

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi bisnis

1. Pengertian Strategi bisnis

Strategi bisnis adalah kemampuan pengusaha/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. Variabel ini diukur dengan 3 dimensi yaitu: differentiation, low cost, dan focus strategy.¹

Perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis telah mengakibatkan perusahaan-perusahaan yang ada untuk berupaya menyesuaikan strateginya dengan perubahan tersebut. Strategi yang baik adalah strategi yang mampu untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan lingkungan bisnis yang terjadi untuk meraih keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing hanya dapat diraih melalui upaya curah-gagas tentang desain dan strategi yang terus menerus untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang terus-menerus (sustainable competitive advantages). Dengan begitu, perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan baru.²

Para ahli perencana strategi percaya bahwa filosofi umum yang menggambarkan bisnis atau usaha perusahaan tercermin pada misi yang harus dapat diterjemahkan pada pernyataan dalam strategi bisnis yang ditetapkan. Perencanaan strategi menyatakan bahwa strategi jangka panjang

¹ Mahmud dan Anomsari, Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang), Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011), 2011, hal. 3.

² Andwiani Sinarasri, Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner di Semarang), Prosiding Seminar Nasional 2013 Menuju Masyarakat Madani dan Lestari, 2013, hal. 46.

diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generik yaitu mengejar untuk mencapai biaya rendah (overall cost leadership) dalam industri, mengejar untuk menciptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (differentiation) dan mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Senada dengan penelitian tersebut, Porter memberikan gambaran strategi bisnis dari hasil penelitian yang dikembangkannya yang disebut sebagai strategi generic yaitu strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi dan fokus. Miller memodifikasi kerangka kerja dari Porter dengan mengajukan dua tipe dari diferensiasi sebagai ganti dimensi fokus yang didasarkan pada pemasaran dan inovasi.³

Evaluasi kinerja yang efisien dan efektif maka dibutuhkan pengelolaan (manajemen) terhadap strategi-strategi evaluasi kinerja yang sesuai dengan karakteristik usaha yang bersangkutan. Manajemen strategi sebagai sekumpulan keputusan dan kegiatan dalam memformulasikan dan mengimplementasikan rencana yang dirancang dalam mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategi biasanya dihubungkan dengan pendekatan manajemen yang integrative yang mengedepankan secara bersama-sama seluruh elemen, seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian sebuah strategi bisnis.⁴

Manajemen strategi bertujuan untuk mengidentifikasi mengapa dalam persaingan beberapa perusahaan bisa sukses sementara sebagian lainnya mengalami kegagalan. Peran manajemen strategi adalah trendwatching dan invisioning, penerjemahan visi dan strategi ke dalam rencana tindakan, dan pengelolaan sumberdaya untuk mewujudkan visi organisasi, melalui pendekatan yang bersifat holistik dan sistemik.

³ Rahayu Puji Suci, Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, Maret 2009, hal. 48.

⁴ Rakhma Oktavina, Model Manajemen Strategis Evaluasi Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Makanan Ringan, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 2 Vol. 14, Agustus 2009, hal. 91.

Alasan akan perlunya pendekatan sistem dalam pelaksanaan manajemen strategi adalah untuk menghadapi lingkungan bisnis yang kompleks dan turbulen, perencanaan dan implementasi rencana membutuhkan konsensus, dan keluaran suatu organisasi bersifat maya dan tidak terstruktur. Adapun proses manajemen strategi diawali oleh pengamatan terhadap lingkungan eksternal dan internal perusahaan, dilanjutkan dengan formulasi strategi, implementasi strategi, serta diakhiri oleh evaluasi dan pengendalian.⁵

2. Teori Strategi Porter

Teori yang melatarbelakangi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha adalah teori strategi Porter (1980).⁶ Strategic thinking yang mulai berkembang pada tahun 1980an dikemukakan pertama kali oleh Porter. Strategic thinking berbeda dengan strategic planning. Perbedaan-perbedaan tersebutlah yang berhasil mengatasi berbagai kritik terhadap formula planning dalam dekade sebelumnya. Strategic thinking merupakan suatu alternatif bagi setiap orang yang beranggapan bahwa strategic planning sudah usang.⁷

Bila penyusunan strategic planning didasarkan pada peramalan, strategic thinking lebih didasarkan terutama pada konsep keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing bukan merupakan ide baru, tetapi penekanannya pada bidang pemasaran baru menjadi trend pada dekade 1980an. Keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba lebih tinggi daripada laba rata-rata.⁸

3. Dimensi Strategi bisnis

Tiga dimensi strategi menurut Miller adalah kepemimpinan biaya, diferensiasi marketing dan diferensiasi inovasi. Beberapa studi telah menunjukkan bahwa dimensidimensi ini sesuai dan mempunyai hubungan

⁵ Ibid, hal. 91.

⁶ Porter, Michael E., *Competitive Strategy : Techniques for Analyzing Industries and Competitors : With a New Introduction*, Free Press, New York, 1980, hal. 114.

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta, 2010, hal. 13.

⁸ Ibid., hal. 13.

erat.⁹ Perencanaan strategi bahwa strategi jangka panjang diturunkan dari usaha perusahaan untuk mencari dasar keunggulan bersaing dari strategi generik yaitu:¹⁰

- a. 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.

Merupakan strategi orientasi internal dimana perusahaan berkonsentrasi pada efisiensi produk dan pengendalian biaya dalam upaya memperoleh biaya produksi yang paling rendah dibandingkan dengan pesaing. Cost leadership dilakukan dengan cara efisiensi biaya yang secara spesifik dapat diperoleh dari memiliki karyawan yang berpengalaman, pengendalian biaya overhead, meminimalkan biaya penelitian dan pengembangan, service, wiraniaga, periklanan dan lain sebagainya. Efisiensi biaya juga dapat dilakukan dengan meminimalisasi biaya inovasi dengan tujuan mempertahankan pelanggan yang rentan terhadap perubahan harga produk.¹¹

- b. Mengejar untuk mencaiptakan produk yang unik untuk pelanggan yang bervariasi atau differensiasi (differentiation). Differensiasi 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 differensiasi selain laba di atas rata-rata adalah kepekaan konsumen terhadap harga kurang, produk-produk differensiasi menciptakan hambatan masuk yang tinggi dan posisi terhadap produk pengganti juga tinggi.

Diferensiasi pemasaran dapat dilakukan melalui dimensi citra rancangan atau merk, teknologi yang digunakan, karakteristik khusus,

⁹ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. .

¹⁰ Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 48.

¹¹ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 46.

service pada pelanggan dan punya distribusi yang lebih baik. Keunggulan dalam menggunakan diferensiasi pemasaran 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. Hal tersebut dipandang sangat menguntungkan bagi perusahaan.¹²

Mengejar untuk melayani permintaan khusus pada satu atau beberapa kelompok konsumen atau industri. Memfokuskan (focusing) pada biaya atau diferensiasi. Strategi focus didasarkan pada usaha memenuhi kebutuhan khususnya dari pelanggan, dengan lini produk yang sedikit. Merupakan kegiatan didalam perusahaan yang meliputi kreatifitas dalam pengembangan produk, penerapan teknologi baru dan desain kualitas.¹³

B. Manajemen

1. Teori Manajemen

Teori yang melatarbelakangi pengaruh manajemen terhadap kinerja usaha adalah teori manajemen Henry Fayol (1925)¹⁴ yang menyatakan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai ssaran (goals) secara efektif dan efisien.¹⁵

Manajemen diperlukan oleh sebuah organisasi agar pencapaian tujuan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Efektif, artinya menyelesaikan kegiatan-kegiatan sehingga dapat mencapai sasaran organisasi. Efisien berarti memperoleh output terbesar dengan input terkecil. Terry George dan Rue Leslie (1991) mengemukakan bahwa manajemen adalah suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pengarahan suatu

¹² Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 46.

¹³ Ibid., hal. 46.

¹⁴ Vilas S. Bagad, Principles of Management, Technical Publications, Pune, 2006, hal. 1-23.

¹⁵ Nana Herdiana, Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan, Pustaka Setia, Bandung, hal. 20.

kelompok orang ke arah tujuan-tujuan organisasi atau maksud-maksud yang nyata.¹⁶

2. Pengertian Manajemen Bisnis

Walaupun para peneliti memiliki pemikiran yang berbeda di dalam menetapkan berbagai atribut dari efektivitas managerial, tetapi pada dasarnya terdapat 3 komponen penting, yaitu perilaku yang sesuai, motivasi dan kemampuan (skill). Pada penelitian ini lebih dikhususkan pada kemampuan manajemen.¹⁷

Setiap usaha atau perusahaan baik kecil atau berskala besar dalam pengelolaannya untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien penerapan prinsip-prinsip manajemen sangat diperlukan, peranan pimpinan atau pemilik usaha untuk memahami dan mampu menjalankan fungsi-fungsi utama manajemen menjadi hal yang utama bagi keberhasilan usaha di masa mendatang.¹⁸

3. Indikator Manajemen Bisnis

Dalam penelitian manajemen bisnis diukur dengan menggunakan 10 indikator, yaitu:

- a. Komunikasi verbal (verbal communication)
- b. Mengatur waktu dan tekanan (managing time and stress)
- c. Mengatur keputusan individu (managing individual decisions)
- d. Mengenali, menetapkan dan memecahkan permasalahan (recognizing, defining, and solving problems)
- e. Memotivasi dan mempengaruhi orang lain (motivating and influencing others)
- f. Pendelegasian (delegating)
- g. Menentukan tujuan dan mengartikulasikan visi (setting goals and articulating a vision)
- h. Kesadaran diri (self-awareness)
- i. Membangun tim (team building)

¹⁶ Ibid., hal. 20.

¹⁷ Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 48.

¹⁸ Ibid., hal. 48.

j. Mengatur konflik (managing conflict)¹⁹

4. Manajemen Menurut Islam

Islam memandang dunia ini bukan sebagai sesuatu yang hina dan harus dihindari. Tapi Islam mengajarkan agar bisa dimanfaatkan dunia sebagai bekal kehidupan akhirat (al dunya mazra'at al akhirah), Al Qur'an dan Al-Hadits sebagai sumber utama umat Islam banyak memberikan penjelasan tentang bagaimana sikap terbaik yang harus dilakukan dalam kehidupan di dunia ini. Selain memberikan kebebasan kepada pemeluknya untuk melakukan usaha (bisnis), Islam juga memberikan beberapa prinsip dasar yang menjadi etika normatif yang harus ditaati ketika seorang muslim akan dan sedang menjalankan usaha.²⁰

Manajemen syariah adalah perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Setiap perilaku orang yang terlibat dalam sebuah kegiatan dilandasi dengan nilai tauhid, maka diharapkan perilakunya akan terkendali dan tidak terjadi perilaku KKN (korupsi, kolusi, dan nepotisme) karena menyadari adanya pengawasan dari yang Mahatinggi, yaitu Allah SWT. yang akan mencatat setiap amal perbuatan yang baik maupun yang buruk.²¹

Manajemen dalam organisasi bisnis (perusahaan) merupakan suatu proses aktivitas penentuan dan pencapaian tujuan bisnis melalui pelaksanaan empat fungsi dasar, yaitu planning, organizing, actuating, dan controlling dalam penggunaan sumber daya organisasi. Oleh karena itu, aplikasi manajemen organisasi perusahaan hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi. Oleh karena itu, aplikasi manajemen organisasi perusahaan hakikatnya adalah juga amal perbuatan SDM organisasi perusahaan yang bersangkutan.

Bisnis pada dasarnya merupakan upaya manusia untuk mencari keuntungan. Menurut Charles C Torrey dalam buku *The Commercial-*

¹⁹ Ibid, hal. 48.

²⁰ Muhammad Asep Zaelani, *Manajemen Bisnis dalam Islam, Praktisi Corporate Social Responsibility* pada Kompasiana.com, 2009, hal. 1.

²¹ Muhammad Asep Zaelani, *Op. Cit*, hal. 5.

Theological Term in the Koran, istilah-istilah ekonomi dan bisnis dalam Al-Qur'an bukan hanya merupakan kiasan-kiasan ilustratif tetapi merupakan butir-butir doktrin yang paling mendasar dalam bidang ekonomi dan bisnis.²² Menurut Quraisy Shihab, dalam Al-Qur'an banyak ditemukan ungkapan tentang ekonomi dan bisnis. Misalnya, ketika mengajak untuk beramal seringkali menggunakan istilah-istilah yang dikenal dan berhubungan erat dengan bidang ekonomi dan bisnis. Demikian pula terdapat istilah-istilah seperti bisnis, jual beli, perbendaharaan, harta-benda, utang-piutang, permodalan.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ زُؤُسٌ
 أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya : “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya” (QS. Al Baqarah:279).²³

Bisnis dengan segala macam aktivitasnya terjadi dalam kehidupan kita setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Betapa komprehensifnya cakupan bisnis. Bila semua cakupan bisnis ini dicoba diterjemahkan, maka akan muncul pengertian yang komprehensif pula. Kamus Bahasa Indonesia mengartikan bisnis sebagai “usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha”. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti bisnis memiliki makna dasar sebagai “the buying and selling of goods and services”. Dari semua definisi yang digali dari fakta bisnis tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/pelaku bisnis akan melakukan aktivitas

²² Winoto Soekarno, Memahami Konsepsi Bisnis dan Harta Secara Islami, Jurnal STMIK AMIKOM Yogyakarta, 2010, hal. 3.

²³ Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 279, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 10.

bisnis dalam bentuk memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan/atau jasa, mencari profit dengan menjual, menyewakan, mengerjakan sesuatu, mendistribusikan, dan aktivitas sejenis lainnya, dan mencoba memuaskan keinginan konsumen.²⁴

Usaha dan kerja, rizki, keuntungan, upah, harta-benda, dan lain-lain. Dalam at-Taubah (9): 115 misalnya :²⁵

وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِلَّ قَوْمًا بَعْدَ إِذْ هَدَاهُمْ حَتَّى يُبَيِّنَ لَهُمْ مَا يَتَّقُونَ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿١١٥﴾

Artinya : “Dan Allah sekali-kali tidak akan menyesatkan suatu kaum, sesudah Allah memberi petunjuk kepada mereka sehingga dijelaskan-Nya kepada mereka apa yang harus mereka jauhi. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui segala sesuatu” (QS. At Taubah:115).

Al-Qur’an menawarkan suatu keuntungan yang tidak mengenal kerugian dan penipuan. Demikian pula dalam Fatir :²⁶

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ ﴿٢٩﴾

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”, (QS. Fatir:29).²⁷

Terdapat janji keuntungan bisnis yang tidak akap pernah rugi. Bahkan keuntungan sebagai akibat dari suatu karya usaha yang baik, dalam Al-Qur’an dijanjikan Allah dengan tujuh ratus kali lipat keuntungan.

²⁴ M. Karebet Widjajakusuma, Anatomi Bisnis Islami, Jurnal Pengusaha Hizbut Tahrir Indonesia, 2010, hal. 1.

²⁵ Winoto Soekarno, Op. Cit, hal. 4.

²⁶ Winoto Soekarno, Op. Cit, hal. 4.

²⁷ Al-Qur’an Surat Fatir Ayat 29, *Al Qur’an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 201.

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي

كُلِّ سُنْبَلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

Artinya : “Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui” (QS Al Baqarah:261).²⁸

Kehidupan ini harus dijalankan dengan kerja keras dan keimanan. Hal ini bermakna, hubungan iman dan kerja bagaikan hubungan akar, tumbuhan dan buahnya. Berdasar hubungan ini, maka ekonomi dan bisnis harus dilakukan setelah melakukan shalat sebagaimana tersurat dalam QS al-Jumu'ah Ayat 9. Demikian pula, berbisnis harus dilakukan dengan cara saling menguntungkan sehingga tidak menimbulkan kerugian sedikitpun baik pada waktu dilakukan maupun setelahnya. Hal ini secara tegas dijelaskan dalam Al-Qur'an surat an-Nisa(4): 29 :²⁹

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (QS. An Nisa:29).³⁰

²⁸ Al-Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 261, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 9.

²⁹ Winoto Soekarno, Op. Cit, hal. 5.

³⁰ Al-Qur'an Surat An Nisa Ayat 29, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 21.

Dari sudut pandang terminologis tentang bisnis, Al-Qur'an memiliki istilah-istilah yang mewakili tentang bisnis di antaranya adalah al-tijarah, al-bai'u, tadayantum, dan isytara. Selain istilah-istilah itu masih terdapat pula istilah lainnya yang dapat dianggap mempunyai persesuaian maksud dengan bisnis.³¹

5. Dimensi Manajemen

Aplikasi manajemen strategis Islami yang dikendalikan oleh nilai-nilai syari'ah sama sekali berbeda dengan aplikasi manajemen strategis konvensional yang non Islami, Perbedaan itu ialah pada cara pengambilan keputusannya, hingga pelaksanaannya (strategi-strategi fungsional). Dengan berlandaskan sekulerisme yang bersendikan pada nilai-nilai material, aplikasi strategis non Islami tidak memperhatikan aturan halal-haram dalam setiap perencanaan, pelaksanaan dan segala usaha yang dilakukan dalam mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Dari asas sekularisme inilah, seluruh bangunan bisnis, kegiatan dan pemanfaatan sumberdaya organisasi diarahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan menafikan nilai ruhiyah serta keterikatan SDM organisasi pada aturan yang lahir dari nilai-nilai syari'ah. Walaupun ada aturan, tetapi semata-mata bersifat etik yang tidak ada hubungannya dengan konsekuensi pahala dan dosa. Perbedaan sistem bisnis Islami dengan bisnis non-Islami dilihat dari karakteristiknya adalah sebagai berikut:³²

Tabel 2.1

Perbedaan Sistem Bisnis Islami Dengan Bisnis Non-Islami

Bisnis Islami	Karakteristik bisnis	Bisnis Non-Islami
Aqidah Islam (nilai-nilai transedental)	Asas	Sekulerisme (nilai-nilai materialisme)
Dunia-Akhirat	Motivasi	Dunia
Profit, zakat Benefit (non materi) Pertumbuhan, Keberlangsungan, Keberkahan	Orientasi	Profit Pertumbuhan, Keberlangsungan

³¹ Winoto Soekarno, Op. Cit, hal. 5.

³² Muhammad, Etika Bisnis Islami, UPP AMP YKPN, Yogyakarta, 2004, hal. 98.

Tinggi, Bisnis adalah bagian dari ibadah	Etos kerja	Tinggi Bisnis adalah kebutuhan duniawi
Maju dan produktif, Konsekuensi keimanan manifestasi kemusliman	Sikap mental	Maju dan produktif sekaligus konsumtif Konsekuensi aktualisasi diri
Cakap dan ahli dibidangnya Konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	Keahlian	Cakap dan ahli dibidangnya Konsekuensi dari motivasi Reward dan punishment
Terpercaya dan bertanggung jawab Tujuan tidak menghalalkan segala cara	Amanah	Tergantung kemauan individu (pemilik kapital) Tujuan menghalalkan segala cara
Halal Sesuai dengan akad kerjanya	Modal Sumber Daya Manusia	Halal dan haram Sesuai dengan akad kerjanya atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal Visi dan misi organisasi terkait erat dengan misi penciptaan manusia di dunia	Sumber Daya Manajemen Strategik	Halal dan haram Visi dan misi organisasi ditetapkan Jaminan halal bagi setiap masukan, berdasarkan pada kepentingan material belaka
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran Menedepankan produktivitas dalam koridor syari'ah	Manajemen Operasi	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran Menedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan Mekanisme keuangan bagi hasil	Manajemen Keuangan	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan Mekanisme keuangan bunga
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	Manajemen Pemasaran	Pemasaran menghalalkan segala cara
SDM Profesional berkepribadian Islam SDM adalah pengelola bisnis SDM bertanggung jawab pada diri, majikan dan Allah	Manajemen Sumber Daya Manusia	SDM profesional SDM adalah faktor produksi SDM bertanggung jawab pada diri dan majikan

Dalam implementasi selanjutnya, nilai-nilai Islam ini akan menjadi payung strategis hingga taktis seluruh aktivitas organisasi. Sebagai kaedah berfikir, aqidah dan syari'ah difungsikan sebagai asas atau landasan pola pikir dan beraktifitas, sedangkan sebagai kaedah amal, syari'ah difungsikan sebagai tolak ukur kegiatan organisasi.³³

Jika sembilan karakter bangunan bisnis Islami ini diringkas, maka pembedanya dengan bisnis yang tidak Islami adalah pada aspek Keberkahan. Berkah adalah ridlo Allah SWT atas amal bisnis, yaitu ketika bisnis dijalankan sesuai dengan syariah-Nya. Karenanya, aktivitas bisnis Islami tidak dibatasi kuantitas kepemilikan hartanya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).³⁴

Jika disebut kata 'bisnis' saja tanpa embel-embel apapun, konotasinya pasti mengarah pada sistem yang diterapkan saat ini, maka pengertiannya akan menjadi 'bisnis kapitalis' atau 'bisnis konvensional' yang pasti tidak Islami atau jauh dari syariat Islam. Atas dasar itu, menjadi penting penggunaan istilah 'bisnis Islami' atau 'bisnis syariah' untuk menegaskan sifat bangunan bisnis yang dilakukan dan memberi efek edukasi pada masyarakat luas bahwa kita memang tengah hidup dalam sistem yang tidak Islami.³⁵

Islam merupakan sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk wacana bisnis. Islam memiliki wawasan yang komprehensif tentang etika bisnis. Mulai dari prinsip dasar, pokok-pokok kerusakan dalam perdagangan, faktor-faktor produksi, tenaga kerja, modal organisasi, distribusi kekayaan, masalah upah, barang dan jasa, kualifikasi dalam bisnis, sampai kepada etika sosio ekonomi menyangkut hak milik dan hubungan sosial. Aktivitas bisnis merupakan bagian integral dari wacana ekonomi.³⁶

³³Agustianto, Manajemen Perusahaan Islami Perspektif Manajemen Strategis, <http://agustianto.niriah.com/category/etika-bisnis/> Diakses tanggal 30 Juli 2014.

³⁴M. Karebet Widjajakusuma, Op. Cit, hal. 2.

³⁵M. Karebet Widjajakusuma, Op. Cit, hal. 2.

³⁶Agustianto, Etika Bisnis dalam Islam, <http://agustianto.niriah.com/2008/04/11/etika-bisnis-dalam-islam/> Diakses tanggal 30 Juli 2014.

Semua aktivitas SDM organisasi harus dijalankan dalam koridor ketaatan kepada syari'ah Islam. Sebaliknya bila aktivitas SDM menyimpang dari syari'ah Islam, maka aktivitas tersebut dikategorikan sebagai kemaksiatan dan pelanggaran terhadap syari'at. Imbalan tertinggi prestasi SDM organisasi jika melakukan ketaatan terhadap syariat Islam dalam konteks organisasi, kelompok maupun individu, tiada lain adalah pahala keberkahan. Sejalan dengan tujuan sbelumnya, implementasi ketaatan pada konteks organisasi tercermin dari semua kebijakan organisasi yang dibangun dari nilai utama organisasi, yakni Islam. Kebijakan organisasi yang menjaga setiap masukan, proses manajemen dan out put agar terhindar dari tindakan kezaliman, bebas dari barang dan jasa yang haram, bebas dari korupsi, peniupuan, riba, judi, pemberian hadiah (komisi) yang dilarang merupakan sejumlah contoh implementasi ketaatan. Begitu juga dengan kebijakan perusahaan untuk mengedepankan profesionalisme kerja, yakni agar setiap SDM memiliki ciri-ciri kafaah, himmatul amal dan amanah. adalah analisis lingkungan, yaitu tahapan yang berintikan pada analisis lingkungan eksternal dan internal organisasi. Aktivitas analisis ini kerap digabung dalam suatu kesatuan aktivitas yang lebih dikenal sebagai analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity dan Threat). Hasil analisis SWOT akan menunjukkan kualitas dan kuantitas posisi organisasi yang kemudian memberikan rekomendasi berupa pilihan strategi generik serta kebutuhan atau modifikasi sumberdaya organisasi. Dengan demikian analisis lingkungan eksternal mencakup analisis lingkungan mkro dan lingkungan industri. Dengan demikian analisis lingkungan menjadi tiga level ditambah analisis internal tadi, yaitu analisis internal organisasi perusahaan.³⁷

³⁷Agustianto, Manajemen Perusahaan Islami Perspektif Manajemen Strategis, <http://agustianto.niriah.com/category/etika-bisnis/> Diakses tanggal 30 Juli 2014.

C. Orientasi Kewirausahaan

1. Teori Motivasi Mc Clelland

Teori yang melatarbelakangi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja adalah Achievement Motivation Theory oleh Mc Clelland.³⁸ Menurut Mc Clelland, ada hubungan antara tinggi rendahnya motivasi berprestasi dengan tinggi rendahnya keberhasilan usaha. Orang yang memiliki kebutuhan berprestasi tinggi lebih berhasil usahanya daripada orang yang memiliki kebutuhan berprestasi rendah.³⁹

Dari penelitian yang telah dilakukannya, diketahui bahwa para wirausaha (entrepreneurs) memiliki motivasi berprestasi lebih tinggi daripada orang biasa pada umumnya. Demikian pula, di negara-negara maju atau lebih makmur, motivasi berprestasi masyarakatnya lebih tinggi daripada masyarakat di negara-negara yang belum maju atau masih berkembang. Untuk memajukan dan memakmurkan suatu bangsa diperlukan peningkatan motivasi berprestasi pada warganya dengan latihan entrepreneurship, latihan kewirausahaan atau latihan motivation berprestasi achievement motivation training (AMT) yang sudah dipopulerkan di Indonesia dan hingga kini masih diselenggarakan oleh departemen tenaga kerja.⁴⁰

2. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan adalah perilaku wirausahaan dalam mengelola usahanya. Untuk mengukur orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) digunakan indikator yang dikembangkan dari penelitian Lee dan Tsang. Variabel ini diukur dengan 4 dimensi yaitu: Need

³⁸ David C. Mc Clelland, *Human Motivation*, Cambridge University Press, United States of America, 1987, hal. 227.

³⁹ Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, hal. 219.

⁴⁰ *Ibid.*, hal. 219.

for Achievement, Internal Locus of Control, Self Reliance, dan Extroversion.⁴¹

Orientasi kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan. Porter mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko.⁴²

Menurut kaitannya dengan usaha kecil, maka perilaku wirausaha berwujud dalam dua hal, yaitu pada sisi efektifitas wirausahawan dalam mengelola usahanya. Kedua, berkaitan dengan perencanaan usaha hingga sikap atau respon dalam pasar. Penggunaan strategi senantiasa mengikuti karakter dari wirausahawan itu sendiri. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha.⁴³

Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik. Sedangkan proaktif

⁴¹ Mahmud dan Anomsari, Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang), Seminar Nasional Teknologi Informasi & Komunikasi Terapan 2011 (Semantik 2011), 2011, hal. 3.

⁴² Andwiani Sinarasri, Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner di Semarang), Prosiding Seminar Nasional 2013 Menuju Masyarakat Madani dan Lestari, 2013, hal. 44.

⁴³ Rahayu Puji Suci, Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur), Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.11, No. 1, Maret 2009, hal. 48.

mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produksi baru atau jasa di atas kompetisi dan aktivitas untuk rnengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya. Proaktif juga ditunjukkan dengan sikap agresif-kompetitif, yang mengacu pada kecenderungan perusahaan untuk bersaing secara ketat dan langsung bagi semua kompetitornya untuk menjadi terbaik dan meninggalkan para pesaingnya.

Berani mengambil risiko merupakan sikap berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal.⁴⁴

Berbagai literatur menggambarkan orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) sebagai “entrepreneur personality”. Hisrich sebagaimana dikutip Rahayu, menyatakan sebagai ‘entrepreneurial feelings’. Orientation atau personality atau feeling tersebut meliputi *Entrepreneur’s achivement motivation* (EAM) yang meliputi work ethis, pursuit of excellence, mastery in business, dominance (leader). Locus of control by chance, by internal, by external. Self-reliance dan extroversion. innovating, acting proactivity (proactiveness), managing risks (risk taking), ambition.⁴⁵

3. Dimensi Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendongkrak kinerja perusahaan. Hal tersebut dikuatkan oleh Covin dan Slevin, yang

⁴⁴ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 45.

⁴⁵ Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 47.

menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku wirausaha dapat menimbulkan peningkatan kinerja usaha juga disampaikan oleh Covin dan Slevin. Dalam literatur lain, sebuah model orientasi kewirausahaan yang diambil dari factor psikologi. Factor psikologi yang dimaksud adalah need for achievement (kebutuhan berprestasi), internal locus of control (keyakinan diri), toleransi terhadap ambiguitas dan kemampuan mengambil risiko. Kebutuhan berprestasi adalah factor psikologi yang kuat yang memicu seseorang melakukan aktivitas sepanjang tujuannya belum tercapai. Perusahaan dengan motif berprestasi yang tinggi akan berusaha sekuat tenaga meraih tujuan untuk sukses dan lebih bertanggungjawab. Kebutuhan berprestasi dalam tim akan melahirkan ide-ide atau visi dan melaksanakan ide tersebut hingga membuahkan hasil. Sedangkan locus of control merupakan keyakinan bahwa keberhasilan itu adalah karena usaha dari diri sendiri.

Dampak dari orientasi kewirausahaan terhadap “*venture growth*” (Growth of Sales and Profit) di mana orientasi kewirausahaan terdiri atas unsur need for achievement (2) internal locus of control selfreliance (kepercayaan diri) dan extroversion (keterbukaan).

Berbagai literatur diatas sangat menekankan bahwa seorang wirausaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang baik akan merekayasa ulang system-sistem mereka hingga menghasilkan gabungan sumber daya produktif yang benar-benar baru. Dalam hal ini perusahaan dituntut agar mampu merancang strategi-strategi bisnis untuk merespon lingkungan usaha secara proaktif.⁴⁶

⁴⁶ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 45.

D. Kinerja

1. Pengertian Kinerja

Kinerja (business performance) adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Variabel dalam penelitian ini dikembangkan dari kinerja yang telah diteliti oleh Less dan Tsang, diwakili oleh venture growth yang terdiri atas pertumbuhan penjualan, pertumbuhan keuntungan usaha. Variabel ini diukur dengan 2 dimensi yaitu: pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan keuntungan usaha.⁴⁷

Definisi kinerja merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Tujuan perusahaan yang terdiri dari: tetap berdiri atau eksis (survive), untuk memperoleh laba (benefit) dan dapat berkembang (growth), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik.⁴⁸

Kinerja adalah merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Kinerja sebuah perusahaan adalah hal yang sangat menentukan dalam perkembangan perusahaan. Tujuan perusahaan yang terdiri dari: tetap berdiri atau eksis (survive), untuk memperoleh laba (benefit) dan dapat berkembang (growth), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik. Kinerja (performa) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat turn over dan pangsa pasar yang diraihinya.⁴⁹

Untuk mengetahui tingkatan kinerja yang telah dicapai oleh suatu usaha mikro dan kecil maka perlu dilakukan evaluasi terhadap kinerja. Menurut The New Webster Dictionary (2001), kinerja merupakan “prestasi” yang sering digunakan untuk menunjukkan suatu kemampuan, atau “pertunjukan” yang biasanya digunakan untuk memperlihatkan suatu hasil karya, atau dapat juga berarti ”pelaksanaan tugas” yang menunjukkan aksi

⁴⁷ Mahmud dan Anomsari, Op. Cit, hal. .

⁴⁸ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 46.

⁴⁹ Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 48.

seseorang dalam bekerja. Kinerja sebagai catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan tertentu selama kurun waktu tertentu.⁵⁰

2. Dimensi Kinerja

Kinerja (performa) perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan, tingkat keuntungan, pengembalian modal, tingkat turn over dan pangsa pasar yang diraihinya. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja pemasaran (seperti volume penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan) yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik. Hal ini menyebabkan beragam pengukuran kinerja dalam penelitian bidang bisnis terus berkembang dengan dasar indikasi yang bervariasi. Rasio-rasio akuntansi dan ukuran-ukuran pemasaran merupakan dua kelompok besar indikator kinerja perusahaan, tetapi indikator-indikator ini telah banyak dikritik karena indikator-indikator itu tidak cukup jeli dalam menjelaskan hal-hal yang bersifat intangibel dan seringkali tidak tepat digunakan untuk menilai sumber dari keunggulan bersaing. Sudut pandang strategi berbasis sumber daya menyarankan pengukuran dengan mengkombinasikan ukuran kinerja secara finansial dan non finansial untuk keuntungan secara ekonomis yang sesungguhnya. Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa kinerja perusahaan meliputi dua hal yaitu pengukuran kinerja berdasarkan faktor keuangan (rasio-rasio akuntansi) dan pengukuran kinerja berdasarkan penjualan unit produk. Kedua hal ini dapat dipakai secara bersama-sama dalam mengukur kinerja perusahaan secara umum. Bentuk implementasinya, empat indikator digunakan, yakni pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pasar, porsi pasar, dan kemampuan.⁵¹

Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan indikator peningkatan volume penjualan, peningkatan pelanggan dan profitabilitas usaha.⁵²

⁵⁰ Rakhma Oktavina, Op. Cit, hal. 90.

⁵¹ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 46.

⁵² Ibid, hal. 47.

3. Pengukuran Kinerja

Kegiatan evaluasi kinerja seharusnya menghasilkan informasi penting yang berguna, misalnya sebagai umpan balik (feedback) bagi formulasi atau implementasi strategi. Perencanaan kinerja yang efektif meliputi tiga proses utama, yaitu pengukuran status kinerja awal, perencanaan perbaikan kinerja yang didasarkan pada strategi dan taktik, dan pengukuran status kinerja setelah perbaikan. Pengukuran kinerja sebagai umpan balik dari perhitungan manajerial yang menghasilkan informasi seberapa baik rencana kegiatan telah dilakukan; juga untuk mengidentifikasi dimana manajer (pimpinan) harus melakukan perbaikan atau penyesuaian untuk perencanaan dan pengendalian pada masa yang akan datang. Sementara Anthony et al. (1997), mendefinisikan pengukuran kinerja sebagai aktivitas pengukuran dari suatu atau seluruh rantai nilai. Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dilakukan terhadap berbagai aktivitas dalam suatu rantai nilai yang ada pada perusahaan. Hasil pengukuran tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik yang dapat memberikan informasi tentang prestasi pelaksanaan suatu rencana dan titik dimana perusahaan memerlukan penyesuaian-penyesuaian atas aktivitas rencana dan pengendalian.⁵³

Dengan munculnya paradigma baru dimana bisnis harus digerakkan oleh kepentingan pelanggan, maka dibutuhkan suatu sistem pengukuran kinerja yang efektif dengan syarat-syarat yang meliputi :

- a. Didasarkan pada masing-masing aktivitas dan karakteristik organisasi itu sendiri sesuai perspektif pelanggan;
- b. Evaluasi atas berbagai aktivitas, menggunakan ukuran-ukuran kinerja yang telah divalidasi oleh pelanggan;
- c. Sesuai dengan seluruh aspek kinerja aktivitas yang mempengaruhi pelanggan, sehingga menghasilkan penilaian yang komprehensif;

⁵³ Rakhma Oktavina, Op. Cit, hal. 91.

- d. Memberikan umpan balik untuk membantu seluruh anggota organisasi mengenali masalah-masalah yang ada kemungkinan perbaikannya.⁵⁴

E. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Rahayu Puji Suci	Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (studi pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur)	analisis regresi	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan manajemen pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur, Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi bisnis pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur. Kemampuan manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur, Strategi bisnis berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. ⁵⁵	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada obyek penelitian, dalam penelitian ini obyeknya adalah UMKM konfeksi di Loram Wetan.
2.	Mahmud dan Anomsari	Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis Dalam Peningkatan	analisis regresi	Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kemampuan manajemen, artinya tingginya orientasi kewirausahaan akan lebih mudah meningkatkan kemampuan manajemen, orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap strategi	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada obyek penelitian, dalam penelitian ini obyeknya

⁵⁴ Rakhma Oktavina, Op. Cit, hal. 91.

⁵⁵ Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 53.

		Kinerja Perusahaan (Studi Pada Usaha Kecil Menengah di Kawasan Usaha Barito Semarang)		bisnis, kemampuan manajemen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Kemampuan manajemen yang cukup akan menentukan keberhasilan kinerja usaha, strategi bisnis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha. ⁵⁶	adalah UMKM konfeksi di Loram Wetan.
3.	Andwiani Sinarasri	Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap strategi bisnis dalam meningkatkan kinerja perusahaan (studi kasus pada pedagang kaki lima bidang kuliner di Semarang)	analisis regresi	Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap strategi bisnis cost leadership, dan strategi bisnis cost leadership berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap strategi bisnis marketing differentiation dan strategi bisnis marketing differentiation tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap strategi bisnis innovative differentiation dan strategi bisnis innovative differentiation tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan secara langsung berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. ⁵⁷	Penelitian andwiani menggunakan variabel strategi bisnis sebagai variabel moderating, sedangkan dalam penelitian ini strategi bisnis sebagai variabel independen.
4.	Rakhma Oktavina	Model manajemen strategis evaluasi kinerja usaha mikro dan kecil makanan ringan	Analisis kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan alternatif indikator kinerja dibangun berdasarkan kajian teoritis, observasi lapang, dan elisitasi pendapat pakar 22 indikator kinerja kunci (IKK) dan 10 karakteristik teknis. Pembobotan IKK dan penentuan best practices menggunakan teknik fuzzy AHP dengan pendekatan triangular fuzzy number untuk mengkonversi	Penelitian Rakhma hanya menggunakan variabel manajemen.

⁵⁶ Mahmud dan Anomsari, Op. Cit, hal. .

⁵⁷ Andwiani Sinarasri, Op. Cit, hal. 50.

				penilaian linguistik (linguistic label). Hasil pembobotan digunakan sebagai input pengukuran kinerja dengan menggunakan prinsip-prinsip Balanced Scorecard. ⁵⁸	
--	--	--	--	---	--

F. Kerangka Berpikir

Dengan memiliki orientasi kewirausahaan yang cukup tinggi akan memudahkan perusahaan untuk menganalisis lingkungan dan memformulasikan serta melaksanakan strategi bisnis, baik dalam bentuk strategi bisnis yaitu: Differensiasi, low cost, dan focus. Ketiga strategi bisnis tersebut bisa secara murni dipilih salah satu ataupun dengan dikombinasikan satu dengan yang lain (Hybrid) untuk meningkatkan kinerja perusahaan.⁵⁹ diperlukan untuk meningkatkan kinerja Industri Kecil Menengah. Oleh karena itu perlu dimiliki keyakinan bahwa keberhasilan ini karena usaha diri sendiri, rasa percaya diri yang tinggi dan keterbukaan untuk dapat meningkatkan penjualan, ataupun meningkatkan asset, meningkatkan pertumbuhan keuntungan.⁶⁰

Kemampuan manajemen yang cukup akan menentukan keberhasilan kinerja Industri Kecil Menengah. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan penjualan (sales growth) peningkatan asset dan peningkatan profit dipengaruhi pula oleh tingginya kemampuan manajemen baik dalam hal komunikasi, pengaturan waktu sehingga bisa tepat waktu dalam menyerahkan pesanan, pengambilan keputusan yang tepat, mengenali dan menyelesaikan masalah, memotivasi karyawan, merencanakan strategi bisnis, menganalisis lingkungan, membentuk tim kerja dan mengatasi konflik pada Industri Kecil Menengah.

Penelitian ini ditujukan untuk mengkaji pengaruh beberapa variabel terhadap variabel lain dituangkan dalam suatu konsep, sehingga konsep merupakan kerangka berfikir yang menjelaskan keterkaitan antar variabel.

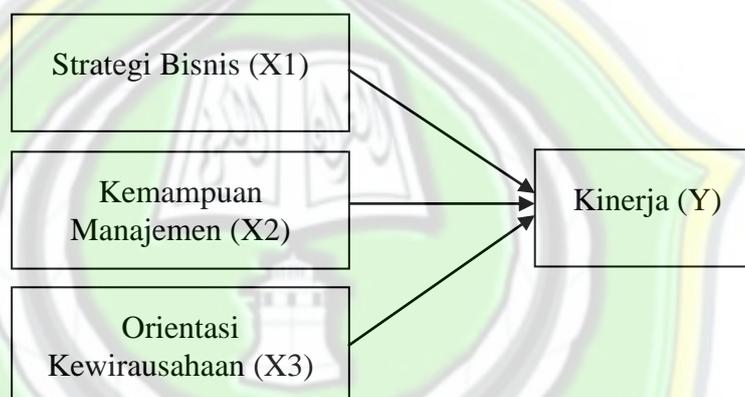
⁵⁸ Mahmud dan Anomsari, Op. Cit., hal. 6.

⁵⁹ Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 55.

⁶⁰ Ibid., hal. 55.

Konsep keilmuan diperlukan untuk menentukan tingkat masalah, pendekatan yang digunakan dan teori yang didapat dari suatu penelitian. Sedangkan konsep metodologi diperlukan dalam penetapan metode yang digunakan sehingga penelitian yang akan dilakukan dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Sesuai dengan uraian pada latar belakang masalah, landasan teori dan penelitaian sebelumnya, maka disusun kerangka konseptual penelitian dapat dilihat pada Gambar berikut.⁶¹

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



G. Hipotesis

Menurut Supardi, hipotesis adalah suatu jawaban permasalahan sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian⁶². Agar penelitian yang menggunakan analisa data statistik dapat terarah maka perumusan hipotesis sangat perlu ditempuh. Dengan penelitian lain hipotesis dapat diartikan sebagai dugaan yang memungkinkan benar atau salah, akan ditolak bila salah dan akan diterima bila fakta-fakta membenarkannya. Oleh karena itu dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

⁶¹ Mahmud dan Anomsari, Op. Cit., hal. 2.

⁶²Supardi, Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis, UII Press, Yogyakarta, 2005, hal. 69.

1. Pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja pada Usaha Konfeksi

Teori yang melatarbelakangi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha adalah teori strategi Porter (1980). Strategic thinking yang mulai berkembang pada tahun 1980an dikemukakan pertama kali oleh Porter. Strategic thinking berbeda dengan strategic planning. Perbedaan-perbedaan tersebutlah yang berhasil mengatasi berbagai kritik terhadap formula planning dalam dekade sebelumnya. Strategic thinking merupakan suatu alternatif bagi setiap orang yang beranggapan bahwa strategic planning sudah usang.⁶³

Bisnis yang sukses umumnya adalah bisnis yang mendapat berkat (profit, tumbuh dan sinambung), tapi tidak atau belum tentu berkah. Lalu, kalau pun ada yang berkat dan berkah, jumlahnya sedikit dan sulit berkembang optimal, karena terhambat perilaku bisnis sekuler yang menghalalkan segala cara.⁶⁴ Bisnis Islami hanya akan hidup secara ideal dan sistem dan lingkungan yang Islami pula. Sebaliknya bisnis non Islami juga hanya akan hidup secara ideal dalam sistem dan lingkungan yang sekuler/sosialis. Hasil penelitian Rakhma Oktavina (2009) menunjukkan bahwa manajemen bisnis berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro. Oleh karena itu dalam penelitian ini diajukan hipotesis :

H₁ : Diduga terdapat pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja pada Usaha Konfeksi.

2. Pengaruh manajemen terhadap kinerja pada Usaha Konfeksi

Teori yang melatarbelakangi pengaruh manajemen terhadap kinerja usaha adalah teori manajemen George dan Leslie (1991) yang menyatakan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai ssaran (goals) secara efektif dan efisien.⁶⁵

⁶³ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Andi, Yogyakarta, 2010, hal. 13.

⁶⁴ M. Karebet Widjajakusuma, Op. Cit, hal. 2.

⁶⁵ Nana Herdiana, Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan, Pustaka Setia, Bandung, hal. 20.

Kemampuan manajemen yang cukup akan menentukan keberhasilan kinerja Industri Kecil Menengah. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa peningkatan penjualan (sales growth) peningkatan asset dan peningkatan profit dipengaruhi pula oleh tingginya kemampuan manajemen baik dalam hal komunikasi, pengaturan waktu sehingga bisa tepat waktu dalam menyerahkan pesanan.⁶⁶ Hasil penelitian Rahayu Puji Suci (2009) menunjukkan bahwa kemampuan strategi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro. Oleh karena itu dalam penelitian ini diajukan hipotesis :

H₂ : Diduga terdapat pengaruh manajemen terhadap kinerja pada Usaha Konfeksi.

3. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pada Usaha Konfeksi

Teori yang melatarbelakangi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja adalah Achievement Motivation Theory. Menurut MckClelland, ada hubungan antara tinggi rendahnya motivasi berprestasi dengan tinggi rendahnya keberhasilan usaha. Orang yang memiliki kebutuhan berprestasi tinggi lebih berhasil usahanya daripada orang yang memiliki kebutuhan berprestasi rendah.⁶⁷

Dengan tingginya orientasi kewirausahaan yang dimiliki akan lebih mudah untuk meningkatkan kemampuan manajemen Industri Kecil Menengah. Orientasi kewirausahaan dapat dilihat melalui: keinginan untuk mencapai tujuan (need for achievement), Keyakinan bahwa keberhasilan itu adalah karena usaha dari diri sendiri (internal locus of control), rasa percaya diri (self reliance), dan keterbukaan (extroversion). Hasil penelitian Rahayu Puji Suci (2009) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro. Oleh karena itu dalam penelitian ini diajukan hipotesis :

H₃ : Diduga terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pada Usaha Konfeksi.

⁶⁶Rahayu Puji Suci, Op. Cit, hal. 55.

⁶⁷ Nana Herdiana, Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan, Pustaka Setia, Bandung, hal. 219.