

BAB II

Landasan Teori

2.1 Pendahuluan

Landasan teori ini memusatkan perhatian pada bagaimana pembentukan konstruk orientasi wirausaha itu terjadi. Pertama, akan dijelaskan secara singkat tentang pengertian EO dari beberapa penelitian terdahulu. Kemudian akan dijelaskan pembentuk EO tersebut secara terpisah sehingga pembahasan yang diperoleh lebih mendalam. Pada pembahasan yang pertama akan dijelaskan apa itu Orientasi Wirausaha itu beserta konstruk yang membangun variabel Orientasi Wirausaha tersebut seperti Innovativeness, Proactiveness dan Risk Taking. Kemudian pembahasan berikutnya adalah mengenai pemahaman Orientasi Bisnis Kecil beserta konstruksi yang membangun variabel tersebut seperti Tujuan Pribadi dan Ikatan Emosional. Pada bagian berikutnya dijelaskan bagaimana hipotesis diperoleh dan menjelaskan bagaimana hubungan antar variabel independen berhubungan dengan variabel dependen. Bab 2 ini diakhiri dengan gambar kerangka penelitian dan tabel yang berisi penelitian terdahulu.

2.2 Entrepreneurship Orientation / Orientasi Wirausaha (EO)

Schumpeter (1934) dalam Runyan, Droge & Swinney (2008), pada awalnya menjelaskan bahwa seorang pengusaha adalah seorang innovator atau seseorang yang menemukan teknologi tertentu yang berhubungan dengan keuntungan finansial dan ini didukung oleh karya Lumpkin dan Dess (1996),

Covin dan Slevin (1989), Miller dan Friesen (1982), Vesper (1980), dan lain-lain. Para peneliti EO setuju tentang pendapat mengenai EO ini yang dapat dibuktikan melalui kecenderungan sikap kewirausahaan yang cenderung ke arah *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking*. Miller (1983) serta Covin dan Slevin (1989) mengoprasikan ketiga konstruksi tersebut dan melihat ketiga konstruksi tersebut sebagai pusat EO. *Proactiveness* sebagai satu aspek dari perilaku kewirausahaan sangat jelas digambarkan oleh Covin dan Slevin (1989), Miller (1983), serta Lumpkin dan Dess (1996). *Risk taking* (risiko sosial, personal, dan psikologis, serta risiko strategis) adalah karakteristik lain yang ada pada jiwa pengusaha pada umumnya serta beroperasi dalam kisaran area dari *risk averse* dalam mengambil risiko yang rawan (Lumpkin dan Dess 1996; Baird dan Thomas, 1985; Gasse 1982). Terakhir dalam penelitian Stewart dan Roth (2001) dan Miller dan Friesen (1982) mereka menemukan fakta dari sikap pengusaha yang memiliki tingkat kecenderungan dalam mengambil risiko lebih tinggi dari pada pemilik usaha kecil lainnya.

2.2.1 Proactiveness

Schumpeter menekankan pentingnya inisiatif dalam proses kewirausahaan. Penrose (1959) berargumen bahwa manajer kewirausahaan sangat penting untuk pertumbuhan perusahaan karena mereka memberikan visi dan imajinasi yang diperlukan untuk terlibat dalam ekspansi oportunistik. Lieberman dan Montgomery (1988) menekankan pentingnya memperhatikan aspek inisiatif menjadi yang pertama berarti menjadi penggerak untuk dapat memanfaatkan peluang pasar. Dengan memanfaatkan asimetri dalam pasar, penggerak pertama

dapat menangkap keuntungan luar biasa tingginya dan mendapatkan momentum untuk membangun pengenalan merek.

Istilah *The proactiveness* menurut kamus bahasa Inggris Oxford adalah “deskriptif dari setiap peristiwa atau stimulus atau proses yang memiliki efek pada kejadian atau rangsangan atau proses yang terjadi dengan mengendalikan situasi yang menyebabkan sesuatu terjadi daripada menunggu sesuatu yang akan terjadi”. Dengan demikian, *proactiveness* penting untuk orientasi kewirausahaan karena menunjukkan perspektif ke depan yang disertai dengan kegiatan yang *innovativeness* atau baru-bertualang. Pada awalnya, Miller dan Friesen (1978) berpendapat bahwa *proactiveness* suatu perusahaan ditentukan dengan menjawab pertanyaan, "Bagaimana cara membentuk lingkungan yang baru dengan cara memperkenalkan produk, teknologi, teknik administrasi yang baru?". Kemudian, *proactiveness* digunakan untuk menggambarkan sebuah perusahaan yang cepat untuk ber*innovativeness* dan yang pertama dalam memperkenalkan produk atau jasa baru. Oleh karena itu, konsisten dengan definisi Miller dan Friesen di awal, penulis setuju dengan Venkatraman, yang menyarankan *proactiveness* yang mengacu pada proses yang bertujuan mengantisipasi dan bertindak pada kebutuhan masa depan". Dengan demikian, sebuah perusahaan *proactiveness* adalah pemimpin dan bukan pengikut, karena memiliki kemauan dan keinginan untuk menangkap peluang baru.

2.2.2 Innovativeness

Schumpeter (1942) adalah satu dari para ahli ekonomi yang pertama untuk menekankan peran *innovativeness* dalam proses kewirausahaan. Schumpeter menguraikan proses ekonomi "destruksi kreatif," dimana kekayaan diciptakan ketika ada struktur pasar yang ada terganggu oleh pengenalan barang atau jasa baru yang bergerak jauh dari sumber daya perusahaan yang ada dan menyebabkan perusahaan baru itu untuk tumbuh berkembang. Demikian "*Innovativeness*" menjadi faktor penting digunakan untuk mengkarakterisasi kewirausahaan.

Innovativeness mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dan mendukung ide-ide baru, pembaruan, eksperimentasi, dan proses kreatif yang dapat menghasilkan produk-produk baru, jasa, atau proses teknologi. Pada masa lampau inovasi selalu dikaitkan dengan teknologi yang terdepan di masanya, namun pada jaman ini inovasi menjadi sangat luas maknanya, dari kemasan produk, distribusi, pemasaran, strategi, dsb. Ada banyak metode yang digunakan untuk mengklasifikasikan *innovativeness* namun pada umumnya *innovativeness* berkisar pada penekanan pada desain produk, riset pasar, dan iklan dan promosi (Miller & Friesen, 1978; Scherer, 1980). *Innovativeness* merupakan komponen penting dari sebuah EO, karena mencerminkan sarana penting dimana perusahaan mencari peluang baru.

2.2.3 Risk taking

Pada awalnya, literatur kewirausahaan disamakan dengan literatur tentang wiraswasta (yaitu, mencari peluang kerja untuk memberikan upah kepada orang

lain yang ikut terlibat dalam proses wiraswasta). Cantillon yang hidup pada tahun 1734 merupakan orang pertama yang secara resmi menggunakan istilah kewirausahaan, berpendapat bahwa faktor utama yang membedakan pengusaha dari karyawan yang bekerja adalah ketidakpastian dan risiko wirausaha. Dengan demikian, konsep *risk taking* adalah kualitas yang sering digunakan untuk menggambarkan kewirausahaan.

Risiko memiliki berbagai arti, tergantung pada konteks di mana ia diterapkan. Dalam konteks strategi, Baird dan Thomas (1985) mengidentifikasi tiga jenis risiko strategis: (a) "bertualang ke arah yang tidak diketahui," yang diartikan sebagai melakukan spekulasi untuk merubah segala bentuk bisnisnya ke area yang baru. (b) "Menjalankan asset dengan porsi yang besar," diartikan semakin besar asset yang digunakan dalam melakukan bisnis maka resiko yang ada pada bisnis itu juga semakin besar. (c) "Peminjam berat" diartikan sebagai individu yang berani melakukan peminjaman uang atau asset kepada pihak ketiga dalam jumlah yang besar dalam rangka menunjang kinerja perusahaan yang lebih baik dalam berkompetisi. Poin pertama dari definisi ini menyampaikan rasa ketidakpastian dan mungkin istilah ini berlaku secara umum untuk beberapa jenis risiko yang sering dibahas dalam literatur kewirausahaan, seperti risiko pribadi, risiko sosial, atau risiko psikologis (Gasse, 1982). Dalam istilah dalam analisis keuangan, risiko digunakan dalam konteks *risk-return*, *trade off*, dimana hal tersebut secara khusus untuk untuk mengatakan kemungkinan kerugian atau hasil negatif. Definisi yang Miller dan Friesen gunakan diadopsi ketika mereka mendefinisikan mengambil risiko sebagai "sejauh mana manajer bersedia untuk

mengelola sumber daya yang besar dan berani mengambil risiko seperti kegagalan mahal" (1978: 923). Dengan demikian, perusahaan dengan orientasi kewirausahaan sering ditandai oleh perilaku *risk taking*, seperti membuat utang yang besar untuk kepentingan memperoleh return yang tinggi dengan merebut peluang di pasar.

2.3 Small Business Orientation (SBO)

Small Business Orientation (SBO) dideskripsikan sebagai seorang individu yang membangun dan mengelola bisnis dengan tujuan utama memajukan tujuan pribadi. Bisnis menjadi sumber utama pendapatan dan bisnis tersebut menghabiskan sebagian besar waktu seseorang dan sumber daya yang dimilikinya. Pemilik memandang bisnis sebagai cerminan dari kepribadiannya, dan dapat juga berhubungan erat dengan kebutuhan keluarga dan keinginan pribadi (Carland, 1986). Jenkins dan Johnson (1997) menemukan strategi koheren antara non-entrepreneurial dengan pemilik usaha kecil. SBO juga mencakup hubungan emosional pemilik dengan bisnis yang dijalankan, sikap pemilik bisnis adalah salah satu aspek dari keterikatan emosional. Brush dan Chaganti (1998) memfokuskan pada sikap pemilik, termasuk komitmen dan keinginan dan keseimbangan dalam tuntutan pribadi / bisnis mereka. Komitmen dan tekad pemilik terkait dengan kepuasan pribadi dan keberlangsungan perusahaan (Cooper dan Artz 1995). Cooper (1993) dan Filley dan Aldag (1978) mencatat bahwa tingkat kenyamanan atau prestasi pribadi (tujuan nonekonomi) memotivasi beberapa pemilik usaha untuk membangun sebuah bisnis pribadi yang dapat menyalurkan minat dari pemilik dan dapat menghasilkan laba yang cukup sebagai

ukuran tingkat sukses kinerja bisnis (bukan memaksimalkan kinerja). Vesper (1980) menunjukkan bahwa banyak pemilik usaha kecil tidak pernah berniat untuk berusaha menumbuhkan perusahaan melampaui tingkat yang ditentukan / telah didapatkan. Fischer, Reuber, dan Dyke (1993) menemukan bahwa gaya hidup yang tinggi memotivasi untuk memulai dan mengelola bisnis secara professional dan keinginan ini diperuntukan untuk keseimbangan bisnis yang dapat berkorelasi dengan hasil kinerja.

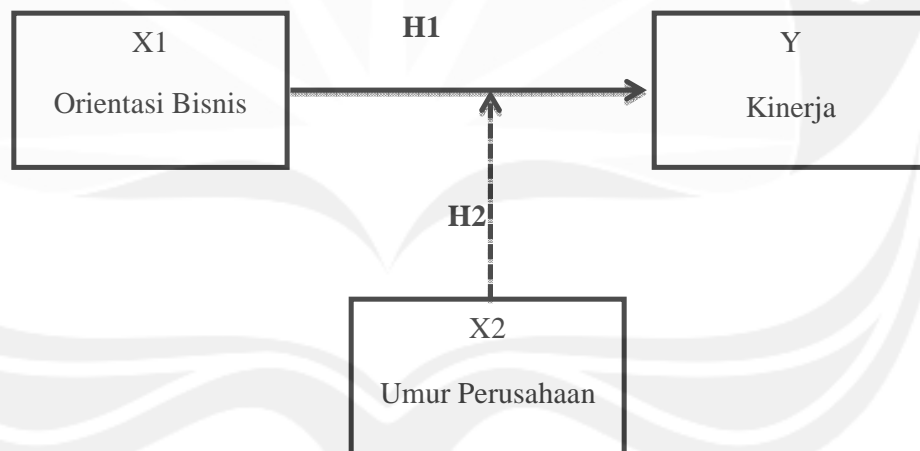
Selain fokus tujuan, Perbedaan SBO dan EO yang mencolok adalah pemilik usaha kecil kurang memiliki preferensi untuk melakukan *innovativeness* daripada tindakan yang ditunjukkan oleh pengusaha dalam melakukan *innovativeness* (Stewart et al 1998). Stewart juga mengemukakan bahwa pengusaha biasanya terlibat dalam *innovativeness*, memperkenalkan barang baru serta metodenya, dan membuka pasar baru dan mengelola sumber daya, sementara usaha bisnis kecil secara independen memiliki sikap tersebut, namun tidak dominan dalam bidang mereka dan tidak terlibat dalam praktik-praktik baru atau *innovativeness* bahkan tidak terlibat dalam marketing. Peneliti lain juga telah memeriksa perbedaan antara EO dan SBO (Stewart et al 2003, 1998; Stewart dan Roth 2001) dan mendorong penelitian untuk memahami orientasi ini lebih lengkap.

Pada penelitian sebelumnya penelitian SBO dimanfaatkan dan dirancang untuk penelitian psikologis. Skala ini telah memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat SBO dalam kaitannya dengan EO karena responden yang mendapat skor rendah pada EO dianggap memiliki tingkat SBO yang lebih tinggi

sebagai definisinya, penelitian sebelumnya pengukuran SBO berhubungan terbalik dengan EO (Stewart et al 2003, 1998.). Mengukur SBO dan EO sebagai invers dapat diartikan mendukung pandangan bahwa EO dan SBO merupakan dua faktor yang berlawanan dari kontinum yang sama, tetapi bertentangan dengan banyak pendapat ilmuwan kewirausahaan yang mengandaikan bahwa EO dan SBO adalah orientasi yang berbeda dan terpisah (Stewart et al 1998).

2.4 Kerangka Penelitian

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Orientasi Bisnis Kecil terhadap Kinerja



Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini

2.5 Hipotesis

Karena penelitian ini mengusulkan bahwa EO dan SBO sebagai dua faktor yang terpisah dan berbeda secara konseptual, sangat penting untuk mengusulkan suatu model pengukuran di mana model EO dan skala SBO terpisah, handal dan valid. Model pengukuran tersebut penting jika ingin mengetahui pengaruh dari EO

dan SBO pada kinerja. Studi penelitian saat ini dimulai dengan pengukuran *innovativeness*, keberanian mengambil risiko, dan *proactiveness* sebagai reflektif dari EO. Secara terpisah, SBO dievaluasi pada dua front: tujuan pemilik bisnis dan ikatan emosional dari pemilik untuk melakukan bisnis. Langkah-langkah ikatan emosional muncul dari wawancara fokus group dengan pemilik bisnis dan didukung dari literatur (Stewart dan Roth 2001; Garland et al 1984). Oleh karena itu penulis mengusulkan model pengukuran hipotesis berikut:

H1: (Model pengukuran hipotesis penelitian): (a) Ukuran innovativeness, proactiveness, risk taking, keterikatan emosional dan tujuan merupakan indikator signifikan dan positif laten dalam membangun Orientasi Bisnis.

2.5.1 Arti Kinerja

Karena salah satu tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk membandingkan EO dan SBO sebagai penentu kinerja, penting untuk menentukan apa yang dimaksud dari "kinerja". Ada banyak cara untuk mendefinisikan dan kemudian mengukur kinerja. Misalnya, Venkatraman dan Ramanujam (1986) mengusulkan skema kategorisasi dua dimensi meliputi indikator keuangan yang dicerminkan oleh laba yang didapat dan juga dengan membandingkan hasil dengan kinerja operasional. Penelitian sebelumnya terhadap kinerja perusahaan kecil sering dilihat dari evaluasi dari pertumbuhan penjualan, laba atas penjualan, laba bersih, dan laba kotor (Lumpkin dan Dess 2001). Sedangkan Brush dan Chaganti (1998) menggunakan dua indeks: net cash flow dan perubahan jumlah

karyawan (proxy untuk pertumbuhan). Secara keseluruhan, langkah-langkah indikator kinerja selalu digambarkan sebagai pertumbuhan "kesuksesan finansial".

Beberapa usaha kecil mungkin tidak memiliki rencana untuk tumbuh berkembang: SBO memiliki tujuan bisnis yang berbeda, dan mereka bergerak untuk dapat bertahan di dalam bisnis tersebut dengan arus kas yang positif. Untuk perusahaan-perusahaan yang dikelola oleh seorang individu dengan tingkat EO-nya kecil, konsep kinerja yang positif dapat diartikan sebagai kepuasan dalam melakukan pekerjaan daripada memaksimalkan kinerja keuangan. Dalam hal ini dapat ditemukan pada orang-orang yang mengembangkan hobinya menjadi sumber pendapatan pribadi. Steers (1975) mengacu pada jenis tujuan kinerja yang diukur dengan menjawab bagaimana perusahaan memenuhi tujuan tersebut. Ini bukan hal baru untuk mempelajari organisasi: Georgopoulos dan Tannenbaum (1957) mencatat bahwa praktek umum menggunakan langkah-langkah univariat seperti laba dan penjualan yang sering ditemukan tidak konsisten dengan konsep efektivitas organisasi. Tujuan sering dikonseptualisasikan sebagai situasi masa depan bahwa organisasi ingin dicapai, dan efektifitas kinerja selalu dikaitkan dengan pencapaian tujuan tersebut.

2.5.2 Model Struktural: EO dan SBO berpengaruh pada Kinerja

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara EO dan kinerja perusahaan (Wiklund dan Shepherd 2005; Covin dan Slevin 1989), tapi temuan ini berasal dari penelitian yang melibatkan usaha kecil yang berbeda-beda dalam penelitian ini. Harapannya dalam penelitian ini terdapat

hubungan positif serupa antara EO dan kinerja perusahaan akan dikonfirmasi dalam studi saat ini.

Sampai saat ini, baru ada beberapa yang menguji efek SBO terhadap kinerja perusahaan. Jika di Indonesia memang SBO berbeda dari EO, maka adalah tugas peneliti untuk meneliti apakah memiliki efek pada kinerja. Jika EO tinggi menyebabkan peningkatan kinerja perusahaan, kemudian jika pemimpin memiliki SBO lebih tinggi apakah kinerja akan menurun? Usulan tersebut mungkin tidak didukung oleh model pengukuran sebelumnya, yang dikategorikan skor rendah pada EO kemudian didefinisikan sebagai SBO yang tinggi. Bagaimanapun ikatan emosional yang kuat untuk bisnis (serta tujuan bisnis yang bertepatan dengan tujuan pribadi) akan memiliki dampak positif pada kinerja perusahaan. Dengan demikian:

H2: (struktural Model hipotesis penelitian): Orientasi Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil.

2.5.3 Moderasi Model: Perbedaan Panjang Umur di Perusahaan Besar dan Perusahaan Kecil

Stewart et al. (1998) dan Timmons (1990) menyatakan bahwa setiap tahap dalam siklus hidup organisasi, pemilik atau manajer mungkin memainkan peran kewirausahaan yang sangat besar. Dengan kata lain, pemilik perusahaan baru dapat bertindak berbeda dari yang lain ketika memulai sebuah perusahaan hingga menjadi bisnis yang matang. Namun, usaha kecil sering dijual oleh pengusaha ketika sudah mulai tahap matang. Sebuah perusahaan mapan dengan penjualan

stabil dan keuntungan mungkin cukup menarik bagi pembeli yang mencari stabilitas sebagai lawan pertumbuhan (sehingga menunjukkan SBO yang lebih menonjol daripada EO). Sebaliknya, sebuah perusahaan yang lebih tua di dalam tahap kedewasaan atau dalam fase penurunan dapat dibeli oleh pemilik baru yang ingin menghidupkan kembali perusahaan, sehingga menggunakan strategi EO yang tinggi. Penelitian penulis bertujuan untuk mengukur dampak dari orientasi pemilik, dan menggolongkandari usia perusahaan tersebut. Dalam usaha untuk memahami hubungan yang mendasari dua orientasi kinerja bisnis, penulis mengusulkan untuk menguji hipotesis bahwa umur panjang kepemilikan bisa menjadi moderator hubungan ditentukan dalam H2A dan H2B.

H3: (moderasi Model hipotesis penelitian): moderat pengaruh umur perusahaan berpengaruh pada tingkat Orientasi Bisnis terhadap kinerja usaha kecil.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Sampel	Alat Ukur	Hasil
Covin dan Slevin (1989)	161 Perusahaan kecil pada industri teknologi rendah dan teknologi tinggi	Analisis regresi moderat dengan lingkungan yang bermusuhan sebagai moderating variabel	Dalam lingkungan yang bermusuhan, orientasi wirausaha, struktur organik, dan orientasi jangka panjang secara positif berhubungan dengan evaluasi subyektif manajer terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Peneliti	Sampel	Alat Ukur	Hasil
			<p>Dalam lingkungan yang kurang bermusuhan, orientasi konservatif perusahaan, struktur organisasi mekanistik, dan bentuk persaingan konservatif berhubungan dengan evaluasi subyektif kinerja keuangan perusahaan</p>
Covin, Prescott dan Slevin (1990)	113 perusahaan kecil terdiri dari 52 perusahaan dalam industri teknologi tinggi dan 61 perusahaan teknologi rendah	Analisis regresi	<p>Persaingan dalam teknologi (salah satu aspek dari lingkungan yang bermusuhan) berpengaruh pada cara perusahaan kecil bersaing. Perusahaan yang berada dalam industri teknologi tinggi mempunyai struktur organik yang lebih tinggi dan orientasi wirausaha yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan dalam teknologi rendah</p>
Covin dan Slevin (1990)	57 Perusahaan kecil dengan orientasi pertumbuhan, terdiri dari 26 perusahaan dalam industri teknologi	Analisis regresi	<p>Perusahaan dengan orientasi pertumbuhan dalam industri teknologi tinggi mempunyai struktur organik</p>

Peneliti	Sampel	Alat Ukur	Hasil
	tinggi dan 31 dalam industri rendah		<p>dan sikap wirausaha lebih tinggi disbandingkan dengna perusahaan orientasi pertumbuhan pada industri teknologi rendah.</p> <p>Sikap wirausaha dan strategi secara konsisten berhubungan positif dengan evaluasi subyektif responden terhadap kinerja keuangan perusahaan.</p> <p>Sikap wirausaha secara negative berhubungan dengan evaluasi subyektif kinerja keuangan dalam industri kecil dan berorientasi pertumbuhan pada industri teknologi tinggi dan secara positif berhubungan dengan kinerja ppada perusahaan dalam industri rendah. Tapi secara konsisten orientasi wirausaha dan strategi merupakan factor yang menentukan untuk</p>

Peneliti	Sampel	Alat Ukur	Hasil
			meningkatkan kinerja pada lingkungan yang bermusuhan.
Dess, Lumpkin, Covin (1997)	98 pimpinan pada 53 perusahaan	Analisis regresi linear dan regresi moderat	<p>Pembuatan strategi wirausaha secara positif mempengaruhi kinerja perusahaan.</p> <p>Lingkungan yang terdiri dari ketidakpastian dan heterogenitas lingkungan secara moderat mempengaruhi hubungan antara pembuatan strategi entrepreneur dan kinerja. Semakin tidak pasti dan heterogen lingkungan akan meningkatkan kinerja.</p> <p>Strategi diferensiasi marketing dan diferensiasi inovasi secara moderat mempengaruhi hubungan antara pembuatan strategi entrepreneur dan kinerja. Semakin tinggi penggunaan strategi diferensiasi marketing dan inovasi dalam orientasi</p>

Peneliti	Sampel	Alat Ukur	Hasil
			<p>wirausaha akan meningkatkan kinerja.</p> <p>Strategi kepemimpinan biaya secara moderat mempengaruhi hubungan antara pembatasan strategi wirausaha dan kinerja. Semakin tinggi penggunaan strategi kepemimpinan biaya dalam orientasi wirausaha akan menurunkan kinerja.</p>
Runyan, Droge & Swinney (2008)	260 Pemilik perusahaan Kecil	Analisis regresi	Memberi pemahaman peran EO dibandingkan SBO dari waktu ke waktu yang nantinya akan membantu dalam memajukan keunggulan kompetitif.
Zahra, Neubaum (1998)	228 Pemilik perusahaan	Analisis regresi	Lingkungan yang bermusuhan mempengaruhi orientasi wirausaha
Wiklund (1999)	420 perusahaan kecil manufaktur, jasa dan retail	Analisis regresi dengan orientasi wirausaha sebagai variabel independen dan perubahan	Orientasi wirausaha, perubahan lingkungan dan ketersediaan modal secara

Peneliti	Sampel	Alat Ukur	Hasil
		lingkungan (enviroemtal dynamism) sebagai variabel control terhadap kinerja perusahaan	positif mempengaruhi kinerja perusahaan.

