

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Orientasi Pasar

2.1.1.1 Pengertian Orientasi Pasar

Menurut Fatah (2013) mendefinisikan orientasi pasar adalah suatu konsep multidimensional di mana konsep ini dapat dirumuskan melalui konsep: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi lintas-fungsi. Orientasi pasar adalah orientasi bisnis yang mendefinisikan perilaku pemasaran atau postur suatu perusahaan dan itu menggambarkan bagaimana perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya (Otahe & Mahmood, 2015). Orientasi pasar didefinisikan sebagai suatu perilaku pengusaha didalam pemberian nilai superior pada pelanggannya, kemampuan merespon pesaing serta komunikasi internal. Indikator pengukur variabel ini yaitu orientasi terhadap pelanggan, orientasi terhadap pesaing serta upaya melakukan koordinasi antar fungsi (Nerver dan Slater dalam Halim, 2011:475).

Sedangkan Menurut Julian et al. (2014), orientasi pasar merupakan pemasaran utama strategi yang dapat diadopsi oleh organisasi bisnis untuk meningkatkan kinerjanya.

Olalekan (2011) menyatakan bahwa orientasi pasar adalah filosofi bisnis di manamemahami dan memuaskan pelanggan sangat penting untuk operasi bisnis dan keberhasilan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar adalah pelaku usaha yang melakukan strategi usahanya untuk meningkatkan kinerjanya dan memuaskan pelanggan sangat penting untuk operasi bisnis dan keberhasilan .

2.1.1.2 Indikator orientasi pasar

Menurut (Wahyudin, 2015) ciri-ciri orientasi pasar antara lain :

1. Orientasi pelanggan kesediaan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Orientasi pelanggan merupakan pemahaman yang cukup mengenai pembeli yang ditargetkan oleh seorang penjual yang mampu menciptakan nilai kemanfaatan terbaik terus menerus untuk barang yang dibeli pembeli tersebut. Menurut Narver dalam Sunarki (2009:15), untuk menciptakan produk yang disukai pembeli terus menerus. Orientasi pelanggan memerlukan pemahaman penjual akan rangkaian nilai-nilai kemanfaatan untuk keseluruhan pembeli (Wensley, dalam Sunarki, 2009:15).

Koordinasi interfunksional mengacu pada integrasi semua anggota perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan didasarkan pada pelanggan dan informasi pesaing dan terdiri dari upaya terkoordinasi bisnis ini, biasanya melibatkan lebih dari departemen pemasaran untuk menciptakan nilai superior bagi pembeli (Raju et al., 2011).

2. Orientasi pesaing kesediaan perusahaan untuk memantau strategi yang diterapkan oleh pesaingnya.

Orientasi pesaing berarti perusahaan memahami kekuatan jangka pendek,

kelemahan, kemampuan, jangka panjang dan strategi para peasaing potensialnya (Narver dkk dalam Suprapnoto, 2009:10). Perusahaan yang berorintasi pesaing sering dilihat sebagai perusahaan yang mempunyai strategi dan memahami bagaimana cara memperoleh dan membagikan informasi mengenai pesaing, bagaimana merespon tindakan pesaing dan juga bagaimana manajemen puncak menanggapi strategi peasing (Jaworski dkk dalam Supranoto, 2009:11).

2.1.2 Perilaku Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Perilaku Kewirausahaan

Menurut Nedler (Dirlanudin 2010), menyatakan bahwa perilaku adalah fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya. Perilaku kewirausahaan merupakan karakter seorang wirausaha dalam menjalankan roda bisnisnya (Hamdani, 2010:43). Sedangkan menurut Suryana (2013:52) perilaku kewirausahaan merupakan konsep tingkah laku wirausahawan sebagai pengambil resiko yang moderat. Berdasarkan kedua pengertian tersebut perilaku kewirausahaan merupakan sikap, tingkah laku wirausahawan dalam mengelola usahanya. Sikap dan tingkah laku tersebut nantinya diharapkan mampu memberikan pertumbuhan dan perkembangan bagi usaha yang sedang dikelolanya. Perilaku kewirausahaan dapat tumbuh dan berkembang meskipun membutuhkan waktu dan perlunya dukungan lingkungan yang kondusif, seperti bantuan dari pemerintah yang sesuai dengan kebutuhan dan tepat sasaran (Puspita, 2013). Puspita (2013), perilaku kewirausahaan dapat ditumbuhkan dengan peningkatan motivasi dalam mencapai kesuksesan dalam

menjalankan usaha. Dengan adanya motivasi yang kuat untuk sukses akan memunculkan ketekunan dan keberanian mengambil risiko dalam menjalankan usaha, sehingga meningkatkan keinginan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar. Adanya perilaku kewirausahaan yang muncul pada diri seorang wirausaha akan berpengaruh terhadap kinerja usaha yang dijalankan.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan adalah karakter wirasusaha dalam menjalnkan bisnisnya yang dapat menerima resiko yang didapatnya sehingga dapat meningkatkan keinginan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih besar.

2.1.2.2 Indikator Perilaku Kewirausahaan

Zakiyudin (2013: 30) menjabarkan tiga indikator yang digunakan untuk mengukur ketepatan perilaku wirausaha dalam menjalankan usahanya yang terdiri dari:

1. Proaktif, sikap seseorang yang mampu mengenali kesempatan dan memanfaatkannya sehingga menghasilkan perubahan kearah yang lebih baik. Orang dengan sikap proaktif tidak sekedar bereaksi terhadap berbagai keadaan tetapi memiliki inisiatif untuk melakukan aksi terhadap perubahan. Wirausaha yang proaktif memiliki ciriciri sebagai berikut:

- a. Selalu memiliki inisiatif untuk melakukan hal-hal yang bermanfaat bagi perusahaan.
- b. Tegas dalam melaksanakan tugas tanpa menyalahkan orang lain dengan membuat keputusan secara bijak tanpa terpengaruh hati maupun keadaan.

2. Berorientasi pada prestasi, pengusaha yang baik selalu mengejar prestasi yang lebih baik dari pada prestasi sebelumnya, dimana dalam berorientasi pada prestasi atau kemajuan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

a. Selalu mencari peluang baru.

b. Konsen pada kerja keras.

3. Komitmen pada pihak lain, komitmen dengan pihak lain merupakan ciri yang harus dipegang teguh dan harus ditepati. Komitmen pada pihak lain diantaranya pada perusahaan atau orang lain, memiliki ciri-ciri:

a. Selalu memegang teguh kontrak kerja.

b. Mengetahui tentang betapa pentingnya hubungan bisnis.

2.1.2.3 Karakter Perilaku Keiwausahaan

Daryanto (2013:7) yang menyatakan bahwa karakter wirausaha adalah ciri, watak, sifat, tingkah laku yang khas dari wirausahawan yang membedakan dengan orang lain, salah satunya inovatif dan kerja keras.

Perilaku kerja keras yang dilakukan pengrajin gerabah adalah memanfaatkan waktu semaksimal mungkin untuk membuat gerabah dengan jumlah yang banyak, hal ini terlihat dari pengrajin gerabah menggunakan waktu kerja pada pukul 06.00 pagi hingga pukul 15.00 sore, sedangkan jika ada pesanan dari pembeli mereka juga harus melakukan lemburan. Lemburan kerja selesai pada pukul 18.00. fakta tersebut relevan dengan Agustina (2013:7) Kerja keras adalah kerja maksimal

tidak kenal lelah, semangat kerja tinggi, tidak membuang waktu untuk segera menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan cepat, etos kerja tinggi.

Daryanto (2013:7) manfaat kewirausahaan adalah menampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran. Kerja keras untuk menjaga ketepatan waktu agar pada deadline pengiriman celengan bisa tepat waktu juga memiliki manfaat sebagai sarana daya tampung tenaga kerja agar pengangguran di desa tersebut bisa berkurang, dan pendapatan masyarakat di Desa Biru meningkat.

2.1.3 Kinerja Usaha

2.1.3.1 Pengertian Kinerja Usaha

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kinerja memiliki arti 1) sesuatu yang dicapai; 2) prestasi yang diperlihatkan; 3) kemampuan kerja (tentang peralatan). Sedangkan usaha memiliki arti “kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; kegiatan di bidang perdagangan (dengan maksud mencari untung)”.

Menurut Moerdiyanti (2010) dalam Zulfikar dan Novianti (2018:48), kinerja usaha adalah hasil dari serangkaian proses bisnis yang mana dengan pengorbanan berbagai macam sumber daya, yaitu: bisa sumber daya manusia dan juga keuangan perusahaan. Dengan demikian kinerja usaha merupakan hasil kerja yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan.

Kinerja perusahaan adalah suatu cara untuk mendapatkan hasil yang lebih baik bagi organisasi, kelompok, dan individu dengan cara memahami dan mengelola kinerja sesuai dengan target yang telah direncanakan, bapak/ibu, dan persyaratan kompetensi yang telah ditentukan (Dharma, 2009: 26).

Menurut Santos dan Bito (2012) *have argued that firm performance can be thought of in terms of several facets such as profitability, growth, market value, employee satisfaction, customer satisfaction and social performance.* (bahwa kinerja perusahaan dapat dipikirkan dalam beberapa aspek seperti profitabilitas, pertumbuhan, nilai pasar, kepuasan karyawan, kepuasan pelanggan dan kinerja sosial). Menurut Algifari (2003:118) Pada dasarnya kinerja yang baik adalah kinerja yang mengikuti tata cara atau prosedur sesuai standar yang telah ditetapkan. Akan tetapi didalam kinerja tersebut mesti harus memiliki beberapa kriteria agar meningkatnya produktiitas sehingga apa yang diharapkan Perusahaan tersebut biasa berjalan sesuai apa yang di inginkan.

Olusula (2011) kinerja perusahaan adalah gambaran sebagai kemampuan untuk menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam hal apakah itu positif atau negatif. Sedangkan menurut P. Stephen dan Coulter (2010: 219) manajemen kinerja perusahaan merupakan hasil dari sebuah aktivitas kerja dalam perusahaan, dimana untuk mendapatkan hasil yang maksimal sesuai tujuan perusahaan maka manajer perusahaan perlu memahami dan mengelola kinerja sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan kedua definisi tersebut dapat dapat disimpulkan bahwa manajemen kinerja perusahaan merupakan sebuah proses

perusahaan atau organisasi dengan tujuan untuk menetapkan apa yang harus dicapai, dan pendekatan untuk mengelola dan mengembangkan sumberdaya yang dimiliki perusahaan sehingga mendapatkan hasil akhir sesuai dengan target yang diinginkan. Kinerja dapat diketahui dan diukur jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standar keberhasilan tolak ukur yang ditetapkan oleh organisasi. Apabila tanpa tujuan dan target yang ditetapkan dalam pengukuran, maka kinerja pada seseorang atau perusahaan tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolak ukur keberhasilannya (Moeherono, 2014).

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha atau kinerja bisnis adalah sebuah hasil kerja dalam kegiatan manajemen dari suatu usaha dalam mencapai sesuatu yang telah diharapkan dari sebuah aktivitas kerja dalam perusahaan dengan tujuan untuk menetapkan apa yang harus dicapai dan pendekatan untuk mengelola dan mengembangkan sumberdaya yang dimiliki perusahaan sehingga mendapatkan hasil sesuai yang ditargetkan.

2.1.3.2 Dimensi Kinerja Perusahaan

Suliyanto (2009) dalam Gemina dan Sumantri (2015:20) mengukur kinerja organisasi (perusahaan) menggunakan dua dimensi konstruk yaitu:

1. Dimensi kinerja obyektif, yang meliputi kinerja keuangan atau kinerja pemasaran seperti tingkat penggunaan, profitabilitas dan market share.
2. Dimensi kinerja subyektif. Kinerja subyektif merupakan pengukuran kinerja yang berdasarkan pada pengukuran terhadap pelanggan dan karyawan, seperti kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan kepuasan kerja karyawan.

2.1.3.3 Indikator Kinerja Usaha

Indikator-indikator kinerja usaha yang dikemukakan oleh Ratna Kusumawati (2010:56) dalam Aprizal (2018:80) dengan indikator:

1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan berkaitan dengan permintaan pasar dan daya saing antar perusahaan.

2. Pertumbuhan Laba

Meningkatnya permintaan dan penjualan produk mempengaruhi terhadap pertumbuhan laba.

3. Produktivitas Karyawan

Dengan adanya pelatihan dan standar kerja produk/jasa akan menimbulkan produktivitas kerja karyawan terhadap perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dari penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh para peneliti-peneliti terdahulu menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh dari orientasi pasar dan perilaku kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Sumber Jurnal	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1		Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonom	Widiya Dewi Anjaningrum, Agus Purnomo	Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk	Terdapat Pengaruh Positif orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan	Sama saa menggunakan variabel orientasi pasar	Penelitian yang terdahulu menggunakan 3variabel

		i Asia ISSN 2620- 875X (Online) ISSN 0126- 1258	Sidi	Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative Fusion)			
2		Internati onal Journal of Science and Enginee ring Inventio n ISSN: 2455- 4286	Hendri Herman, Hamdy Hady, Willy Arafah	The Influence of Market Orientation and Product Innovation on the Competitive Advantage and Its Implication toward Small and Medium Enterprises (UKM) Performance	orientasi pasar dan inovasi produk memiliki dampak positif terhadap keunggulan kompetitif dan Implikasinya terhadap Kinerja .	Sama-sama menggunkana n orientasi pasar sebagai variabel independent.	Menggunak an variabel independent yang berbeda yaitu inovasi produk
3	2012	Lingkun gan Bisnis, Orientasi Kewira usahaan JRMB, Volume 7, No.1 Juni 2012	Maria Pampa Kumalanin grum	Lingkungan Bisnis Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar,dan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah	orientasi pasar memiliki dampak positif dan lingkungan bisnis memiliki pengaruh positif terhadap kinerja usaha.	Menggunakan variabel dependent yaitu kinerja usaha	Penelitian yang terdahulu menggunkana n 2 variabel
4	2018	Jurnal Riset Manaje men Sains Indones ia (JRMSI) Vol 9, No. 1, 2018 e-ISSN: 2301- 8313	Shandra Ekaputri, Tri Sudarwant o, Novi Marlena	Peran Lingkungan Industri,Prilaku kewirausahaan, dan Kemampuan Manejerial,Terh adap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Logam Skala Mikro	Pran lingkungan industry bukan sekedar memberikan wawasan tetapi memberi peluang bagi perilaku kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan	Sama-sama menggunkana n variabel kinerja perusahaan	
5	2016	Journal of Busines	Evans Ojiambo Onditi	The Relationship between Market	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan orientasi	Menggunakan variabel dependent	

		s and Management www.iiste.org ISSN 2222-1905		Orientation and Firm Performance	pasar berpengaruh pada kinerja perusahaan	yaitu kinerja perusahaan	
6	2016	Journal of Administrative Sciences and Policy Studies June 2016, Vol. 4, No. 1, pp. 1-19 ISSN: 2372-5109	Mohammad Zainul, Endang Siti Astuti, Zainul Arifin & Hamidah Nayati Utami	The Effect of Market Orientation toward Organizational Learning, Innovation, Competitive Advantage, and Corporate Performance	Terdapat pengaruh positif antara factor signifikan yaitu inovasi terhadap kinerja perusahaan	Sama sama menggunakan variabel dependent yaitu kinerja perusahaan	Menggunakan 4 variabel yaitu orientasi pasar, inovasi, keunggulan kompetitif, kinerja perusahaan
7	2015		Bakti Triady	Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Strategi Binsis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada Sentra Kain Cigondewah	Terdapat pengaruh positif yaitu perilaku kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan	Menggunakan variabel independent dan dependent yaitu perilaku kewirausahaan dan kinerja perusahaan	Menggunakan variabel Independent yang berbeda yaitu strategi bisnis.
8	2010		Aditono	Pengaruh Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kepercayaan Perusahaan Dan Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan	Orientasi dan perilaku kewirausahaan berpengaruh pada kinerja perusahaan	Sama-sama menggunakan variabel yang sama	Unit penelitian yang berbeda

2.3 Kerangka Pemikiran

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia

wirausaha. Pembangunan akan lebih berhasil jika dituangkan oleh perilaku kewirausahaan yang dapat membantu dan membuka lapangan pekerjaan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Karena jika diperhatikan manfaat adanya wirausaha banyak sekali. Selain menambah daya tampung tenaga kerja, wirausaha sebagai generator pembangunan lingkungan, baik dibidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan dan sebagainya. Menurut Julian et al. (2014), orientasi pasar merupakan pemasaran utama strategi yang dapat diadopsi oleh organisasi bisnis untuk meningkatkan kinerjanya. Suryana (2013:52) perilaku kewirausahaan merupakan konsep tingkah laku wirausahawan sebagai pengambil resiko yang moderat. Berdasarkan kedua pengertian tersebut perilaku kewirausahaan merupakan sikap, tingkah laku wirausahawan dalam mengelola usahanya. P. Stephen dan Coulter (2010: 219) kinerja usaha merupakan hasil dari sebuah aktivitas kerja dalam perusahaan, dimana untuk mendapatkan hasil yang maksimal sesuai tujuan perusahaan maka manajer perusahaan perlu memahami dan mengelola kinerja sesuai dengan target yang telah ditentukan sebelumnya.

Maka dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar dan perilaku kewirausahaan sangat penting dan harus selalu diperhatikan oleh setiap pengusaha khususnya pengusaha industri kecil sebagai kekuatan dan mendukung jalannya usaha serta meningkatkan kinerja usaha.

2.3.1 Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha

Orientasi pasar tidak hanya membantu meningkatkan daya saing tetapi juga secara langsung mempengaruhi kinerja perusahaan. Mohsein et al. (2012), dan Boso et al. (2013) yang menyatakan bahwa orientasi pasar secara signifikan mempengaruhi kinerja perusahaan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur orientasi pasar adalah orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan informasi pasar. Orientasi pelanggan adalah kesediaan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Orientasi pesaing adalah kesediaan perusahaan untuk memantau strategi pesaing. Informasi pasar adalah upaya perusahaan untuk mencari informasi tentang kondisi pasar industri.

2.3.2 Perilaku Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

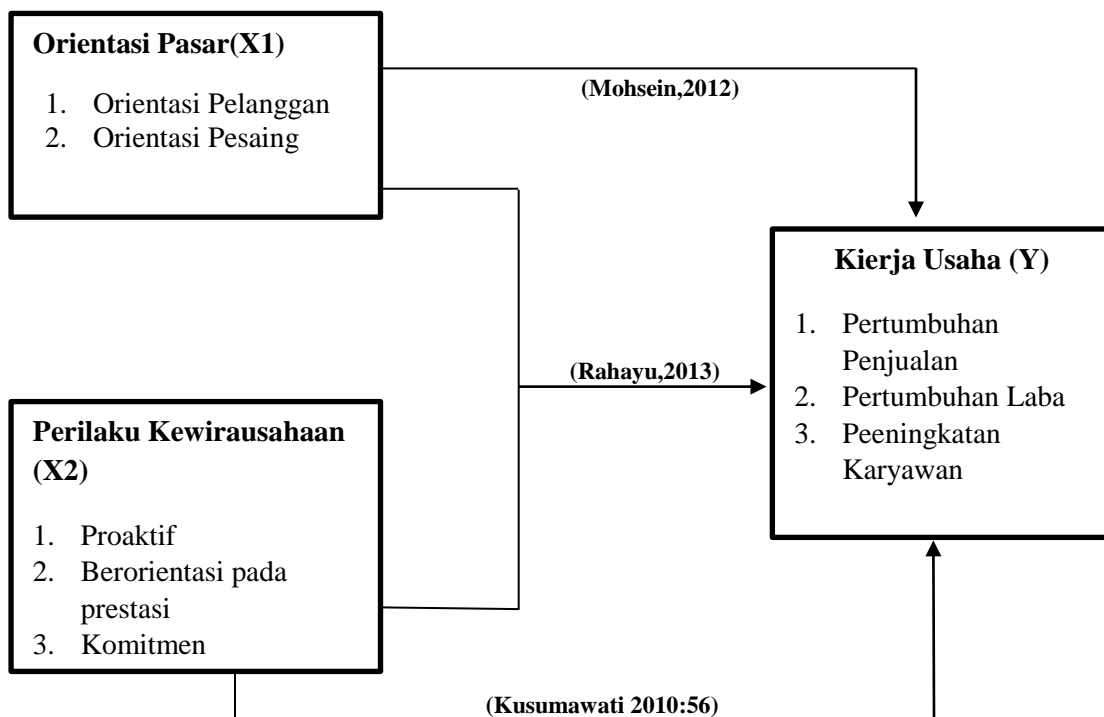
Perilaku kewirausahaan merupakan konsep tingkah laku wirausahawan sebagai pengambil resiko yang moderat. Zakiyudin (2013: 30) menjabarkan tiga indikator yang digunakan untuk mengukur ketepatan perilaku wirausaha dalam menjalankan usahanya, dimana ketiga indikator tersebut antara lain proaktif, berorientasi pada prestasi, dan komitmen pada pihak lain dan perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Orientasi Pasar dan perilaku Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Baik orientasi pasar maupun perilaku kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang mampu memotivasi karyawan untuk bisa memunculkan ide-ide baru karyawan dalam memunculkan inovasi produk inilah yang

diharapkan akan bisa meningkatkan kinerja perusahaan Hsi-Yin Lo (2012). Rahayu (2013: 65-66) menjabarkan tiga indikator yang digunakan untuk mengukur ketepatan indikator dalam mengukur kinerja perusahaan yaitu peningkatan penjualan, peningkatan profit, pertumbuhan memuaskan dalam

Dengan demikian masing-masing variabel baik variabel karakteristik orientasi pasar maupun perilaku kewirausahaan memiliki dampak terhadap kinerja perusahaan, sehingga bisa dikatakan bahwa kinerja perusahaan sangat dipengaruhi oleh orientasi pasar dan perilaku kewirausahaan.



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas dalam pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Berdasarkan kerangka pemikiran dan permasalahan yang ada maka dapat diketahui hipotesis yang digunakan yaitu :

H1 : Orientasi Pasar berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha.

H2 : Perilaku Kewirausahaan berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha.

H3 : Orientasi Pasar dan Perilaku Kewirausahaan berpengaruh Terhadap Kinerja Usaha.