BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Kewirausahaan

2.1.1.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Menurut pendapat Porter (2008:419) bahwa : Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama.

Sementara itu pengertian lain disebutkan oleh Utami (2012:4) yang mengemukakan bahwa

> "Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada new entry. Orientasi kewirausahaan muncul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang new entry untuk berhasil sangat tergantung pada kinerja yang menjadi tujuan".

Menurut Knight (2000) dalam Muzakar Isa (2011:162). istilah Orientasi Kewirausahaan adalah sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha.

Defenisi lain dikemukakan oleh Weerawardena 2003 dalam Meike Supranoto (2009:21) bahwa "Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan".

Menurut Lumpkin dan Dess (1966) dalam Sri Muljaningsi (2011:436) bahwa orientasi kewirausahaan adalah sebagai sesuatu yang mengarah kepada

proses, latihan dan aktivitas dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan produk baru

Dari berbagai pengertian diatas, dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan adalah strategi perusahaan untuk masuk kedalam pasar tertentu yang mana didalamnya terdapat kegiatan kegiatan yang tergantung pada tujuan perusahaan itu sendiri.

Dari kelima penertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan atau kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil risiko untuk memulai atau mengelola usaha. yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan

2.1.1.2 Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan

Menurut Geoffrey G. Meredith (Suryana, 2006:24) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan

Ciri - ciri	Watak
1. Percaya diri	Keyakinan ketidaktergantungan, individualitas, dan optimisme
2. Berorientasi pada tugas dan hasi	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik dan insiatif.
3. Pengambilan resiko dan suka tantangan	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar

4. Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran – dan kritik
5. Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
6. Berorientasi ke masa depan	Pandamgan ke masa depan, perspektif.

Sumber Tabel : Suryana, 2006:24

2.1.1.3 Tipe Orientasi Kewirausahaan

Menurut Hutagalung (2010:7), tipe kewirausahaan dibagi atas 4 (empat), antara lain :

1. *The personal achiever,* ciiri-ciri wirausaha tipe *personal achiever* adalah sebagai berikut:

   a. Memiliki kebutuhan berprestasi

   b. Memiliki kebutuhan atas umpan balik

   c. Memiliki kebutuhan perencanaan dan penetapan tujuan

2. *The supersales person,* memiliki ciri-ciri sebagai berikut :
   a. Memiliki kemampuan memahami dan mengerti orang lain
   b. Memiliki keinginan membantu orang lain
   c. Percaya bahwa proses-proses social sangat penting
3. *The real manager,* ciri-ciri tipe ini adalah sebagai berikut:
   a. Keinginan bersaing
   b. Ketegasan
   c. Keinginan untuk menonjol di antara orang-orang lain

4. *The expert iden generation,* ciri-ciri wirausaha tipe *expert idea generation* adalah sebagai berikut:
    a. Keinginan untuk melakukan inovasi
    b. Menyukai gagasan-gagasan
    c. Intelegensi yang tinggi

2.1.1.4 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Indikator dari Orientasi kewirausahaan dikemukakan oleh Lumpkin dan Dess (1966) yang berpendapat bahwa ada 4 (empat) indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan, yaitu:

1. **Inovatif**

   Keinginan perusahaan untuk mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru.

2. **Berani Mengambil Resiko**

   Adalah Upaya pencarian peluang-peluang baru.

3. **Proaktif**

   Adalah bertindak aktif mendeteksi pesaing dan merespon permintaan pasar pada masa mendatang.

4. **Agresifitas bersaing**

   Adalah intensitas perusahaan dalam merespon dan memanfaatkan peluang-peluang baru.

Dari pendapat diatas, terlihat bahwa indikator dari orientasi kewirausahaan jika diperhatikan dengan dan diintegrasikan secara baik oleh pelaku bisnis, maka akan menaikkan kinerja perusahaan.

2.1.2 Kreativitas

2.1.2.1 Pengertian Kreativitas

Kreativitas menurut Suryana (2003) dalam penelitian Ernani Hadiyati (2011:10) menyatakan bahwa :

"Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembagakan ide – ide baru dan untuk menemukan cara – cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang."

Menurut Ernani Hadiyati (2011:10) mengatakan bahwa :

> "Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu suatu tugas yang lebih bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari atau menemukan sesuatu hal baru"

Atribut orang yang kreatif adalah : terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, mnerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesutu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berfikir dan bertindak, memerlukan dan mengasumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang telah diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar kemampuan untuk mengasah ide-

ideyang baru, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belom jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berfikir dalam imajinasi, dan selektif.

Menurut (e.g., Eysenck, 1993; Guilford, 1950) dalam penelitian Mark Betey (2012:57) menyatakan bahwa :

"Those who emphasize a person-centered view of creativity will probably assess creativity with reference to trait attributes, like intelligence or personality"

"Mereka yang menekankan pandangan orang-berpusat kreativitas mungkin akan menilai kreativitas dengan referensi untuk atribut sifat, seperti kecerdasan atau kepribadian"

Menurut Suryana (2003) dalam penelitian Ernani Hadiyati (2011:10) menyatakan bahwa:

"Kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara- cara baru dalam memecahkan persoalan dalam peluang".

Kreativitas merupakan suatu kemampuan seseorang di dalam menghasilkan ide-ide maupun produk baru dan sesuai dengan tuntutan keadaan, di mana ide-ide maupun produk tersebut dibutuhkan. Kemampuan itu dapat diterima dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar sebagai sesuatu yang wajar dan bukan sesuatu yang aneh dan tidak masuk akal, apabila ide-ide atau produk baru yang dihasilkan dianggap mampu memenuhi kebutuhan. Orang yang kreatif akan memiliki sikap,

pemikiran dan perilaku kreatif apabila kemampuannya dipupuk sejak dini karena kreativitas merupakan suatu proses.

Banyak ahli memberikan definisi mengenai kreativitas, menurut Evans (1994) dalam penelitian Deden A. Wahab Syah'roni, Janivita J. Sudirham (2012:46) kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengatahuan di dalam pikiran-pikiran manusia yang membiarkan dirinya untuk berfikir secara lebih bebas dalam membangkitkan hal-hal baru, atau menghasilkan gagasan – gagasan yang mengejutkan pihak lain dalam menghasilkan hal yang bermanfaat.

Pengertian lainnya menurut Stoner, Freeman dan Gilbert (1996) dalam penelitian Deden A. Wahab Syah'roni, Janivita J. Sudirham (2012:46) mengatakan bahwa kreativitas merupakan penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman berlainan untuk menghasilkan ide – ide baru dan lebih baik.

Kreativitas juga merupakan keterampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subjek dari perspektif baru dan membentuk kombinasi – kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran dan juga merupakan pembangkit ide – ide baru. Kreativitas juga sebagai penghasil ide baru dan inovasi sebagai penerjemah ide baru menjadi perusahaan baru, produk baru, jasa baru, proses baru atau metode baru untuk memproduksi.

Menurut Hubies (2005:11) dalam penelitian Sonang Sitohang (2006:291) kreativitas merupakan kumpulan dari ide – ide, baik pengetahuan maupun pengalaman yang berada di dalam pikiran manusia (prose pada bagian otak sebelah kanan), yang kemudian diramu menjadi inovasi yang bermanfaat secara

berkesinambungan, sehinggan kreativitas sebagai penciptaan ide-ide baru, gagasan baru yang membutuhkan individu kreatif yang mampu menghasilkan pemikiran yang kreatif dari orisinil untuk melakukan pembaharuan dalam suatu kegiatan pada situasi yang berlaku seperti halnya optimis biaya dan waktu meraih efesiensi.

Dari ke enam pngertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kumpulan dari ide – ide, baik pengetahuan maupun pengalaman yang berada di dalam pikiran manusia, di mana ide-ide maupun produk tersebut dibutuhkan oleh masyarakat.

2.1.2.2 Ciri-ciri Kreativitas

Guilford (dalam Munandar, 2009) mengemukakan ciri-ciri dari kreativitas antara lain:

a. Kelancaran berpikir (fluency of thinking), yaitu kemampuan untuk menghasilkan banyak ide yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. Dalam kelancaran berpikir, yang ditekankan adalah kuantitas, dan bukan kualitas.
b. Keluwesan berpikir (flexibility), yaitu kemampuan untuk memproduksi sejumlah ide, jawaban-jawaban atau pertanyaan-pertanyaan yang bervariasi, dapat melihat suatu masalah dari sudut pandang yang berbedabeda, mencari alternatif atau arah yang berbeda-beda, serta mampu menggunakan bermacam-macam pendekatan atau cara pemikiran. Orang yang kreatif adalah orang yang luwes dalam berpikir. Mereka dengan

mudah dapat meninggalkan cara berpikir lama dan menggantikannya dengan cara berpikir yang baru.

c. Elaborasi (elaboration), yaitu kemampuan dalam mengembangkan gagasan dan menambahkan atau memperinci detail-detail dari suatu objek, gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik.
d. Originalitas (originality), yaitu kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas

Menurut Rogers (dalam Munandar, 2009), faktor-faktor yang dapat mendorong terwujudnya kreativitas individu diantaranya:

a. Dorongan dari dalam diri sendiri (motivasi intrinsik)

Menurut Roger (dalam Munandar, 2009) setiap individu memiliki kecenderungan atau dorongan dari dalam dirinya untuk berkreativitas, mewujudkan potensi, mengungkapkan dan mengaktifkan semua kapasitas yang dimilikinya. Dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan-hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi dirinya sepenuhnya (Rogers dalam Munandar, 2009). Hal ini juga didukung oleh pendapat Munandar (2009) yang menyatakan individu harus memiliki motivasi intrinsik untuk melakukan sesuatu atas keinginan dari dirinya sendiri, selain didukung oleh perhatian, dorongan, dan pelatihan dari lingkungan. Menurut Rogers (dalam Zulkarnain, 2002), kondisi internal (interal press) yang dapat mendorong seseorang untuk berkreasi diantaranya:

1) Keterbukaan terhadap pengalaman

   Keterbukaan terhadap pengalaman adalah kemampuan menerima segala sumber informasi dari pengalaman hidupnya sendiri dengan menerima apa adanya, tanpa ada usaha defense, tanpa kekakuan terhadap pengalaman-pengalaman tersebut dan keterbukaan terhadap konsep secara utuh, kepercayaan, persepsi dan hipotesis. Dengan demikian individu kreatif adalah individu yang mampu menerima perbedaan

2) Kemampuan untuk menilai situasi sesuai dengan patokan pribadi seseorang (internal locus of evaluation)

   Pada dasarnya penilaian terhadap produk ciptaan seseorang terutama ditentukan oleh diri sendiri, bukan karena kritik dan pujian dari orang lain. Walaupun demikian individu tidak tertutup dari kemungkinan masukan dan kritikan dari orang lain.

3) Kemampuan untuk bereksperimen atau "bermain" dengan konsep-konsep.

   Merupakan kemampuan untuk membentuk kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya

b. Dorongan dari lingkungan (motivasi ekstrinsik)

Munandar (2009) mengemukakan bahwa lingkungan yang dapat mempengaruhi kreativitas individu dapat berupa lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Lingkungan keluarga merupakan kekuatan yang penting dan merupakan sumber pertama dan utama dalam pengembangan kreativitas individu. Pada lingkungan sekolah, pendidikan di setiap jenjangnya mulai dari

pra sekolah hingga ke perguruan tinggi dapat berperan dalam menumbuhkan dan meningkatkan kreativitas individu. Pada lingkungan masyarakat, kebudayaan-kebudayaan yang berkembang dalam masyarakat juga turut mempengaruhi kreativitas individu. Rogers (dalam Munandar, 2009) menyatakan kondisi lingkungan yang dapat mengembangkan kreativitas ditandai dengan adanya:

1. Keamanan psikologis

   Keamanan psikologis dapat terbentuk melalui 3 proses yang saling berhubungan, yaitu:

   a) Menerima individu sebagaimana adanya dengan segala kelebihan dan keterbatasannya.
   b) Mengusahakan suasana yang didalamnya tidak terdapat evaluasi eksternal (atau sekurang-kurangnya tidak bersifat atau mempunyai efek mengancam.
   c) Memberikan pengertian secara empatis, ikut menghayati perasaan, pemikiran, tindakan individu, dan mampu melihat dari sudut pandang mereka dan menerimanya.

2. Kebebasan psikologis

   Lingkungan yang bebas secara psikologis, memberikan kesempatan kepada individu untuk bebas mengekspresikan secara simbolis pikiran-pikiran atau perasaan-perasaannya.

Munandar (dalam Zulkarnain, 2002) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas dapat berupa kemampuan berpikir dan sifat kepribadian yang berinteraksi dengan lingkungan tertentu. Faktor kemampuan berpikir terdiri dari kecerdasan (inteligensi) dan pemerkayaan bahan berpikir berupa pengalaman dan ketrampilan. Faktor kepribadian terdiri dari ingin tahu, harga diri dankepercayaan diri, sifat mandiri, berani mengambil resiko dan sifat asertif (Kuwato, dalam Zulkarnain, 2002).

Selain faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, terdapat berbagai faktor lainnya yang dapat menyebabkan munculnya variasi atau perbedaan kreativitas yang dimiliki individu, yang menurut Hurlock (1993) yaitu:

a. Jenis kelamin

   Anak laki-laki menunjukkan kreativitas yang lebih besar daripada anak perempuan, terutama setelah berlalunya masa kanak-kanak. Untuk sebagian besar hal ini disebabkan oleh perbedaan perlakuan terhadap anak laki-laki dan anak perempuan. Anak laki-laki diberi kesempatan untuk mandiri, didesak oleh teman sebaya untuk lebih mengambil resiko dan didorong oleh para orangtua dan guru untuk lebih menunjukkan inisiatif dan orisinalitas.

b. Status sosial ekonomi

   Anak dari kelompok sosial ekonomi yang lebih tinggi cenderung lebih kreatif daripada anak yang berasal dari sosial ekonomi kelompok yang lebih rendah. Lingkungan anak kelompok sosioekonomi yang lebih tinggi memberi lebih banyak kesempatan untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang diperlukan bagi kreativitas.

c. Urutan kelahiran

Anak dari berbagai urutan kelahiran menunjukkan tingkat kreativitas yang berbeda. Perbedaan ini lebih menekankan lingkungan daripada bawaan. Anak yang lahir di tengah, lahir belakangan dan anak tunggal mungkin memiliki kreativitas yang tinggi dari pada anak pertama. Umumnya anak yang lahir pertama lebih ditekan untuk menyesuaikan diri dengan harapan orangtua, tekanan ini lebih mendorong anak untuk menjadi anak yang penurut daripada pencipta.

d. Ukuran keluarga

Anak dari keluarga kecil bilamana kondisi lain sama cenderung lebih kreatif daripada anak dari keluarga besar. Dalam keluarga besar, cara mendidik anak yang otoriter dan kondisi sosioekonomi kurang menguntungkan mungkin lebih mempengaruhi dan menghalangi perkembangan kreativitas.

e. Lingkungan kota vs lingkungan pedesaan

Anak dari lingkungan kota cenderung lebih kreatif daripada anak lingkungan pedesaan.

f. Inteligensi Setiap anak yang lebih pandai menunjukkan kreativitas yang lebih besar daripada anak yang kurang pandai. Mereka mempunyai lebih banyak gagasan baru untuk menangani suasana sosial dan mampu merumuskan lebih banyak penyelesaian bagi konflik tersebut.

2.1.2.4 Indikator Kreativitas

Menurut Suryana (2003:23) bahwa, indikator Kreativitas adalah sebagai berikut:

1. **Keahlian**

   Memberikan ide-ide kreatif,di mana ide-ide maupun produk tersebut dibutuhkan oleh masyarakat.

2. **Kemampuan**

   Menciptakan teknik-teknik baru dalam membuat produk.

3. **Motivasi**

   Mempunyai motivasi dalam bekerja.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Menurut Prawirosentono, (1991:1) pada penelitian Mulyanto (2007:76) menyatakan bahwa :

> "Kinerja usaha adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenangnya dan tanggung jawabnya masing-masing, dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika"

Madura (2001) dalam penelitian Moch.Fatkhul Mujib (2010:21) menjelaskan bahwa kinerja bisnis dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur kinerja perusahaan. 1) imbalan atas penanaman modalnya dan 2) resiko dari penanaman modal mereka. Karena strategi bisnis yang harus

menentukan bagaimana strategi bisnis yang bermacam-macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan resikonya.

Menurut Mulyadi (1997) dalam penelitian Moch.Fatkhul Mujib (2010:22) menyatakan informasi akuntansi yang dipakai sebagai ukuran dalam kinerja manajer pusat pendapatan adalah pendapatan. Sedangkan informasi yang dipakai sebagai ukuran kinerja manajer pusat adalah biaya. Kinerja sebagai proses dimana organisasi mengevaluasi atau menilai prestasi karyawan.

Dari definisi diatas, dapat diketahui bahwa unsur – unsur yang terdapat dalam kinerja usaha terdiri dari :

1. Hasil – hasil fungsi pekerjaan
2. Faktor yang berpengaruh terhadap prestasi karyawan/pegawai seperti: Motivasi, kecakapan, persepsi peranan dan sebagainya.
3. Pencapaian tujuan organisasi.
4. Periode waktu tertentu.

Berdasarkan hal diatas Moh. Pandu Tika (2005:121) mendefinisikan kinerja suatu bisnis adalah hasil – hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi yang dipengaruhui oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu.

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 Karakterisktik Kinerja Usaha

Kaplan dan Norton (1992:76) dalam Nursiah (2009:72) mengembangkan tolak ukur keberhasilan perusahaan yang lebih komprehensif, dinamakan Balanced Scorecard. Menurut konsep balanced scorecard kinerja perusahaan untuk mencapai keberhasilan kompetitif dapat dilihat dari empat bidang, yaitu berdasarkan:

1. Perspektif finansial

   Dimana pada perspektif ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan penerimaan melalui penjualan produk perusahaan. Selain itu peningkatan efektifitas biaya dan utilitas asset dapat meningkatkan produktifitas perusahaan.

2. Perspektif Pelanggan

   Dimana perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan segmen pasar. Identifikasi secara tapat kebutuhan pelanggan sangat membantu perusahaan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan.

3. Perspektif Proses Bisnis Internal

   Dimana perusahaan harus mengidentifikasi proses-proses yang paling kritis untuk mencapai tujuan peningkatan nilai bagi pelanggan.

4. Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran

   Dimana tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finacial, pelanggan dan proses bisnis internal mengidentifikasi dimana organisasi harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja, sementara tujuan dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan memberikan infrastruktur yang memungkinkan tujuan-tujuan ambisius dalam ketiga perspektif itu tercapai.

2.1.3.4 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 preoduk**

   Mengeluarkan produk dengan kualitas yang baik

2. **Kuantitas produk**

   Pendapatan profit yang relatif naik

3. **Waktu kerja**

   Smenerapkan disiplin waktu dalam bekerja

4. **Kerjasama dengan rekan kerja**

   Memiliki kerjasama yang erat antar rekan kerja

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.2

Hasil Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul	Hasil dan kesimpulan	Persamaan	Perbedaan	Tahun
1	Mega Usvita	Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran IKM .Kota Padang dengan differentiation strategy sebagai variabel Intervening	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran IKM Kota Padang	Menggunakan variabel independent yang sama, yaitu orientasi kewirausan	Penelitian terdahulu menggunakan variabel dependent yang berbeda, yaitu srategi bisnis.	2012
2	Fitri Lukiastuti	Pengaruh Orientasi Wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja UKM dengan komitmen perilaku sebagai variabel interventing (Studi Empirik pada Klaster UKM Batik di Jawa Tengah)	Temuan dari penelitian ini adalah: secara tidak langsung orientasi wirausaha mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap kinerja usaha UKM yang dimediasi oleh variabel komitmen perilaku;.	Menggunakan variabel Independen yang sama, yaitu orientasi kewirausahaan Menggunakan variabel dependen yang sama, yaitu kinerja perusahaan	Penelitian terdahulu menggunakan salah satu variabel independen yang berbeda, yaitu kapabilitas jejaring sosial	2007
3	Deden A. Wahab Syahroni dan Janvita J. Sudirham	Kreativitas dan inovasi penentu kompetensi pelaku Usaha Kecil	Kreativitas, inovasi dan kompetensi para pengusaha di usaha kecil dapat menentukan baik buruknyaperforma usaha.	Sama-sama memakai X1 sebagai variabel independen	Penelitian terdahulu menggunakan variabel inovasi,dan penentu kompetensi pelaku usaha kecil sebagai moderating	2012

4	Ernani Hadiyati	Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil	Inovasi berpengaruh besar terhadap kewirausahaan.	Sama-sama memakai variabel kreativitas dan kinerja usaha	Penelitian terdahulu menggunakan variabel inovasi,	2011
5	Sonang Sitohang	Pengaruh Kreativitas dan trade exhibition terhadap inovasi berkelanjutan dan kinerja pemasaran sentra industri kecil mebel kayu di kab. Madiun.	Kreativitas dapat diposisikan sebagai faktor determinan inovasi karena tanpa kreativitas tidak akan ada inovasi.	Sama-sama menggunakan kreativitas, dan kinerja usaha sebagai variabel	Penelitian terdahulu menggunakan variabel inovasi,	2008
6	Kalyan Masood	*Effect of self-leadership, knowladge management and culture on creativity*	*Creativity and innovation are twoimportant factor that organization adopt to make themselves successful or to adapt change*	Sama-sama menggunakan krativitas sebagai variabel X1.	Penelitian terdahulu menggunakan menggunakan 4 variabel	2011
7	Roslina Wintang	Orientasi pasar, moderasidinamika lingkungan pada efek bersaing terhadap kinerja(Studi pada Industri Kecil Menengah Tenun di Sulawesi Tenggara	. Bahwa semua variabel independen yang ada didlam penelitian ini berpengaruh terhadap kinerja	Menggunakan variabel dependen yang sama, yaitu kinerja perusahaan	Penelitian terdahulu menggunakan variable independen yang berbeda yaitu orientasi pasar, moderasi dinamika lingkungan	2012

8	Aloysius Gunadi Brata	Inovasi pada Kinerja Usaha Kecil – Menengah (Kerajinan Bambu di Sleman)	Tipe inovasi yang paling menojol adalah inovasi produk dan inovasi organisasi usaha, sedangkan tipe inovasi yang paling jarang dilakukan adalah inovasi pelayanan.	Sama-sama menggunakan variabel Kinerja Usaha.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel menggunakan 2 variabel Yang berbeda yaitu	2009

2.2 Kerangka Pemikiran

Sebuah perusahaan yang berdiri pada era globalisasi seperti sekarang ini tidak dapat terlepas dari pengaruh yang ada di lingkungan industri, salah satunya adalah kompetitor, konsumen dan juga lingkungan pasar. Sebuah pemilik usaha yang memiliki Orientasi kewirausahaan yang diarahkan secara tepat dan efektif pada perusahaan akan menghasilkan kinerja yang baik bagi perusahaan itu sendiri. Dengan dimilikinya orientasi kewirausahaan yang baik dari pelaku bisnis, maka perusahaan tersebut dianggap mampu berkembang dibanding kompetitor. Orientasi kewirausahaan dari pemilik usaha akan menunjukkan bagaimana kinerja dalam perusahaan itu sendiri, karena dengan orientasi kewirausahaan yang terarah, maka kinerja perusahaan akan terorganisir dan akan membawa berimbas pada kemajuan usaha.

Orientasi kewirausahaan terdapat 4(empat) alat ukur yang diperlukan dalam menjalankan usahanya, diantaranya Inovatif, yaitu keinginan perusahaan untuk mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru, Berani Mengambil Resiko, yaitu upaya pencarian peluang-peluang baru, Proaktif, yaitu bertindak aktif mendeteksi pesaing dan merespon permintaan pasar pada masa

mendatang, Agresifitas bersaing, yaitu intensitas perusahaan dalam merespon dan memanfaatkan peluang-peluang baru.. Hal ini mengacu pendapat atau penelitian Lumpkin dan Dess (1966) dalam Sri Muljaningsih (2011:346)

Kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide yang baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam peluang usaha. Kreativitas harus memiliki keahlian, kemampuan dan bisa memotivasi setiap hal dalam mengembangkan sesuatu hal yang baru.

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 kualitas output, kuantitas output, waktu kerja, kerjasama dengan rekan kerja.

2.2.1 Keterkaitan Antara Orientasi Kewirausahaan Dengan 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).

Sementara itu, menurut Gosselin (2005), dalam Andwiani Sinarasri (2013: 44) bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan

2.2.2 Keterkaitan Antara Kreativitas Dan Kinerja Usaha

Menurut Suryana (2003) yang dikutip dari Ernani Hadiyati (2011:10) menyatakan bahwa :

"Berfikir sesuatu yang baru. Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam peluang".

Menurut Andrews and Smith (1996), Menon et al., (1999), Voss and Voos (2000) dalam penelitian Sonang Sitohang (2008:294), mengutarakan bahwa:

"Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan kinerja pemasaran, hal ini dapat dirumuskan dari dimensi – dimensi volume penjualan, tingkat pertumbuhan penjualan, dan tingkat pertumbuhan pelanggan"

Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai maupun para pelaku usaha yang sudah lama. Kreativitas sangat berpengaruh signifikan terhadap kinerja, umumnya pada kegiatan bisnis merupakan sumber penting penciptaan kinerja dalam perusahaan Frinces (2004:38).

2.2.3 Keterkaitan Antara Orientasi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha

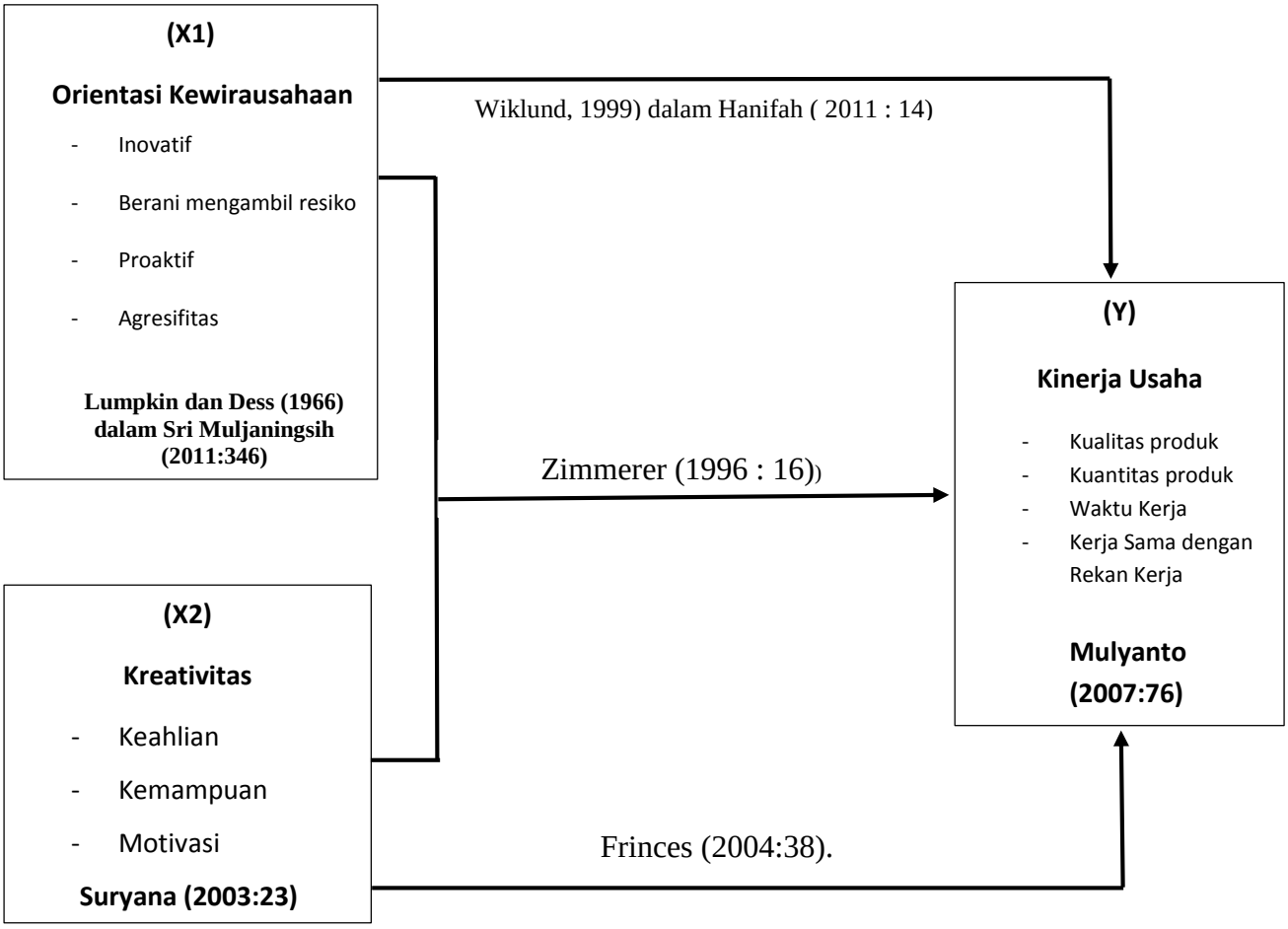
Persaingan dunia yang semakin kuat dan perkembangan yang semakin dipesat pula mengakibatkan perusahan harus mampu bertahan dan diharuskan dapat

memberikan orientasi kewirausahaan yang didasari dengan berfikir kreatif dari seorang wirausaha untuk menaikan kinerja usahanya.

Menurut Zimmerer (1996:16) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kinerja usaha.

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu kesatuan yang penting terhadap kinerja usaha suatu perusahaan, dan kreativitas adalah langkah kedua yang harus ditempuh dalam meningkatkan kinerja usaha. Hal ini dikuatkan dengan beberapa teori yang menjelaskan orientasi kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh dalam kinerja usaha. Ketika seseorang berani mengambil resiko dalam suatu tindakan untuk mendukung suatu krativitas dalam mengeksplorasikan ide kreatif dan hal ini tentu sangat berpengaruh dalam perusahaan khususnya dalam peningkatan kinerja usaha pada Sentra Industri Keramik Kiaracondong Bandung.

Dari uraian diatas maka didapat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah

penelitian, belum jawaban empirik, maka penulis menarik kesimpulan sementara, yaitu:

Keterangan:

X1: Variabel Independen 1, yaitu orientasi kewirausahaan

X2: Variabel Independen 2, yaitu kreativitas

Y : Variabel Dependen, yaitu Kinerja Usaha

Hipotesis Utama :

- Terdapat Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha Sentra UMKM Industri Keramik Kiara Condong Bandung.

Sub Hipotesis :

1. Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha Pada Sentra UMKM Industri Keramik Kiara Condong Bandung.
2. Kreativitas Berpengaruh Terhadap Kinerja Bisnis Pada Sentra UMKM Industri Keramik Kiara Condong Bandung.