

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Competitiveness Development

2.1.1.1 Definisi *Competitiveness Development*

Competitiveness atau juga Daya Saing merupakan salah satu hal kunci yang sangat penting dari sebuah perekonomian. Daya saing (*Competitiveness*) dapat dikatakan sebagai suatu persepsi dari perbandingan kekuatan serta manifestasi dari suatu perusahaan, sub-sektor atau sebuah negara yang bertujuan untuk menjual serta memasok baik berupa barang maupun jasa yang ditunjukkan untuk diberikan kepada pasar.

Definisi lain dari daya saing yaitu suatu kemampuan dari usaha (pelaku usaha) dalam memberikan nilai lebih terhadap produk yang dimiliki dibandingkan pesaing yang ada serta adanya nilai tersebut untuk memberikan manfaat bagi pelanggannya, menurut **Fauzan, W., (2019:35)** yang mengutip dari Lena Ellitan (2007:36).

Sedangkan pengertian daya saing menurut **Z. Heflin Frinces (2011: 60)** daya saing dijelaskan sebagai sebuah kekuatan ataupun keahlian serta keunggulan yang dibentuk dari kemampuan dan sumber energi yang berasal dari dalam serta luar organisasi secara terencana dan sistematis buat melaksanakan perlawanan atas

terdapatnya kemampuan laten ataupun nyata mengusik, menggeser, melawan serta ataupun memusnahkan posisi, keberadaan dan eksistensi pihak yang hendak disaingi.

Maka *Competitiveness Development* atau pengembangan daya saing dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam meningkatkan atau melakukan pengembangan lebih baik terhadap nilai lebih yang dimiliki perusahaan dibandingkan pesaing.

2.1.1.2 Pentingnya Daya Saing

Adapun pentingnya daya saing yang dikemukakan oleh **Okvita, A., (2020:14)** yang mengutip dari **Porter (1990)** yaitu sebagai berikut :

1. Mendorong produktivitas serta meningkatkan keahlian mandiri
2. Sanggup tingkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi ataupun kuantitas pelaksana ekonomi sehingga perkembangan ekonomi bertambah
3. Keyakinan bahwa mekanisme pasar lebih menghasilkan efisiensi

2.1.1.3 Strategi Peningkatan Daya Saing

Fauzan, W., (2019:35) yang mengutip dari **Kotler dan Keller (2007:412)** mengemukakan dalam memperoleh keunggulan bersaing yaitu diukur dengan:

- a. Nilai Pelanggan

Yaitu perbandingan antara nilai total dan biaya total dari total terhadap penawaran pemasaran bagi konsumen.

b. **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan digunakan sebagai ukuran kinerja yang diberikan dari sebuah produk apakah sepadan dengan yang diharapkan oleh pembeli. Kepuasan pelanggan terjadi bergantung dari kinerja nyata sebuah produk dan relatif terhadap harapan pembeli.

2.1.1.4 Indikator Daya Saing

Menurut **Fauzan, W., (2019:35)** yang mengutip dari **Lena Ellitan dan Lina Anatan (2007:88)** mengemukakan bahwa indikator daya saing dari suatu perusahaan terdiri dari 5 komponen, diantaranya:

1. Lokasi

Mencermati lokasi usaha sangat berarti bagi kemudahan konsumen serta dapat menjadi aspek utama untuk kelangsungan bisnis. Lokasi usaha yang strategis dapat digunakan untuk menarik atensi dari konsumen. Lokasi juga akan menjadi sangat berarti agar dapat memudahkan konsumen ketika akan berkunjung, konsumen pasti hendak mencari jarak tempuh yang paling dekat. Walaupun tidak menutup kemungkinan konsumen yang berasal dari jarak yang jauh juga akan datang ataupun membeli, tetapi persentasenya kecil.

2. Harga

Harga merupakan jumlah dari segala nilai yang ditukar konsumen atas berbagai manfaat yang didapat ataupun menganakan produk ataupun jasa tersebut. Aspek harga juga dapat mempengaruhi seorang pembeli dalam mengambil

keputusan. Selain itu harga bisa berkaitan dengan diskon, adanya kupon berhadiah, serta yang berkaitan dengan kebijakan dari penjualan.

3. Pelayanan

Pelayanan (Service) merupakan suatu aksi maupun kinerja yang dapat diberikan terhadap orang lain. Pelayanan ataupun lebih sering dikenal dengan service dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

- **High contact service**

Merupakan suatu klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana hubungan antara konsumen dengan penyedia jasa yang sangatlah besar, konsumen senantiasa ikut serta di dalam suatu proses dari layanan jasa tersebut.

- **Low contact service**

Merupakan suatu klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana hubungan antara konsumen dengan penyedia jasa yang tidaklah terlalu besar. Physical contact dengan konsumen hanya terjalin di front desk yang terhitung ke dalam klasifikasi low contact service. Contohnya yaitu lembaga keuangan.

4. Mutu atau kualitas

Kepercayaan agar dapat memenangkan persaingan dalam pasar maka sangat ditentukan dari kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Berkaitan dengan kualitas produk, Muhardi dalam bukunya “Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing” yang mengutip pendapat dari Adam dan Ebert yang mengatakan : “kualitas produk dapat ditunjukkan dari kesesuaian spesifikasi

desain dengan fungsi maupun kegunaan dari produk itu sendiri, serta dari kesesuaian produk dengan spesifikasi desainnya. Maka dari itu suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki daya saing apabila perusahaan tersebut dapat menghasilkan produk yang berkualitas yang dalam maknanya sesuai dengan kebutuhan dari pasarnya”.

5. Promosi

Promosi ialah suatu wujud komunikasi pemasaran yang merupakan kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarkan luaskan informasi, memberi pengaruh ataupun membujuk serta mengingatkan target pasar mengenai perusahaan juga produk yang dihasilkan agar dapat menerima, membeli juga dapat bersikap loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang berkaitan.

2.1.2 Learning Orientation

2.1.2.1 Definisi *Learning Orientation*

Menurut (**Wahyono & Hutahayan, 2021**) yang mengutip dari Sinkula, Baker, dan Noordewier (1997) mengemukakan bahwa orientasi pembelajaran merupakan sebuah dasar dari pembelajaran yang digunakan untuk menghasilkan proses belajar. Sedangkan (Sheng & Chien, 2016) berpendapat bahwa orientasi belajar cenderung digunakan untuk menciptakan dan mengelola pengetahuan.

Menurut **Wahyono, & Hutahayan, B. (2021)** yang mengutip dari Huber (1991), orientasi belajar digunakan untuk mengembangkan wawasan baru yang

kemudian dapat digunakan untuk membentuk perilaku dari nilai dan keyakinan. Orientasi belajar dalam praktik membutuhkan komitmen belajar dan keterbukaan dalam berpikir yang dijadikan sebagai penggerak pembelajaran dalam suatu organisasi. Menurut **Wahyono, & Hutahayan, B. (2021)** yang mengutip dari Levinthal dan March (1993) kemampuan organisasi dalam pembelajaran merupakan sumber keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Selain itu **Sugiyarti, G. (2015:113)** yang mengutip dari Baker dan Sinkula (1999), orientasi pembelajaran ialah sekumpulan nilai organisasi yang mempengaruhi kecenderungan perusahaan untuk menciptakan serta menggunakan pengetahuan proses budaya yang berorientasi pasar dan pembelajaran tersebut.

Dalam konteks ini, orientasi pendidikan ditatap selaku nilai- nilai industri yang pengaruhi kecenderungan industri buat menghasilkan serta memakai pengetahuan menurut **(Zhao, Li, & Lee, 2011)**, serta manajemen komitmen buat menunjang budaya yang mendorong orientasi pendidikan selaku salah satu nilai utama menurut (Real, Roldán, & Leal, 2012).

Bila suatu industri kecil serta kurang berorientasi pada pendidikan daripada para pesaingnya, itu bisa jadi mempunyai kurang inovasi menurut **(Pesämaa, Shoham, Wincent, & A. Ruvio, 2013)**. Riset tadinya sudah menciptakan kalau orientasi pendidikan mempunyai akibat signifikan terhadap kinerja UKM menurut **Real et al., (2012)**. Selain itu **(Maes & Sels, 2014)** berpendapat jika pendidikan

merupakan komponen utama dari tiap upaya buat tingkatan keunggulan kompetitif serta kinerja organisasi.

Dari sekian banyak riset diatas bisa disimpulkan jika orientasi pembelajaran merupakan sesuatu metode yang diterapkan ataupun proses yang dicoba oleh perusahaan dengan metode membagikan pengajaran berbentuk pengetahuan serta pengetahuan, dan menunjang dan meningkatkan kinerja bisnis pada khususnya serta kinerja industri pada biasanya.

2.1.2.2 Tujuan Orientasi Pembelajaran

Menurut (Said, 2014) yang mengutip dari Yusufhadi Miarso (2004) ada beberapa alasan organisasi untuk melakukan orientasi pembelajaran, diantaranya:

1. Untuk melakukan pembangunan ekonomi berkelanjutan
2. Pengembangan organisasi yang tidak lagi berorientasi pada lingkungan internal

Dalam konsep orientasi pembelajaran muncul dalam konteks daya saing dan perubahan lingkungan, karena membutuhkan kompetensi dan kepemimpinan untuk memberikan pengetahuan terhadap seluruh anggota.

2.1.2.3 Strategi Orientasi Pembelajaran

Jenis-jenis Strategi Orientasi Pembelajaran Organisasi menurut (Yani, 2020) yang mengutip dari **Trianto (2007:94)** yaitu membagi strategi pembelajaran organisasi menjadi tiga jenis, yaitu:

a. Outlining

Dalam Outlining atau membuat kerangka garis besar, pelaku usaha menghubungkan berbagai macam topik atau ide dengan beberapa ide utama. Dalam proses pembuatannya, jenis hubungan yang akan dibangun adalah satu topik kedudukannya lebih rendah terhadap topik lain. Misalnya yang terdapat dalam sebuah daftar isi buku, atau list proses yang berjalan tahap demi tahap.

b. Pemetaan Konsep (Concept Mapping)

Pemetaan konsep dilakukan dengan membuat suatu sajian visual atau diagram tentang ide-ide penting suatu topik tertentu. Artinya pemetaan konsep menyajikan bahan-bahan pelajaran khususnya ide-ide kunci melalui struktur yang baru dan mudah dimengerti oleh pelaku usaha. Beberapa hal lebih efektif dibandingkan dengan outlining.

c. Menmonics

Menmonics merupakan metode untuk membantu menata informasi yang menjangkau ingatan dalam pola-pola yang dikenal, sehingga lebih mudah dicocokkan dengan pola skemata dalam memori jangkan panjang. Menmonics terdiri atas 2 teknik yaitu teknik Chunking (pemotongan) dan Akronim (singkatan).

2.1.2.4 Indikator Orientasi Pembelajaran

Industri yang berorientasi pembelajaran mempunyai seperangkat nilai yang mempengaruhi keinginannya buat menghasilkan dan memakai pengetahuan.

Menurut (Sutanto, 2012) ada tiga nilai penting yang membentuk orientasi pembelajaran, diantaranya:

a. Komitmen untuk pembelajaran

Merupakan tingkat seberapa kuat keinginan untuk mempertahankan budaya pembelajaran dalam sebuah perusahaan. Dimana individu memposisikan pembelajaran sebagai suatu yang dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan.

b. Terbuka terhadap pemikiran baru

Organisasi yang berorientasi pendidikan terbuka buat memperoleh pengetahuan baru, senantiasa mempertanyakan apa yang dipelajari serta dikenal dan ingin belajar dari pengalaman masa kemudian.

c. Visi bersama

Berbeda dengan komitmen terhadap pemikiran baru yang pengaruhnya pada kesungguhan belajar, visi bersama mempunyai peran bernilai dalam belajar proaktif. berorientasi pembelajaran.

2.1.3 Entrepreneurial Commitment

2.1.3.1 Definisi *Entrepreneurial Commitment*

Entrepreneurial Commitment atau dapat dikatakan sebagai komitmen berwirausaha merupakan sebuah keterikatan antara diri dan keinginan yang besar dalam membangun, memajukan serta mempertahankan keberadaan bisnis dalam situasi apapun.

Adanya komitmen wirausaha yang tinggi dapat disebabkan oleh terdapatnya motivasi untuk berprestasi serta adanya intensi kewirausahaan. Dari dua hal tersebut dapat dijadikan hal dasar dalam memahami seseorang untuk melakukan wirausaha serta memiliki komitmen wirausaha menurut dan memiliki motif agar dapat berprestasi yang **(Sahabuddin, 2013)** yang mengutip dari Choo dan Wong (2006:49) dan McClelland (1992).

Sebab komitmen merupakan hal yang sangat penting atau sebagai kunci utama untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses. maka dari itu seorang wirausaha perlu siap baik secara mental serta tenaga untuk melakukan bergai kegiatan dengan waktu yang lama dan sepenuh hati. Selain itu seorang wirausaha yang baik dapat mengetahui kelebihan maupun kekurangan yang dirinya miliki.

Seperti yang diungkapkan oleh **(Budiarti, 2013)** bahwa seorang wirausaha perlu belajar banyak mengenai dirinya sendiri, baik itu kelebihan maupun kekurangan yang dimiliki yang diperoleh dari tindakan dilakukan oleh diri sendiri, dan dari kegagalan yang telah terjadi perlu diterima sebagai pengalaman untuk pembelajaran ke

depannya. Dari hal tersebut membantu untuk meningkatkan ilmu dalam meningkatkan bisnis tersebut.

Sahabuddin, R. (2013) yang mengutip dari Choo dan Wong (2006:49) dan McClelland (1992) juga menyatakan bahwa kecenderungan seseorang untuk berwirausaha didorong oleh modal yang dimilikinya, seperti:

1. Kekayaan
2. Pendidikan
3. Demografi (termasuk: usia dan status perkawinan)

2.1.3.2 Faktor Kegagalan Dalam Berwirausaha

Menurut (**Akhmad, Kusubagio, & Sanosra., 2015**) yang mengutip dari Zimmerer (1996) ada beberapa faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usaha barunya:

1. Tidak kompeten dalam manajerial.

Tidak kompeten atau tidak memiliki kemampuan dan pengetahuan mengelola usaha merupakan faktor penyebab utama yang membuat perusahaan kurang berhasil.

2. Kurang berpengalaman baik dalam kemampuan mengkoordinasikan, keterampilan mengelola sumber daya manusia, maupun kemampuan mengintegrasikan operasi perusahaan.

3. Kurang dapat mengendalikan keuangan.

Agar perusahaan dapat berhasil dengan baik, faktor yang paling utama dalam keuangan adalah memelihara aliran kas, mengatur pengeluaran dan penerimaan secara cermat. kekeliruan dalam pemeliharaan aliran kas akan menghambat operasional perusahaan dan mengakibatkan perusahaan tidak lancar.

4. Gagal dalam perencanaan.

Perencanaan merupakan titik awal dari suatu kegiatan, sekali gagal dalam perencanaan maka akan mengalami kesulitan dalam pelaksanaan.

5. Lokasi yang kurang memadai.

lokasi usaha yang strategis merupakan faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Lokasi usaha yang kurang strategis dapat mengakibatkan perusahaan sukar beroperasi karena kurang efisien.

6. Kurangnya pengawasan peralatan.

pengawasan erat kaitannya dengan efisiensi dan efektivitas. Kurangnya pengawasan dapat mengakibatkan penggunaan peralatan (fasilitas) perusahaan secara tidak efisien dan tidak efektif.

7. Sikap yang kurang sungguh-sungguh dalam berusaha.

Sikap yang setengah-setengah terhadap usaha akan mengakibatkan usaha yang dilakukan menjadi labil dan gagal. dengan sikap setengah hati, kemungkinan terjadinya gagal lebih besar.

8. Ketidakmampuan dalam melakukan peralihan/transisi kewirausahaan.

Wirausaha yang kurang siap menghadapi dan melakukan perubahan tidak akan menjadi wirausaha yang berhasil. Keberhasilan dalam berwirausaha hanya bisa diperoleh apabila berani mengadakan perubahan dan mampu membuat peralihan setiap waktu.

2.1.3.3 Indikator *Entrepreneurial Commitment*

Menurut **Suryana (2014:22)** terdapat beberapa indikator yang dapat mencerminkan sikap dan dapat dijadikan sebuah komitmen yang baik dari seorang wirausaha, diantaranya:

1. Percaya diri

Indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin, bertanggung jawab.

2. Memiliki inisiatif

Indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.

4. Memiliki motif berprestasi

Indikatornya adalah berorientasi pada hasil dan wawasan masa depan.

5. Memiliki jiwa kepemimpinan

Indikatornya adalah berani tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.

6. Berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan

Yaitu seperti menyukai tantangan tetapi tetap melakukan perhitungan sebelum melakukannya.

2.1.4 Kinerja Bisnis

2.1.4.1 Definisi Kinerja Bisnis

Dalam melakukan aktivitasnya sebuah organisasi ataupun sebuah perusahaan pasti memiliki tujuan - tujuan yang akan dicapai dan telah di tetapkan sebelumnya. Di dalam organisasi memiliki sekelompok orang berperan sangat aktif untuk menjadi penggerak dalam pencapaian tujuan. Apabila kinerja dari setiap individu (*individual performance*) baik, diharapkan untuk kinerja dari organisasi atau perusahaan akan baik pula.

(**Alpianita, R. N., 2019**) yang mengutip dari Lee dan Tsang (2001) Kinerja usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta pelaksanaan suatu pekerjaan yang diminta

Menurut (**Hanuma, 2011:1**) yang mengutip dari Mulyadi (2001) Kinerja merupakan sebuah istilah yang sering digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode. Sedangkan (**Nugrahayu dan Retnani, 2015**) yang mengutip dari Mulyadi (2001) mengungkapkan bahwa kinerja perusahaan atau juga kinerja bisnis yaitu sebagai sebuah keberhasilan

perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai sasaran-sasaran strategik yang telah ditetapkan melalui inisiatif strategik pilihan.

Adapun kinerja perusahaan menurut **(Nugrahayu dan Retnani, 2015)** yang mengutip dari Muhammad (2008:14) diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk meraih tujuannya melalui pemakaian sumber daya secara efisien dan efektif dan menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan mencapai hasilnya setelah dibandingkan dengan kinerja terdahulu previous performance dan kinerja organisasi lain benchmarking, serta sampai seberapa jauh meraih tujuan dan target yang telah ditetapkan.

Menurut **(Dwi Santy Se, R., Si, M., & Ruhimat Se, Y., 2018:5-6)** dalam penelitiannya "*Business performance is the result of work that can be achieved by a person or group of people in an organization, in accordance with the authority and responsibilities of themselves, in order to achieve the goals of the organization in question legally, do not violate the law and in accordance with the moral and ethical.*"

Sedangkan **(Zulfikar & Novianti, 2018)** mengungkapkan bahwa setiap dari pelaku usaha memiliki tujuan agar mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya yang dapat memungkinkan untuk meningkatkan semangat pelaku usaha dalam usahanya serta dapat meningkatkan kinerja dari usahanya melalui kapabilitas dari jejaring usaha serta dapat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi.

Selain itu (**Dwi Santy, R., & Ihsan Izharuddin Adhipratama, M., 2013**) bahwa *“There are several factors in determining the performance of the business to keep up and evolve, one of those factors is creativity and innovation”*. Terdapat beberapa faktor dalam menentukan kinerja bisnis untuk mengikuti dan berkembang, salah satu faktor tersebut adalah kreativitas dan inovasi

Dengan definisi di atas, maka dapat diartikan bahwa Kinerja usaha merupakan hasil kerja yang dapat dicapai dari serangkaian proses bisnis untuk membuat suatu tindakan dan hasil yang dapat diterima dalam serangkaian kegiatan yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas.

Atapun dari berbagai definisi kinerja di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan performance atau penampilan atau hasil kerja seseorang maupun organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan serta dapat diukur dengan standar yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

Dari sebagian penafsiran diatas, kinerja usaha ialah hasil dari sebagian keputusan yang terbuat secara terus menerus oleh manajemen buat menggapai sesuatu tujuan tertentu secara efisien serta efektif. Industri pada dasarnya ialah sesuatu organisasi yang dibangun buat menggapai sesuatu tujuan tertentu ialah mendapatkan laba.

Kinerja ataupun performance senantiasa berhubungan dengan 2 aspek yang utama, ialah aspek kesediaan ataupun motivasi dari pegawai yang menyebabkan ia melaksanakan usaha, serta aspek keterampilan pegawai dalam pelaksanakannya.

Penafsiran kinerja mengacu pada tingkatan pencapaian ataupun pencapaian industri dalam kurun waktu tertentu. Tujuan industri, yang terdiri dari: senantiasa berdiri ataupun eksis (bertahan), mendapatkan keuntungan (utilitas) serta dapat tumbuh. (perkembangan), bisa dicapai bila industri mempunyai kinerja yang baik. Kinerja (performance) industri dapat jadi dilihat dari tingkatan penjualan, tingkatan keuntungan, tingkatan pengembalian modal, tingkatan perputaran serta pangsa pasar yang sudah dicapai.

2.1.4.2 Tujuan Penilaian Kinerja

Tujuan utama penilaian kinerja adalah untuk memotivasi personel dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku berupa kebijakan manajemen atau rencana formal yang dituangkan dalam anggaran organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diinginkan oleh organisasi.

2.1.4.3 Manfaat Pengukuran Kinerja

Suatu pengukuran kinerja akan menghasilkan data, dan data yang telah dianalisis akan memberikan informasi yang berguna bagi peningkatan pengetahuan para manajer dalam mengambil keputusan atau tindakan manajemen untuk meningkatkan kinerja organisasi (Dariati, Nur, & Silfi, 2020) yang mengutip dari Vincent Gaspersz (2005). Manfaat sistem pengukuran kinerja yang baik adalah:

1. Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan lebih dekat pada pelanggannya dan membuat seluruh orang dalam organisasi terlibat dalam upaya memberi kepuasan kepada pelanggan.
2. Memotivasi pegawai untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal.
3. Mengidentifikasi berbagai pemborosan sekaligus mendorong upaya upaya pengurangan terhadap pemborosan tersebut (reduction of waste).
4. Membuat suatu tujuan strategis yang biasanya masih kabur menjadi lebih konkrit sehingga mempercepat proses pembelajaran organisasi.
5. Membangun konsensus untuk melakukan suatu perubahan dengan memberi reward atas perilaku yang diharapkan itu.

2.1.4.4 Indikator Kinerja Bisnis

Kinerja usaha ialah seperangkat hasil yang dicapai serta merujuk pada aksi pencapaian dan penerapan sesuatu pekerjaan ataupun tugas yang dimohon. Variabel

dalam riset ini dibesarkan dari kinerja yang sudah diteliti oleh **Alpianita, R. N. (2019: 97)** yang mengutip dari **Less dan Tsang (2001)** yang terdiri atas perkembangan penjualan, perkembangan keuntungan usaha. Variabel ini diukur dengan 2 dimensi ialah:

1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa kemudian serta bisa dijadikan selaku prediksi perkembangan masa yang hendak tiba, perkembangan atas penjualan ialah ukuran berarti penerimaan dasar dari produk serta jasa industri tersebut, dimana pemasukan yang dihasilkan dari penjualan hendak bisa digunakan buat mengukur tingkat perkembangan penjualan. Perkembangan penjualan mencakup 4 perseptif ialah: fasilitas promosi, sasaran penjualan, sasaran pasar, serta mutu produk.

2. Pertumbuhan Keuntungan Usaha

Pertumbuhan keuntungan usaha ialah perihal berarti penerimaan pasar dari produk serta jasa industri tersebut, perkembangan keuntungan usaha yang tidak berubah- ubah dikira berarti untuk industri yang dijual ke publik lewat saham buat menarik investor. Perkembangan keuntungan usaha bisa di ukur lewat aset industri, profitabilitas serta produktivitas tenaga kerja.

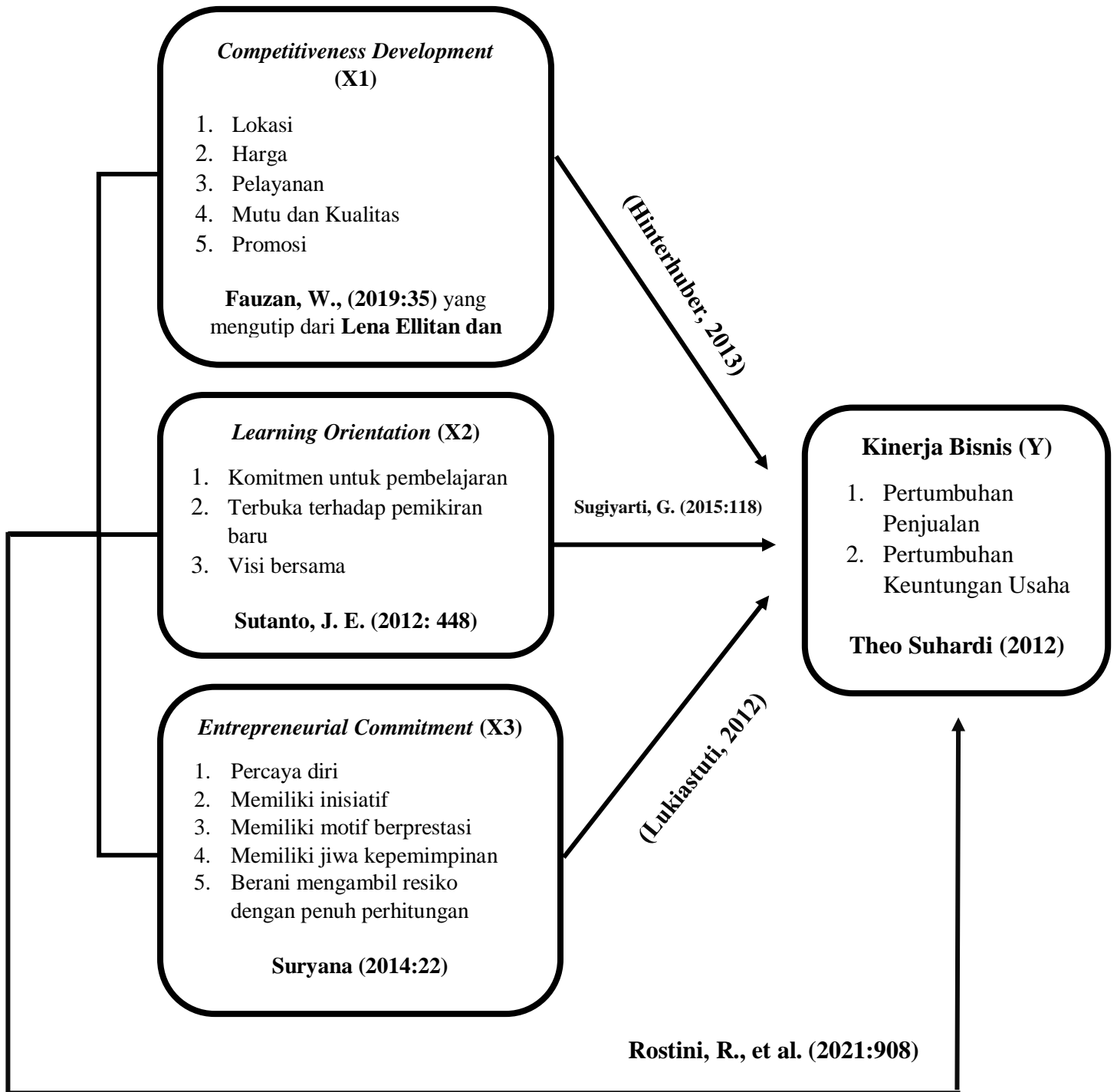
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Rostini Rostinia*, Wendy Souisab, R. Masmarulanc and Nurfatwa Andriani Yasinc 2021	Competitiveness development, learning orientation, entrepreneurial commitment and business performance in the silk industry Growing Science ISSN 1923-9343 (Online) - ISSN 1923-9335 (Print)	Pengembangan bisnis yang berorientasi pada kinerja bisnis tidak cukup hanya berdasarkan penguatan pengetahuan dan keterampilan tetapi yang utama terkait dengan pengembangan kepribadian dari pelaku bisnis	Memiliki semua variabel yang sama	Penggunaan lokasi penelitian yang berbeda
2	James A. Wolff , Timothy L. Pett , J. Kirk Ring	Small Firm Growth As A Function Of Both Learning Orientation And Entrepreneurial Orientation International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research ISSN: 1355-2554	Dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pembelajaran dan pengaruh perilaku atau tindakan dari orientasi wirausaha	Penggunaan Variabel Orientasi Pembelajaran Sebagai variabel independen	Penggunaan lokasi penelitian yang berbeda
3	Andreas Hinterhuber 2015	Can competitive advantage be predicted? International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research ISSN: 0025-1747	Dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara daya saing dan kinerja bisnis	Penggunaan variabel daya saing dan kinerja bisnis	Penggunaan lokasi penelitian yang berbeda

4	Rini1)*, Lisnini2) , Fetty Maretha3) Yulia Pebrianti4)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Pengolah Makanan di Kota Palembang) Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis ISSN: 2723-6056	Dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel orientasi pembelajaran dan keunggulan bersaing.	Penggunaan Variabel Orientasi Pembelajaran Sebagai variabel independen	Penggunaan Variabel Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar sebagai variabel independen
	2020				
5	J.E. Sutanto	Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kemampuan Produksi, Dan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Bisnis	Dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Variabel mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis	Penggunaan Variabel Orientasi Pembelajaran dan Kinerja Bisnis variabel independen	Penggunaan Variabel Kemampuan Produksi, Dan Orientasi Pasar Terhadap Strategi Bisnis sebagai variabel independen
	2012				
6	Edy Jumady1) , Yana Fajriah2)	Green Supply Chain Management: Mediasi Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur	Green supply chain management berpengaruh signifikan terhadap daya saing Perusahaan, Green supply chain management berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, Daya saing berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, Green supply chain management berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan	Penggunaan Variabel Daya Saing dan Kinerja Bisnis variabel independen	Penggunaan lokasi penelitian yang berbeda
	2020				



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3.1 Keterkaitan Antara Variabel Penelitian

2.3.1.1 Pengaruh antara *Competitiveness Development* (X1) Terhadap Kinerja Bisnis(Y)

Menurut (Hinterhuber, 2013), “Kemungkinan salah satu dari perbandingan 2 metode pengukur daya saing merupakan kegiatan untuk menciptakan kinerja bisnis yang stabil.”

2.3.1.2 Pengaruh antara *Learning Orientation* (X2) Terhadap Kinerja Bisnis(Y)

Sugiyarti, G. (2015:118) yang mengutip dari Baker dan Sinkula (1999) menyatakan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara orientasi pembelajaran dan kinerja perusahaan. Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian Farrel (2000), Day (1994), Dickson (1996) dan Stata (1992) dalam Baker dan Sinkula (1999). Sementara itu Stata (1989) serta Hurley dan Hult (1998) menyatakan bahwa orientasi pembelajaran merupakan kunci dari inovasi.

2.3.1.3 Pengaruh antara *Entrepreneurial Commitment* (X3) Terhadap Kinerja Bisnis(Y)

(Lukiastuti, 2012) mengungkapkan bahwa uji empiris hubungan antara orientasi wirausaha dan kinerja perusahaan telah menggunakan beberapa cara pengujian yang berbeda. Lukiastuti, F. (2012:163) yang mengutip dari Covin dan

Slevin (1986) melaporkan bahwa koefisien korelasi antara postur wirausaha (yang didefinisikan sebagai pengambilan risiko, inovasi produk, dan sikap proaktif/agresif pihak manajemen puncak) dan kinerja perusahaan. Di tahun 1989, di lain pihak, juga menemukan bahwa postur stratejik bukan merupakan prediktor indenpenden kinerja perusahaan yang signifikan. **Lukiastuti, F. (2012:163)** yang mengutip dari Zahra (1991) menemukan adanya hubungan yang positif antara orientasi wirausaha dengan profitabilitas dan pertumbuhan

(Rostini, Souisa, Masmarulan, & Yasin, 2021) yang mengutip dari Sahabuddin (2018) menyatakan bahwa komitmen berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja bisnis. Sejalan dengan hasil analisis, dijelaskan bahwa pengembangan daya saing belum berkembang seperti yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnis

2.3.1.4 Pengaruh antara *Competitiveness Development (X1), Learning Orientation (X2), Entrepreneurial Commitment (X3) Terhadap Kinerja Bisnis(Y)*

Rostini, R., et al. (2021:908) mengungkapkan bahwa daya saing, orientasi pembelajaran, dan komitmen wirausaha dapat memberikan pengaruh yang signifikan dan juga memberikan pengaruh positif bagi kinerja bisnis perusahaan.

2.4 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H1 : *Competitiveness Development* Berpengaruh Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya

H2 : *Learning Orientation* berpengaruh Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya

H3 : *Entrepreneurial Commitment* Pada Pengrajin Rotan di Bandung Raya

Hipotesis Utama

Competitiveness Development, Learning Orientation dan Entrepreneurial Commitment berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis secara simultan