

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 Utami (2012:04) berpendapat Orientasi kewirausahaan merupakan proses, praktek, dan kegiatan pengambilan keputusan yang menuju pada new entry. Orientasi kewirausahaan timbul dari perspektif pilihan strategis yang menyatakan bahwa peluang new entry untuk berhasil sangat bergantung pada kinerja usaha yang menjadi tujuan. Sementara itu pengertian lain menurut Reswanda (2012:70) Orientasi kewirausahaan dapat disintesakan sebagai suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan. Pada hakekatnya orientasi kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif

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

2.1.1.2 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Indikator dari Orientasi Kewirausahaan yang dikemukakan oleh Reswanda (2012:70) yang berpendapat bahwa ada 3 (tiga) indikator untuk mengukur orientasi kewirausahaan, yaitu :

1. Inovatif

Keinginan perusahaan untuk mendukung kreativitas dalam upaya memperkenalkan produk baru.

2. Proaktif

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

3. Pertimbangan Mengambil Resiko

Adalah Upaya pencarian peluang-peluang baru, sikap berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian

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

2.1.1.3 Ciri-Ciri Watak Kewirausahaan

Menurut Eddy S. Soegoto (2009:6) mengemukakan ciri-ciri dan watak kewirausahaan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Ciri-ciri dan Watak Kewirausahaan

Ciri-Ciri	Watak
1. Percaya Diri	Keyakinan, Kemandirian, Individualitas, dan Optimisme
2. Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad yang kuat, bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif
3. Pengambilan risiko dan suka tantangan	Kemampuan untuk mengambil risiko dan suka tantangan
4. Kepemimpinan	Berjiwa pemimpin, bergaul dengan orang lain, suka terhadap saran dan kritik yang membangun
5. Keorisinilan	Memiliki Inovasi dan kreatifitas yang tinggi, fleksibel, serba bisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas

6. Berorientasi ke masa depan	Persepsi dan pandangan yang berorientasi ke depan
7. Jujur dan Tekun	Mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan pekerjaan

2.1.1.4 Tipe Orientasi Kewirausahaan

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

1. The personal achiever, ciri-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 untuk membantu orang lain
- c. Percaya bahwa proses-proses sosial sangat penting

3. The real manager, ciri-ciri tipe ini adalah sebagai berikut :

- a. Keinginan untuk bersaing
- b. Ketegasan
- c. Keinginan untuk menonjol di antara orang-orang lain

2.1.2 Strategi Bisnis

2.1.2.1 Pengertian Strategi Bisnis

Ada banyak pendapat mengenai strategi baik dari para ahli, peneliti maupun praktisi. Strategi secara sederhana dapat diartikan sebagai alat mencapai tujuan. Strategi juga dipandang sebagai arah atau pandangan yang akan dilaksanakan dan pola kerja yang akan diterapkan oleh suatu perusahaan. Strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan (Pearch II dan Robinson dalam Ariati Anomasari 2011:3). Sedangkan menurut Joewono (2012:3) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah, keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktek pengelolaan bisnis

Suci (2009), menyatakan strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha atau perusahaan dalam analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, perumusan (formulasi) strategi, pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran perusahaan, serta melakukan evaluasi untuk mendapatkan umpan balik dalam merumuskan strategi yang akan datang. Menurut Ismail Solihin (2012:196) strategi bisnis berbeda dengan strategi pada level korporat. Strategi di level bisnis ini lebih menfokuskan untuk meningkatkan posisi bersaing produk atau jasa perusahaan di dalam segmen pasar tertentu. Menurut Hendrymuly

(2016) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya, strategi adalah penentu alat keberhasilan perusahaan, namun pembuatan keputusan tentang strategi bukanlah hal mudah karena perlu memperhatikan beberapa kondisi lingkungan yang melatarbelakangi. kinerja sebuah strategi tidak semata-mata ditentukan oleh bagaimana implementasi strategi dilakukan secara terus menerus, tetapi juga ditentukan oleh seberapa baik proses yang menyertai pengembangan strategi tersebut.

Dari beberapa defini diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi bisnis adalah serangkaian tindakan yang terintegrasi dan terkordinasi yang di jadikan landasan berpikir utama dalam pembuatan strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif

Hasil penelitian (Miles dan Snow dalam Paylosa, 2014) mengidentifikasi empat tipe strategi bisnis yang sering digunakan oleh perusahaan, yaitu:

a. Prospector

Perusahaan yang tergolong dalam tipe strategi prospector adalah perusahaan yang secara terus-menerus mencari peluang-peluang pasar baru dengan berkompetisi melalui produk baru dan market development serta bereksperimen dengan melakukan responrespon potensial terhadap kecenderungan lingkungan yang timbul, sehingga kompetitornya harus senantiasa merespon. Perusahaan yang bertipe

prospector lebih menekankan pada fleksibilitas teknologi, derajat rutinitas, dan derajat mekanisasi dalam berbagai aktivitas operasionalnya, sehingga memiliki kecenderungan untuk menerapkan desain strategi kompetitif yang agresif dengan tujuan agar tetap menjadi pioner dalam produk dan segmen pasar tertentu. Efektivitas lebih penting daripada efisiensi, sehingga sulit mencari laba maksimum, namun selalu menghindari profitabilitas rendah. Biasanya membandingkan kinerja organisasi dengan kinerja kompetitornya.

b. Defender.

Karakteristik perusahaan yang masuk dalam kategori ini cenderung memiliki sifat kurang dinamis. Strategi defender yaitu apabila perusahaan tersebut beroperasi pada area produksi yang relatif stabil, produk yang ditawarkan bersifat terbatas dibandingkan kompetitornya dan perusahaan jarang melakukan penyesuaian-penyesuaian dalam teknologi dan struktur atau metode operasi perusahaan serta dapat diprediksi arah perubahannya di masa depan. Dengan demikian perusahaan lebih menaruh perhatian pada upaya mempertahankan porsi pangsa pasar tertentu dari keseluruhan pasar dengan menciptakan produk dan jasa tertentu maupun jumlah customer yang stabil. Perusahaan dengan tipe defender memelihara keterikatan dan stabilitas dengan lingkungan lebih baik daripada kompetitornya. Pembiayaan teknologi dilakukan seefisien mungkin dan efisiensi merupakan pusat kinerja organisasi.

c. Analyzer.

Strategi analyzer merupakan kombinasi dari prospector dan defender. Perusahaan beroperasi dalam dua tipe domain produk pasar yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Jika berada dalam area stabil, maka perusahaan akan beroperasi secara rutin dan efisien dengan menggunakan struktur-struktur dan proses-proses yang telah diformulasikan sebelumnya. Perubahan dilakukan dengan cara manajer senantiasa memperhatikan kompetitornya secara seksama berkaitan dengan ide-ide yang akan diambil, kemudian secara cepat mengadopsi sesuatu yang paling menjanjikan. Pengukuran kinerja dilakukan berdasarkan pengukuran keseimbangan efisiensi dan efektivitas. Perusahaan cenderung menerapkan strategi keseimbangan antara aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan peluang perluasan pangsa pasar baru produk dan jasa dengan tetap menjaga hubungan dengan customer dan supplier yang lama. Fokus utama perusahaan dalam kategori ini adalah di satu sisi meminimalisasi risiko karena pemanfaatan teknologi yang telah usang, sementara di sisi lain perusahaan berusaha meraih peluang untuk mendapatkan laba dengan jalan meniru inovasi produk dan jasa yang telah sukses (benchmarking).

d. Reactor.

Strategi reactor merupakan strategi perusahaan yang manajer puncaknya seringkali menerima perubahan dan ketidakpastian yang terjadi dalam lingkungan organisasinya, tetapi tidak meresponnya secara efektif sehingga tipe perusahaan seperti ini tidak memiliki strategi untuk senantiasa menyesuaikan teknologi informasinya dengan perubahan lingkungan yang terjadi. Oleh karena itu, perusahaan tidak melakukan penyesuaian, kecuali jika tekanan lingkungan benar-benar kuat.

2.1.2.2 Indikator Strategi Bisnis

Indikator Strategi Bisnis yang digunakan (Pearch II dan Robinson, dalam Ariati Anomasari 2011:3) adalah :

1. *Differentiation* (Diferensiasi), mengejar untuk mencaiptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau diferensiasi. Diferensiasi dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus, service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan diferensiasi selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk diferensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap produk pengganti juga tinggi.

- a. Selalu memperkenalkan produk baru
- b. Menciptakan produk yang berbeda,

c. Melakukan riset pasar

2. *Low Cost* (Biaya rendah), Mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall Cost Leadership) dalam industri. Untuk pengendalian biaya dalam overall cost leadership dilakukan efisiensi biaya yang dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya overhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya.

a. Menekan biaya lebih rendah dari pesaing

b. Produk dengan biaya efisien

c. Perbaikan koordinasi berbagai produk

d. Pengoptimalan alat dan fasilitas produksi

e. Melakukan analisis biaya

f. Peningkatan ketersediaan peralatan kerja

3. *Focus Strategy* (Strategi Fokus), Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Memfokuskan pada biaya atau diferensiasi

a. Fokus terhadap pelanggan tertentu

b. Fokus terhadap produk tertentu

c. Fokus terhadap segmen pasar tertentu

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Kinerja adalah gambaran pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi

organisasi. Daftar apa yang ingin dicapai tertuang dalam perumusan strategi (*strategic planning*) suatu organisasi. Kinerja usaha digambarkan sebagai capaian yang diperoleh organisasi bisnis dalam usahanya. Menurut Musran Munizu (2010), sedangkan menurut (Moehariono 2012:95 dalam Rizki Zulfikar dan Lastri Novianti 2018) Kinerja Usaha merupakan sebuah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi.

Menurut Veitzhal Rivai (2013:604) Kinerja Usaha adalah suatu istilah secara umum yang digunakan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan suatu referensi pada sejumlah standar seperti biaya masa lalu yang diproyeksikan dengan dasar efisiensi, akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

Dari defini diatas bisa disimpulkan bahwa unsur-unsur dari kinerja 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.

Dari beberapa pengertian diatas, dapat dinyatakan bahwa kinerja perusahaan adalah sebuah pengukuran dari strategi yang disusun oleh sebuah perusahaan guna mencapai sasaarn – sasaran dan perealisasiian dari visi,misi dari perusahaan.

2.1.3.2 Karakteristik Kinerja Perusahaan

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 tepat 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 finansial, pelanggan dan proses bisnis internal mengidentifikasi dimana organisasi

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Indikator Kinerja usaha yang digunakan Musran Munizu (2010:24) adalah :

1. Pertumbuhan Penjualan

Peningkatan volume penjualan, meningkatnya penjualan produk dalam kegiatan bisnis

2. Pertumbuhan Tenaga Kerja

Peningkatan jumlah tenaga kerja, meningkatnya jumlah karyawan dalam menjalankan bisnis

3. Pertumbuhan Laba

Peningkatan laba perusahaan, pertumbuhan profit yang semakin positif dalam menjalankan usaha

4. Pertumbuhan Modal

Peningkatan modal usaha, meningkatkan pertumbuhan modal dalam menjalankan usaha

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ariati Anomsari, Fakultas Ekonomi Universitas Dian Nuswantoro Semarang (2011)	Analisi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang)	Peningkatan kinerja perusahaan melalui pengaruh orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen dan strategi bisnis	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel kemampuan manajemen sebagai variabel independen, sedangkan penulis hanya menggunakan 2 variabel independen
2	Indah Mustikowati, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang (2014)	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang)	Peningkatan kinerja perusahaan melalui orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel inovasi sebagai variabel independen, sedangkan penulis hanya menggunakan 2 variabel independen
3	Muslim Amin, Management Departemen, College of Business Administration, King Saud University (2015)	<i>The Effect of entrepreneurship orientation and learning orientation on SMEs' performance : an SEM-PLS approach</i>	Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja perusahaan	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel orientasi pembelajaran sebagai variabel independen, sedangkan penulis menggunakan strategi bisnis sebagai variabel independen
4	Fanny Paylosa, Fakultas Ekonomi Universitas	Pengaruh Strategi Bisnis dan Desentralisasi Terhadap Hubungan Antara Pemanfaatan	Meningkatkan kinerja manajerial dan pemanfaatan informasi	Penggunaan variabel strategi bisnis sebagai variabel	Penggunaan variabel desentralisasi sebagai variabel independen dan

	Negeri Padang (2014)	Informasi Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Manajerial (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Perhotelan di Kota Padang dan Bukittinggi)	sistem akuntansi manajemen melalui strategi bisnis dan desentralisasi	independen dan kinerja manajerial sebagai variabel dependen	pemanfaatan informasi sistem akuntansi manajemen sebagai variabel dependen
5	Imma dan Ratna, Fakultas Ekonomi Universitas Telkom (2014)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Kecil	Meningkatkan kinerja perusahaan kecil melalui orientasi kewirausahaan	Penggunaan variabel oreintasi kewirausahaan sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen	Variabel independen hanya 1, sedangkan penulis menggunakan 2 variabel independen yaitu strategi bisnis
6	Oo Harsono, Magister Ilmu Komputer, Universitas Budi Luhur (2010)	Pengaruh Strategi Bisnis dan Strategi Teknologi Informasi terhadap Kinerja Lembaga Pendidikan : Studi Kasus Perguruan Islam AL-Azhar Pondok Labu	Meningkatkan Kinerja Lembaga Pendidikan melalui Strategi Bisnis dan Strategi Teknologi Informasi	Penggunaan variabel Strategi Bisnis sebagai variabel independen dan Kinerja Perusahaan sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel Strategi Teknologi Informasi sebagai variabel independen, sedangkan penulis menggunakan variabel Orientasi Kewirausaan sebagai variabel independen

7	Suci RahayuPuji, Fakultas Ekonomi, Universitas Widyagama (2009)	<i>Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis</i>	Meningkatkan Kinerja Bisnis Perusahaan melalui Strategi Operasi Bisnis	Penggunaan variabel Strategi Bisnis sebagai variabel independen dan variabel Kinerja Perusahaan sebagai variabel de	Penulis menggunakan 2 variabel independen, yaitu Orientasi Kewirausahaan.
8	Robert A Blackburn, Faculty of Business and Law, Kingston University (2013)	Small business performance: business, strategy and owner-manager characteristics",	Meningkatkan kinerja bisnis melalui karakteristik dan strategi bisnis karakteristik manajer	Penggunaan variabel strategi bisnis sebagai variabel independen dan variabel kinerja bisnis sebagai variabel dependen	Penggunaan variabel karakteristik manajer sebagai variabel independen, sedangkan penulis menggunakan orientasi kewirausahaan

2.2 Kerangka Pemikiran

Pelaku usaha yang menerapkan orientasi kewirausahaan secara maksimal akan dapat menghasilkan kinerja usaha unggul yang akan menaikkan posisi perusahaan pada persaingan. Orientasi kewirausahaan akan menunjukkan bagaimana kinerja dalam perusahaan itu sendiri, karena dengan orientasi kewirausahaan yang terarah, maka kinerja perusahaan akan terorganisir dan akan berimbas pada kemajuan usaha tersebut. Strategi Bisnis yang baik diwujudkan dalam aktifitas-aktifitas harian yang terjadi

secara terus-menerus dan pada akhirnya akan menentukan kinerja yang maksimal dari perusahaan.

Bagi perusahaan jasa produksi seperti Distro Plaza Parahyangan, strategi bisnis sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Jika sebuah perusahaan tidak bisa menciptakan strategi bisnis yang baik, maka kinerja perusahaan pun akan semakin tertinggal dari kompetitor yang memiliki strategi bisnis yang lebih baik. Dampak dari kinerja usaha sangat bergantung dari sikap pengusaha ,dengan kata lain orientasi kewirausahaan menentukan kinerja usaha dan Strategi bisnis mempunyai dampak yang signifikan terhadap kinerja usaha dengan menggunakan strategi hybrid yang mengkombinasikan strategi low cost dengan strategi differentiation mampu meningkatkan kinerja usaha Distro di Plaza Parahyangan

Kinerja usaha adalah hasil pembentukan sikap dan strategi yang dijalankan perusahaan, dan juga aktifitas perusahaan yang tersermin dari kegiatan harian yang dilakukan pelaku organisasi dari perusahaan tersebut. Kinerja usaha memegang peranan penting sebagai modal awal untuk bersaing dan menjadi perusahaan yang unggul dibanding perusahaan pesaing. Kinerja usaha yang baik juga tidak semata-mata ada dengan sendirinya, namun kinerja usaha dapat diciptakan dengan baiknya sikap pemilik perusahaan, dan juga strategi bisnis yang dijalankan diperusahaan tersebut.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel

2.2.1.1 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, Hanifah (2011:14). Sementara itu, menurut (Andwiani Sinarasri 2013:44), bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan

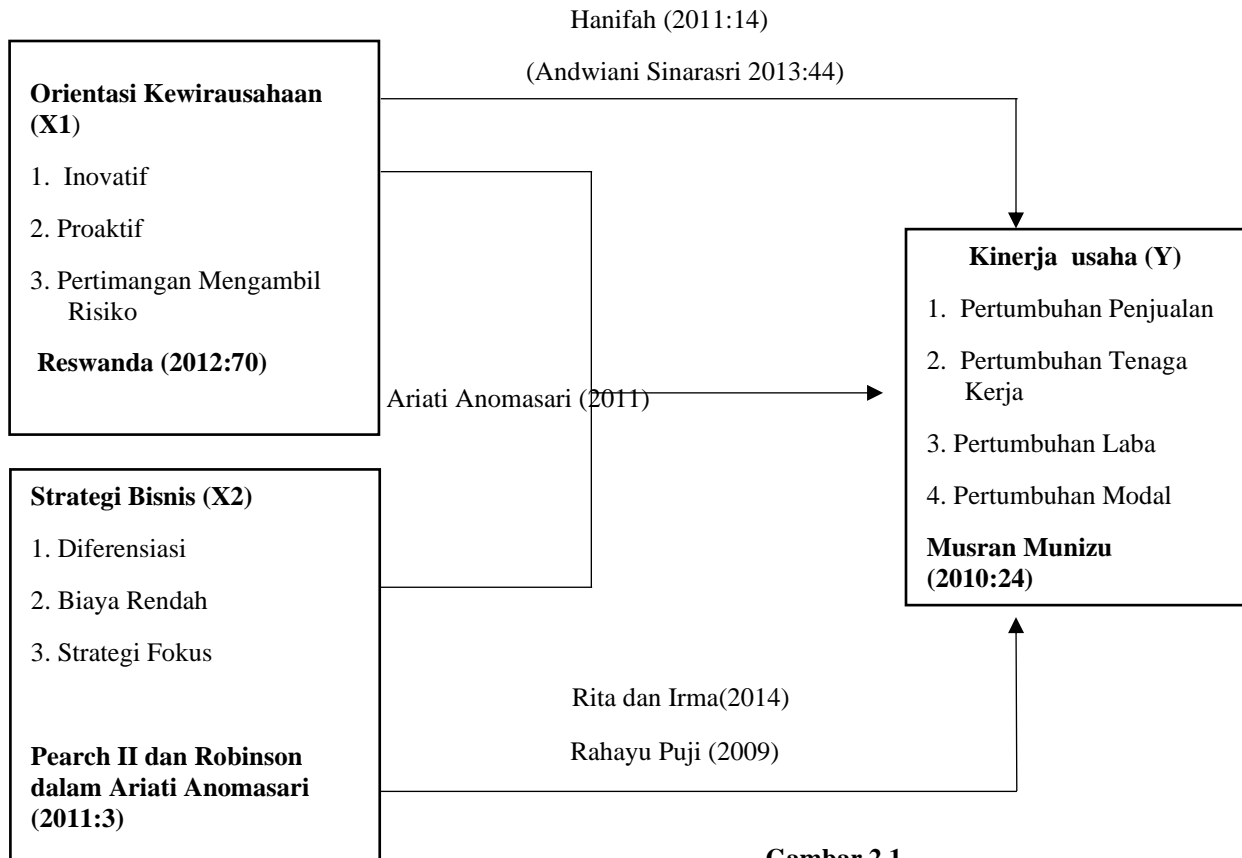
2.2.1.2 Keterkaitan Antara Strategi Bisnis dengan Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil analisis data ternyata terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara strategi bisnis dan kinerja usaha yang dikemukakan oleh Rahayu Puji (2009) bahwa strategi bisnis mampu meningkatkan kinerja usaha. Hasil ini juga sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Rita dan Irma (2014) dimana kinerja perusahaan kecil tergantung dari strategi yang mereka gunakan. Studi ini memberikan makna bahwa kemampuan dari usaha kecil untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif memiliki pengaruh yang besar terhadap kelangsungan hidup atau kegagalan usaha kecil. Strategi ini harus didesain dengan baik untuk mewujudkan kinerja usaha yang tinggi pada distro di Plaza Parahyangan

2.2.1.2 Keterkaitan Antara Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis dengan Kinerja Usaha

Menurut Ariati Anomasari (2011) Orientasi kewirausahaan yang tinggi juga diperlukan untuk meningkatkan kinerja usaha kecil menengah dan strategi bisnis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usah dengan menggunakan. Strategi hybrid (hybrid strategy) yang mengkombinasikan strategi low cost (overall cost leadership) dengan strategi differentiation mampu meningkatkan kinerja usaha kecil menengah di Barito Semarang. Dari hasil uji hipotesis membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara langsung dan positif terhadap kinerja perusahaan. Temuan lain yang dihasilkan dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa strategi bisnis akan mempengaruhi pencapaian kinerja perusahaan. Hal ini bermakna bahwa semakin kuat orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan meningkatkan kinerja perusahaan Pada Sentra Kabupaten Malang (Rita dan Irma 2014)

Dari berbagai hubungan variabel diatas, maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1

Paradigma Penelitian Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis berpengaruh terhadap Kinerja Usaha

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut: “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”

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat beberapa hipotesis terhadap permasalahan sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha.

H2 : Terdapat pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha.

H3 : Terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha