberapa definisi menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar merupakan kemampuan perusahaan menciptakan nilai-nilai unggul secara berkelanjutan dalam persaingan pasar dan memberikan hasil kerja melalui persepsi konsumen.

Tabel 2.2**Definisi Orientasi Pasar**

No	Tahun	Sumber Referensi	Orientasi Pasar
1	2020	Farida	orientasi pasar mengembangkan aklimatisasi pasaran serupa perkumpulan data dan pendapat atau respon yang akurat tambah opsi kemauan nasabah periode ini dan sepuluh dekade depan
2	2017	Bukhari	orientasi pasar adalah kemampuan suatu perusahaan untuk secara konsisten menciptakan nilai unggul dalam persaingan pasar. Indikator tren pasar telah dikembangkan oleh beberapa ahli, antara lain tren konsumen, tren persaingan, dan koordinasi lintas fungsi
3	2019	Zulkarnain	orientasi pasar adalah praktik dalam bisnis atau perusahaan yang menghasilkan hasil kinerja (efektivitas bisnis) dengan menciptakan persepsi konsumen.

Tabel 2.2 yang didapatkan dari definisi orientasi pasar

2.1.2.2 Indikator Orientasi Pasar

Indikator yang digunakan orientasi pasar menurut Farida (2020) adalah sebagai berikut:

1. Orientasi pelanggan adalah pemahaman mengenai pembeli sasaran. Orientasi pelanggan adalah komitmen perusahaan dalam memuaskan pelanggan, mengumpulkan informasi kebutuhan pelanggan, mencari cara memuaskan pelanggan, dan memperhatikan keluhan pelanggan
2. Orientasi pesaing adalah memahami keunggulan dan kelemahan para pesaing. Orientasi pesaing berarti pemahaman yang dimiliki penjual dalam memahami kekuatan-kekuatan jangka pendek, kelemahan-kelemahan, kapabilitas- kapabilitas dan strategi-strategi jangka panjang baik dari pesaing utamanya saat ini maupun pesaing-pesaing potensial utama.
3. Koordinasi antar fungsi adalah pemanfaatan sumber daya perusahaan secara terkoordinasi untuk menciptakan nilai superior bagi para pelanggan yang menjadi target. Koordinasi antar fungsi adalah merefleksikan pendayagunaan secara

terkoordinasi dari seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan dalam rangka menciptakan superior customer value bagi pembeli sasaran.

2.1.2.3 Faktor – Faktor Orientasi Pasar

Menurut Kumalaningrum (2012) faktor Orientasi pasar ada 3 diantaranya:

1. Pelanggan (seperti, suka atau tidak suka, ketidak-puasan, persepsi, dan lainnya)
2. faktor yang mempengaruhi pelanggan (misalkan, persaingan, kecenderungan ekonomi, sosial budaya, dan lainnya)
3. Faktor yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi dan memuaskan pelanggan (misalkan teknologi, regulasi, dan lainnya)

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Definisi Kinerja Usaha

Menurut Fitriyaningsih (2019) kinerja usaha adalah seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi.

Kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak organisasi mencapai tujuan tersebut. Selain itu, kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai seberapa besar organisasi dapat mengatasi faktor lingkungan yang berfluktuasi seperti keuntungan, produktivitas, kepuasan karyawan, tanggung jawab sosial, dan kelangsungan bisnis Cho et.al (2018).

Pendapat lain mengatakan bahwa kinerja usaha didefinisikan sebagai kemampuan operasional untuk memuaskan keinginan pemegang saham utama perusahaan, dan harus dinilai untuk mengukur pencapaian organisasi Udriyah et.al., (2019).

Dari penelitian menurut beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha adalah serangkaian kegiatan organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis agar dapat dinilai untuk mengukur pencapaian organisasi.

Tabel 2.3

Definisi Kinerja Usaha

No	Tahun	Sumber Referensi	Kinerja Usaha
1	2019	Fitrianingsih	kinerja usaha adalah seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi.
2	2018	Cho <i>et.al</i>	Kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai seberapa banyak organisasi mencapai tujuan tersebut. Selain itu, kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai seberapa besar organisasi dapat mengatasi faktor lingkungan yang berfluktuasi seperti keuntungan, produktivitas, kepuasan karyawan, tanggung jawab sosial, dan kelangsungan bisnis
3	2019	Udriyah <i>et.al</i>	Pendapat lain mengatakan bahwa kinerja usaha didefinisikan sebagai kemampuan operasional untuk memuaskan keinginan pemegang saham utama perusahaan, dan harus dinilai untuk mengukur pencapaian organisasi

Tabel 2.3 yang didapatkan dari definisi kinerja usaha

2.1.3.2 Indikator Kinerja Usaha

Untuk mengukur kinerja usaha menurut Fitrianingsih (2019) menjelaskan menggunakan 3 indikator yaitu peningkatan penjualan, peningkatan profit, dan pertumbuhan memuaskan. Berikut penjelasannya :

1. Peningkatan penjualan

Peningkatan penjualan dapat diukur menurut penilaian pelaku usaha dengan rata - rata tingkat penjualan selama tiga tahun berakhir.

2. Peningkatan profit

Keuntungan atau laba pengukurannya dinilai dari rata-rata tingkat keuntungan perusahaan selama kurun waktu 3 tahun terakhir.

3. Pertumbuhan memuaskan

Menilai seberapa puas wirausahawan terhadap pertumbuhan usaha selama pertumbuhan usaha selama kurun waktu 3 tahun.

2.1.3.3 Faktor – Faktor Kinerja Usaha

Menurut Cipta (2014) faktor kinerja usaha dapat dilihat dari berikut ini :

1. Nilai Tambah
2. Unit usaha, tenaga kerja dan produktivitas
3. Nilai ekspor. Perbandingan jumlah unit, tenaga kerja yang diserap, jumlah nilai produksi yang diciptakan serta nilai investasi

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4

Tabel Penelitian Terdahulu

NO	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Udriyah, Jacqueline Tham and S. M. Ferdous Azam.</i>	<i>The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and</i>	<i>This study has provided an empirical investigation to determine the effects of market orientation and</i>	1. Terdapat persamaan pada variable orientasi pasar	1. Terdapat perbedaan pada beberapa variable

	<i>Management Science Letters 9 (2019) 1419–1428 doi: 10.5267/j.msl.2019.5.009</i>	<i>business performance of textile SMEs</i>	<i>innovation toward competitive advantage and business performance of textile SMEs in Selangor, Malaysia.</i>		2. Dan tempat penelitian yang berbeda
2.	<i>Yun Hee Cho and Joo-Heon Lee Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship Vol. 12 No. 2, 2018 pp. 124-134 Emerald Publishing Limited 2398-7812 DOI 10.1108/APJIE-05-2018-0028</i>	<i>Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance</i>	<i>To accomplish the purpose of this study, we carried out a survey targeting nascent entrepreneurs and total early-stage entrepreneurs with less than seven years of experience. Our results of this study were as followed. First, among the subfactors of entrepreneurial orientation, it was clear that innovative progressiveness affected nonfinancial business performance. Second, risk-taking propensity did not influence on both financial business performance and nonfinancial performance. Third, both entrepreneurship education had no connection with entrepreneurial orientation or business performance.</i>	1. Terdapat persamaan pada variable orientasi kewirausahaan	1. Terdapat perbedaan pada variable Y
3.	Tasya Calista Sondra dan Oey Hannes Widjaja Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume III No. 2/2021 Hal: 500-508	PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat. 2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap	1.terdapat persamaan variable yang diteliti x1,x2 dan Y.	1. perbedaan terdapat pada variabel X3 yaitu Inovasi 2. perbedaan pada jumlah variabel yang di teliti

			<p>kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat.</p> <p>3. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat.</p>		
4.	<p>Silviasih Franky Slamet & Denny Iskandar</p> <p>JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS, VOL. 16, NO. 1, JANUARI - JUNI 2016</p>	<p>PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA PADA PEMILIK UKM SEKTOR MANUFAKTUR GARMEN DI TANAH ABANG, JAKARTA PUSAT</p>	<p>kesimpulan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara positif mempengaruhi kinerja usaha pada pemilik UKM sektor manufaktur garmen. Bagi peneliti masa depan, sebaiknya mempertimbangkan untuk mengembangkan penelitian dengan meneliti faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kinerja usaha serta memperluas cakupan wilayah penelitian. Terakhir,</p>	<p>1. Sama – sama meneliti orientasi pasar dan kinerja usaha</p>	<p>1. Perbedaan terdapat pada tempat penelitian</p>
5.	<p>Riska Puspitasari</p> <p>Vol 2, No 2, Oktober 2022, p. 45-48</p> <p>e-ISSN: 2777-0346 p-ISSN: 2777-0354</p> <p>https://doi.org/10.52364/synergy.v2i2.20</p>	<p>Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha</p>	<p>Orientasi kewirausahaan yang terdiri dari aspek keinovasian berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis pada para pelaku usaha yang dilakukan oleh mahasiswa. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha, hasil tersebut mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan serta mampu meningkatkan kinerja usaha pada mahasiswa.</p>	<p>1. Persamaan terdapat pada variabel X1 & Y.</p>	<p>1. Perbedaan terdapat pada jumlah variabel yang diteliti</p>
6.	<p>Rizki Aulia, Miguna Astuti, Hariyanto Ridwan</p>	<p>Meningkatkan Kinerja Pemasaran</p>	<p>Berdasarkan tujuan penelitian, hasil serta pembahasan yang telah</p>	<p>1. Persamaan terdapat</p>	<p>1. Perbedaan terdapat</p>

	<p>Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, Vol. 20 No. 1, 2019, 27-38 DOI: https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397</p> <p>ISSN 1693-7619 (print) ISSN 2580-4170 (online),</p>	<p>melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan</p>	<p>diuraikan mengenai pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kuliner di wilayah Ciganjur Jakarta Selatan serta pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa: Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di wilayah Ciganjur, Jakarta Selatan. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di wilayah Ciganjur, Jakarta Selatan.</p>	<p>pada variabel X1 & X2</p>	<p>pada variabel Y 2. Dan tempat penelitian</p>
7.	<p>Miftakhul Jannah Dra. Hj. S. Anugrahini Irawati, M.M. Hadi Purnomo, SE., M.M</p> <p>Eco-Entrepreneurship, Vol 5 No 1 Juni 2019</p>	<p>PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM BATIK GEDOG KHAS TUBAN</p>	<p>Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka kesimpulannya adalah variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja usaha.</p>	<p>1. Persamaan terdapat pada variabel orientasi kewirausahaan</p>	<p>1. Perbedaan pada jumlah populasi 2. Dan tempat penelitian</p>
8.	<p>Muhammad Haseeb, Hafezali Iqbal Hussain, Sebastian Kot, Armenia Androniceanu, and Kittisak Jermsittiparsert</p>	<p><i>Role of Social and Technological Challenges in Achieving a Sustainable Competitive Advantage and Sustainable Business Performance</i></p>	<p><i>The present study majorly focuses on sustainable business performance among Malaysian SMEs. The objective of this study is to examine the roles of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance. Additionally, the mediating role of strategy alignment has also been examined between social</i></p>	<p>1. Persamaan terdapat pada Y</p>	<p>1. Perbedaan terdapat pada metode penelitian</p>

			<i>challenges, technological challenges and sustainable competitive advantage.</i>		
9.	<i>Muzaffar Asada, Muhammad Salman Shabbirb, Rabia Salmanb, Syed Hussain Haiderc and IsrarAhmadb Management Science Letters 8 (2018) 1015–1026</i>	<i>Do entrepreneurial orientation and size of enterprise influence the performance of micro andsmall enterprises? A study on mediating role of innovation</i>	<i>Enterprises try to make enhancement for performing better on the market.This study has been conducted to investigate the factors that may directly or indirectly influence perfor-mance of organizations. Through this research it has been identified that entrepreneurial orientation andinnovation were very important for improvement in performance of MSEs. Innovation plays a significantmediating role to enhance performance. The degree of entrepreneurial orientation and the level of inno-vation is higher in small enterprises as compared with micro enterprises</i>	1. Persamaan terdapat pada variabel X1 yang diteliti	1. Dan tempat penelitian yang berbeda
10.	<i>Muhammad Tamar et.al (2019).</i>	<i>The Buginese entrepreneurs; the influence of local values, motivation and entrepreneurial traits on business performance</i>	<i>The results showed this research successfully showed that local cultural value system (BCVS) had a significant effect on the performance of Buginese entrepreneurs through the mediating role of MTV and ET</i>	1. Menggunakan variabel yang sama	1. Posisi variable berbeda 2. Metode

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian Pustaka yang telah diuraikan oleh penulis dalam penelitian mengenai beberapa variable. Setiap pengusaha bertujuan untuk sukses ataupun berhasil dalam kerjanya yang dapat memungkinkan keberhasilan mendorong pengusaha untuk memperbarui semangat dalam berusaha serta dapat mencapai kinerja usaha yang terbaik.

Alasan peneliti memilih lokasi atau wilayah tersebut karena merupakan bisnis usaha peneliti sendiri yang terletak di kantor sekretariat Himpunan Pengusaha Mebel Pasundan Cimahi yang beralamat di Jl. Kolonel Masturi No.107, Cipageran, Kec. Cimahi Utara, Kota Cimahi, Jawa Barat 40511. Tempat ini sangat strategis karena dekat dengan perkotaan, pusat perbelanjaan, dimana akomodasi maupun transportasi dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat.

Kinerja usaha disuatu perusahaan atau organisasi berperan sangat penting karena serangkaian kegiatan organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis agar dapat dinilai untuk mengukur pencapaian organisasi. Didalam kinerja usaha terdapat beberapa indikator yang pertama ada peningkatan penjualan adalah Peningkatan penjualan dapat diukur menurut penilaian pelaku usaha dengan rata-rata tingkat penjualan selama tiga tahun berakhir, yang kedua peningkatan profit adalah Keuntungan atau laba pengukurannya dinilai dari rata-rata tingkat keuntungan perusahaan selama kurun waktu 3 tahun terakhir dan yang ketiga pertumbuhan memuaskan adalah Menilai seberapa puas wirausahawan terhadap pertumbuhan usaha selama pertumbuhan usaha selama kurun waktu 3 tahun.

Selain kinerja usaha, dalam melaksanakan suatu bisnis dibutuhkan orientasi pasar karena orientasi pasar sangat penting dalam berjalannya suatu perusahaan agar menciptakan nilai-nilai unggul secara berkelanjutan dalam persaingan pasar dan memberikan hasil kerja melalui persepsi konsumen yang akan mendorong kinerja usaha suatu bisnis karena orientasi pasar berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha yang didalamnya terdapat indikator seperti yang pertama orientasi pelanggan adalah pemahaman mengenai pembeli sasaran, yang kedua orientasi pesaing adalah memahami keunggulan dan kelemahan para pesaing dan yang ketiga atau yang terakhir koordinasi antar fungsi adalah pemanfaatan sumber daya perusahaan secara terkoordinasi untuk menciptakan nilai superior bagi para pelanggan yang menjadi target.

Dalam suatu organisasi atau perusahaan mereka harus memiliki orientasi kewirausahaan agar dapat menghadapi sebuah peluang usaha dalam memasuki pasar baru. Orientasi kewirausahaan adalah bagian kerja yang terdapat dalam perusahaan untuk menghadapi sebuah peluang usaha dalam memasuki pasar baru. Yang didalamnya terdapat beberapa indikator yang pertama keinovasian adalah kesediaan mengenalkan corak atau sesuatu yang baru melalui proses kreatifitas dan eksperimen yang ditujukan dalam pengembangan produk maupun proses yang baru, yang kedua keproaktifan adalah karakteristik perspektif yang memandang kedepan (*forwardlooking*) dan memiliki pandangan masa depan untuk mengantisipasi permintaan ada mencari peluang yang akan datang dan yang ketiga keberanian mengambil resiko adalah pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, atau

mengalokasi dana untuk usaha pada lingkungan yang tidak pasti.

Pada semua variable yang diteliti peneliti masing – masing memiliki keterkaitan antara variable seperti terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha lalu orientasi pasar berpengaruh secara parsial terhadap kinerja usaha dan terdapat pengaruh secara simultan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha.

2.2.1 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Menurut Puspitasari (2022) Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha, hasil tersebut mampu meningkatkan orientasi kewirausahaan serta mampu meningkatkan kinerja usaha pada mahasiswa dan penelitian yang dilakukan oleh Cho *et.al* (2018) dengan judul, “Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Education And Performance”. Dimana ditemukan dalam penelitian ini jika variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.



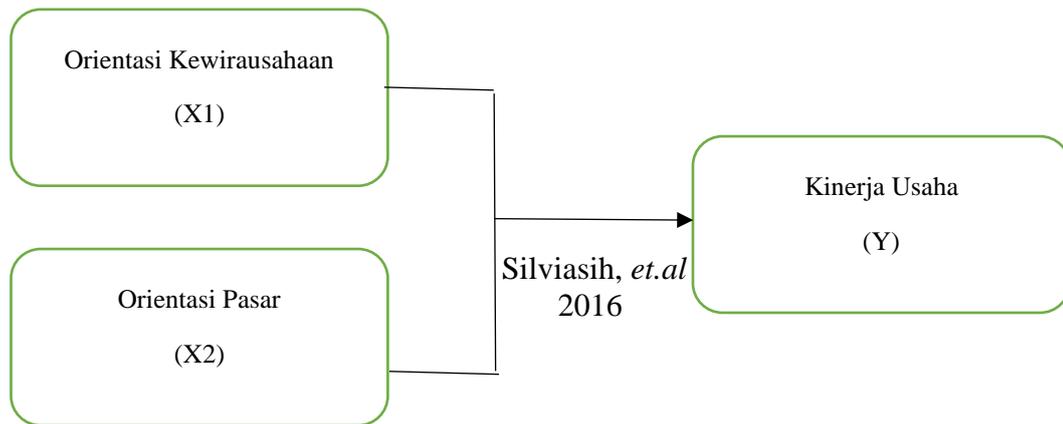
Gambar 2.1 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

2.2.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha

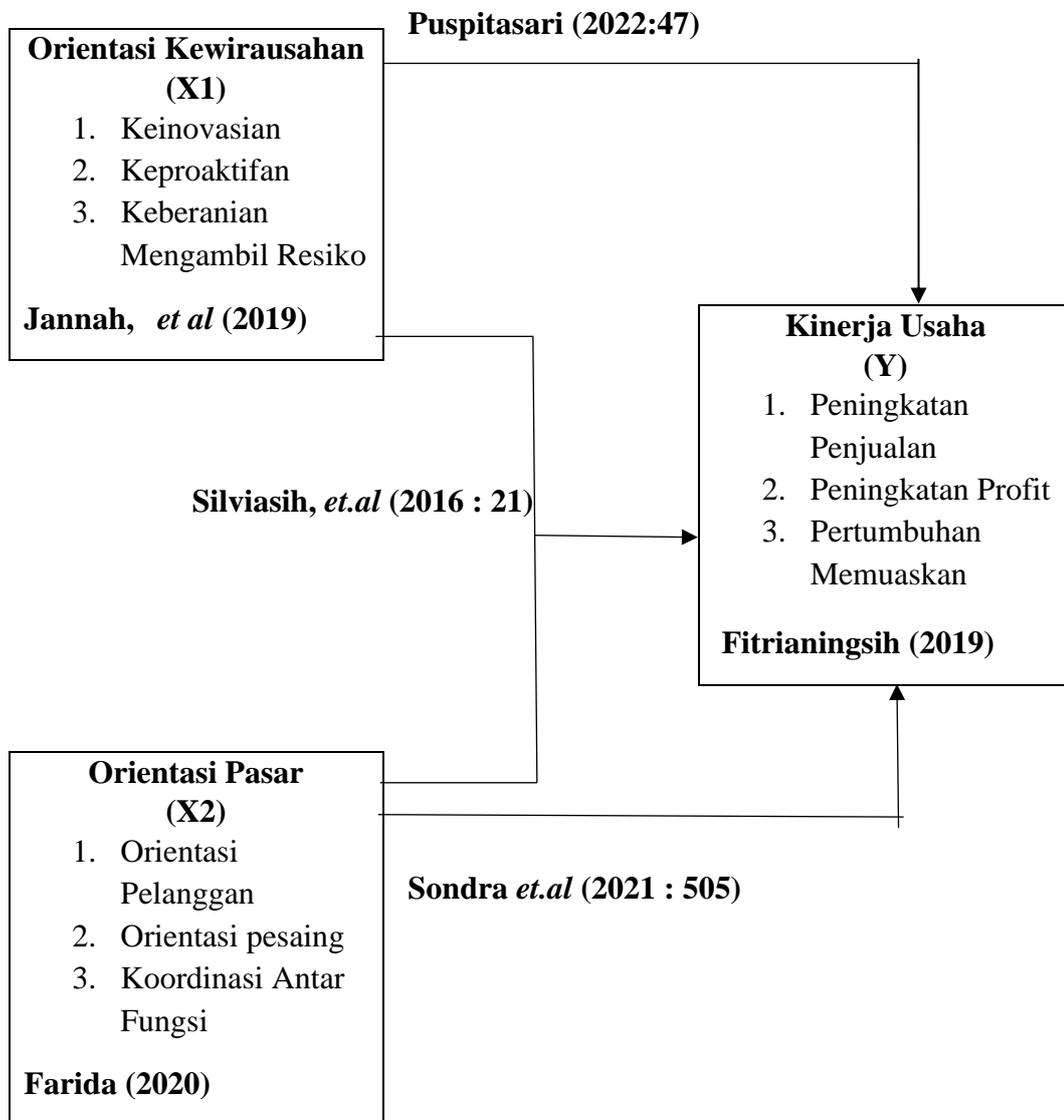
Menurut Silviasih, *et.al* (2016) bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan secara positif mempengaruhi kinerja usaha pada pemilik UKM sektor manufaktur garmen.

Menurut Setiawan (2013) Berdasarkan hasil penelitian, disarankan bagi

pengusaha kecil khususnya usaha pengolahan mempertahankan kemampuan yang dimiliki berkaitan dengan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sehingga akan meningkatkan kinerja usaha.



Gambar 2.3 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha



Gambar 2.4 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Narimawati (2007), mengemukakan bahwa: “ Hipotesis dapat dikatakan sebagai pendugaan sementara mengenai hubungan antar variabel yang akan diuji kebenarannya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian yang dinyatakan”.

Sedangkan menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa : “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru didasar pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta – fakta empiris yang di peroleh melalui pegumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiric”.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah tersebut, bahwa : Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan oleh penulis maka penulis menduga atau memakai hipotesis sebagai berikut :

H1 : Diduga Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Pada Himpunan Pengusaha Mebel Pasundan

H2 : Diduga Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Pada Himpunan Pengusaha Mebel Pasundan

H3 : Diduga Terdapat Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Usaha Pada Himpunan Pengusaha Mebel Pasundan

2.2.2 Keterkaitan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha

Menurut Sondra *et.al* (2021) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat. Udriyah *et al* (2019) melakukan penelitian dengan data survei di kota Selangor, Malaysia yang menyatakan orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.



Gambar 2.2 Keterkaitan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha