



**PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN, MODAL  
USAHA DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP  
KINERJA KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA  
BERWIRAUSAHA DI FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh**

**Laelatul Mahmudah  
NIM 7101415074**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

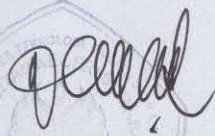
Hari : Kamis

Tanggal : 27 Juni 2019

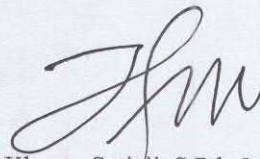
Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.  
NIP. 198201302009121005



Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198504022014041002

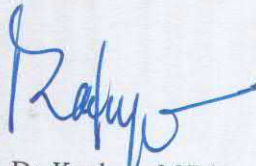
## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

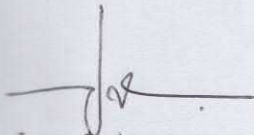
Tanggal : 15 Juli 2019

Penguji I



Dr. Kardoyo, M.Pd.  
NIP. 196205291986011001

Penguji II



Inaya Sari Melati, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198912182015042003

Penguji III



Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198504022014041002

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



UNNES  
FAKULTAS EKONOMI

Drs. Heri Yanto MBA, PhD.  
NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laelatul Mahmudah

NIM : 7101415074

Tempat Tanggal Lahir : Magelang, 06 Januari 1998

Alamat : Koripan Dawung Tegalrejo Magelang

menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 25 Mei 2019



Laelatul Mahmudah

NIM. 7101415074

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

- Perjalanan sepanjang seribu mil dimulai dengan satu langkah (Laot Tzu)
- Waktumu terbatas. Jangan menyia-nyiakannya dengan menjalani hidup orang lain (Steve Jobs)
- *Learn from yesterday, live for today, hope for tomorrow. The important thing is not to stop questioning* (Albert Einstein)

### **Persembahan**

Karya ini kupersembahkan untuk :

- Almamaterku Universitas Negeri Semarang

## **PRAKATA**

Segala puji bagi Allah Subhanallahu Wata'ala, puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Modal Usaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Kewirausahaan Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan tuntunan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto MBA, PhD. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd. Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh ketelitian dan kesabaran serta memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dr. Kardoyo, M.Pd. Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan arahan perbaikan skripsi.
6. Inaya Sari Melati, S.Pd., M.Pd. Dosen Penguji II yang telah memberikan kritikan dan saran untuk memperbaiki skripsi.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang terima kasih atas kebaikan dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
8. Bapak, Ibu, Kakak, Adik, dan Keluarga tersayang yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan baik secara materiel maupun non materiel sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Sarwo Aji Wicaksono teman setia saya yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Tina sahabat sejak SMK saya yang senantiasa menemani disaat sedih ataupun bahagia dan berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Fauziah, Adeika, Rifka, Vika dan Indri sahabat saya sejak semester satu yang selalu berjuang bersama, menyemangati dan saling membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan yang lebih luas kepada pembaca. Skripsi ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan, jika ada kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan skripsi ini, penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Semarang, 25 Mei 2019

Laelatul Mahmudah

## SARI

**Mahmudah, Laelatul.** 2019. “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Modal Usaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Kewirausahaan Pada Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi Koperasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.

**Kata Kunci : Kewirausahaan, Jiwa Kewirausahaan, Modal Usaha, Orientasi Pasar, Kinerja Kewirausahaan**

Kewirausahaan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi kemajuan suatu negara untuk menumbuhkan perekonomian negara dengan menurunkan angka pengangguran di suatu negara. Kondisi usaha mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang masih banyak yang belum berjalan dengan baik. Banyak faktor yang mempengaruhi yaitu kurangnya jiwa kewirausahaan yang ditanamkan dalam usaha, kurangnya modal usaha yang digunakan, orientasi pasar yang tidak optimal seperti promosi, pemilihan kualitas produk, penentuan harga dan lain sebagainya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan angket kuesioner kepada mahasiswa berwirausaha. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 236 mahasiswa berwirausaha dan jumlah sampel yang digunakan adalah 70 mahasiswa berwirausaha. Metode analisis data yaitu deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh faktor tersebut menggunakan data numerik dengan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja kewirausahaan mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang baik secara parsial atau simultan. Modal usaha sebagai faktor paling utama dalam usaha. Orientasi pasar sebagai elemen kedua dan jiwa kewirausahaan sebagai faktor pendukung awal untuk memulai usaha.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diharapkan mahasiswa mampu meningkatkan kinerja kewirausahaan, pemerintah dan lembaga mampu memberikan dukungan dana yang lebih besar agar kondisi usaha berjalan lebih baik dan mampu meningkat.



## ABSTRACT

**Mahmudah, Laelatul.** 2019. "The Effect of Entrepreneurial Spirit, Business Capital and Market Orientation on The Entrepreneurial Performance of Entrepreneurial Students at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang". Essay. Cooperative Economic Education. Faculty of Economics. Universitas Negeri Semarang. Advisor: Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd.

**Keywords : Entrepreneurship, Entrepreneurial spirit, Business Capital, Market Orientation, Entrepreneurship Performance**

Entrepreneurship is one of the most important things for a country's progress to grow the country's economy by reducing unemployment in a country. There are still many conditions for entrepreneurial student business in the Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang. Many factors influence the lack of entrepreneurial spirit invested in business, lack of business capital used, non-optimal market orientation such as promotions, product quality selection, pricing and so on.

This study aims to determine the effect of entrepreneurial spirit, business capital and market orientation on entrepreneurial performance of entrepreneurial students at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang. The data used in this study are primary data obtained by distributing questionnaire to students of entrepreneurship. The total population in this study was 236 entrepreneurial students and the samples used were 70 entrepreneurial students. Data analysis methods are descriptive and quantitative. The analysis tool used to analyze these factors uses numerical data with multiple linear regression analysis.

Based on the results of data analysis shows that the entrepreneurial spirit, business capital and market orientation influence the entrepreneurial performance of entrepreneurial students at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, either partially or simultaneously. Business capital is the most important factor in business. Market orientation as the second element and entrepreneurial spirit as the initial supporting factor for starting a business.

Based on the results of these studies, it is expected that students are able to improve entrepreneurial performance, the government and institutions are able to provide greater financial support so that business conditions run better and can increase.

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKATA .....	vi
SARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	12
1.3. Cakupan Masalah.....	13
1.4. Rumusan Masalah.....	13
1.5. Tujuan Penelitian .....	14
1.6. Manfaat Penelitian .....	14
1.7. Orisinalitas Penelitian .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
2.1 Kajian Teori .....	18
2.2 Kinerja Kewirausahaan .....	24
2.3 Orientasi Kewirausahaan .....	33
2.4. Modal Usaha .....	36
2.5 Orientasi Pasar .....	43
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu .....	49
2.7 Kerangka Berfikir .....	52
2.8 Hipotesis Penelitian .....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>58</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	58
3.2 Populasi dan Sampel.....	59
3.3 Variabel Penelitian.....	61
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	64
3.5 Instrumen dan Uji Instrumen .....	66
3.6 Metode Analisis Data .....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>80</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	80
4.2. Pembahasan .....	105
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>113</b>
5.1. Kesimpulan .....	113
5.2. Saran .....	114

DAFTAR PUSTAKA .....	115
LAMPIRAN .....	118

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1.1 Daftar Jumlah Mahasiswa lolos PMW.....	3
1.2 Jumlah Mahasiswa Berwirausaha .....	4
1.3 Daftar Rata-rata Pendapatan Mahasiswa .....	6
1.4 Daftar Rata-rata Jumlah Penjualan .....	7
1.5 Daftar Perolehan Modal .....	9
1.6 Daftar Sasaran Pasar .....	10
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	45
3.1 Jumlah Mahasiswa Berwirausaha .....	55
3.2 Proporsi sampel .....	57
3.3 Alternatif Jawaban Positif .....	61
3.4 Alternatif Jawaban Negatif .....	61
3.5 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	63
3.6 Uji Validitas Kinerja Kewirausahaan .....	64
3.7 Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan .....	65
3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Modal Usaha .....	65
3.9 Hasil Uji Validitas Variabel Orientasi Pasar.....	66
3.10 Hasil Uji Reabilitas Instrumen .....	67
3.11 Kriteria Interval Kinerja Kewirausahaan .....	69
3.12 Kriteria Interval Orientasi Kewirausahaan .....	69
3.13 Kriteria Interval Modal Usaha .....	70
3.14 Kriteria Interval Orientasi Pasar .....	70
4.1 Analisis Statistik Deskriptif Orientasi Kewirausahaan .....	77
4.2 Deskripsi Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	77
4.3 Deskripsi Motivasi Berprestasi .....	78
4.4 Deskripsi Letak Kendali .....	79
4.5 Deskripsi Percaya Diri .....	79
4.6 Deskripsi Kepedulian .....	80
4.7 Deskripsi Inovasi .....	81
4.8 Deskripsi Bertindak Proaktif .....	81
4.9 Deskripsi Mengambil Resiko .....	82
4.10 Analisis Statistik Deskriptif Modal Usaha .....	83
4.11 Deskripsi Variabel Modal Usaha .....	83
4.12 Deskripsi Modal Sendiri .....	84
4.13 Deskripsi Modal Pinjaman .....	85
4.14 Analisis Statistik Deskriptif Orientasi Pasar .....	86
4.15 Deskripsi Variabel Orientasi Pasar .....	86
4.16 Deskripsi Orientasi Pelanggan .....	87
4.17 Deskripsi Orientasi Pesaing .....	88
4.18 Deskripsi Koordinasi Antar Fungsi .....	88
4.19 Analisis Statistik Deskriptif Kinerja Kewirausahaan .....	89
4.20 Deskripsi Variabel Kinerja Kewirausahaan .....	90

4.21 Deskripsi Produktivitas .....	90
4.22 Deskripsi Kualitas Layanan .....	91
4.23 Deskripsi Responsibilitas .....	92
4.24 Deskripsi Akuntabilitas .....	92
4.25 Hasil Uji Normalitas .....	93
4.26 Hasil Uji Multikolinieritas .....	95
4.27 Hasil Uji Gletser Heteroskedastisitas .....	97
4.28 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	98
4.29 Hasil Uji F (Uji Simultan) .....	100
4.30 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t) .....	101
4.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ) .....	102

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Kerangka Berfikir .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
1 Data Mahasiswa Berwirausaha .....	117
2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	122
3 Instrumen Penelitian.....	123
4 Tabulasi Data Uji Instrumen Variabel Y .....	128
5 Tabulasi Data Uji Instrumen Variabel X1 .....	129
6 Tabulasi Data Uji Instrumen Variabel X2 .....	130
7 Tabulasi data Uji Instrumen Variabel X3 .....	132
8 Tabulasi Penelitian Variabel Y .....	134
9 Tabulasi Penelitian Variabel X1 .....	137
10 Tabulasi Penelitian Variabel X2 .....	140
11 Tabulasi Penelitian Variabel X3 .....	143
12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Asumsi Klasik.....	146
13 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov Smirnov .....	151
14 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Gletser .....	152
15 Surat Observasi .....	153
16 Surat Penelitian .....	154

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Kewirausahaan merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi suatu negara. Adanya kewirausahaan mampu menumbuhkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Catatan baru Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (2019) jumlah wirausaha di Indonesia sebesar 3,1% dari jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 266,91 juta orang. Indonesia masih tertinggal dengan negara lain seperti Malaysia 5%, Thailand 4,5%, Singapura 7%, Amerika dan Jepang lebih dari 10% melejit jauh. Jumlah wirausaha di Indonesia masih rendah disebabkan banyak hal. Ketua Komite Ekonomi dan Industri Nasional (KEIN) penyebab jumlah wirausaha Indonesia sedikit yaitu salah satunya anak muda Indonesia masih memiliki pola pikir konsumtif bukan produktif. Kesejahteraan Nasional dapat dilihat dengan kewirausahaan dibidang *startup*. Di Indonesia sudah terbukti tumbuhnya *startup* teknologi menghasilkan “*multiplier effect*” pada usaha-usaha UMKM sebagai hal positif bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, di mana sebagian besar sebaran usaha adalah UMKM. *Startup* memberikan manfaat tidak hanya kepada konsumen tetapi juga bagi kreator dan penjual (*Indonesia Digital Creatif Industry Society*, 2018).

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 27 tahun 2013 tentang Pengembangan Inkubator Wirausaha bahwa dalam rangka meningkatkan daya saing nasional perlu ditumbuh kembangkan wirausaha baru yang tangguh, kreatif, dan profesional. Dengan kewirausahaan pemerintah sadar bahwa dunia usaha



dapat membuka lapangan pekerjaan dan menumbuhkan perekonomian negara sehingga harus ditanamkan sebaik mungkin agar mampu bersaing di era digital seperti perkembangan teknologi yang semakin maju.

Adanya perkembangan teknologi orang mencoba untuk memulai bisnis baru dengan modal kreatifitas dan keberanian. Kreatifitas dapat dilihat dari keunggulan produk dan jasa yang diciptakan. Sedangkan keberanian dimulai dengan membuka usaha dari kecil seperti menggunakan sosial media untuk berjualan. Setiap orang dapat membuka gerai online tanpa harus membuka toko fisik. Makanan, minuman, aplikasi, layanan apa saja dapat dijadikan bisnis baru melalui sosial media (BPS,2019). Banyaknya wirausaha baru mendorong pertumbuhan wirausaha di tanah air. Diharapkan tahun 2019 jumlah wirausahawan dapat meningkat menjadi 4% dengan adanya kerjasama antara semua pihak Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah, BUMN, Kampus dan Mahasiswa serta pihak lain. Mahasiswa dan kampus adalah sasaran paling potensial untuk menciptakan wirausaha (KOMINFO.go.id).

Mendorong peningkatan jumlah wirausaha pemerintah melakukan upaya dengan pendidikan kewirausahaan di tingkat yang lebih tinggi yang telah difasilitasi oleh Departemen Pendidikan Indonesia Penelitian, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia sejak tahun 1997 dengan sebuah program pengembangan kewirausahaan di Universitas Indonesia yang menawarkan berbagai kegiatan melalui Kuliah Kewirausahaan (KWU), Magang Kewirausahaan (MKU), Kuliah Kerja Usaha (KKU), Konsultasi Bisnis dan Penempatan Kerja (KBPK), dan Inkubator Wirausaha Baru (INWUB). Dalam

perkembangannya, Departemen Perhubungan Penelitian, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi menawarkan program yang dikemas sebagai program kreativitas mahasiswa atau Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang memfasilitasi siswa menjadi kreatif dalam berbagai bidang termasuk bidang penelitian, pengabdian masyarakat, dan penerapan teknologi, artikel ilmiah, ide tertulis, kreativitas, dan kewirausahaan (Setiaji, 2018).

Adanya harapan wirausaha dapat meningkat di Universitas tidak mudah diwujudkan. Ada beberapa hambatan seperti tidak semua mahasiswa menanamkan kewirausahaan dan usaha mahasiswa belum cukup lama berdiri. Dapat dilihat dari Tabel 1.2 jumlah mahasiswa berwirausaha yang lolos proposal mahasiswa berwirausaha (PMW) di beberapa Universitas sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Berwirausaha lolos PMW**

No.	Nama Universitas	Jumlah Mahasiswa Berwirausaha yang lolos PMW
1.	Universitas Diponegoro	184
2.	Universitas Brawijaya	196
3.	Universitas Soedirman	141
<b>4.</b>	<b>Universitas Negeri Semarang</b>	<b>25</b>
5.	Universitas Sebelas Maret	80
6.	Institut Seni Indonesia	26
7.	Universitas Negeri Yogyakarta	108
8.	Institut Teknologi Bandung	31
9.	Universitas Negeri Jakarta	113
10.	Universitas Padjadjaran	39
11.	Universitas Sriwijaya	140

Sumber: web.ac.id

Melihat Tabel 1.2 diketahui bahwa Universitas Negeri Semarang memiliki jumlah mahasiswa berwirausaha yang lolos PMW dengan jumlah paling rendah yaitu sebesar 25 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa berwirausaha di Universitas Negeri Semarang belum cukup baik atau kurang

optimal dalam mengelola usaha tersebut. Tidak semua mahasiswa yang memiliki usaha lolos PMW dikarenakan kurangnya memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Dapat dilihat dari Tabel 1.2 di bawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Mahasiswa Berwirausaha Universitas Negeri Semarang Tahun 2019**

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa Usaha	Jumlah Mahasiswa Lolos PMW	%
1.	Ilmu Pendidikan	4164	11	1	9,09%
2.	Bahasa dan Seni	4459	59	3	5,08%
3.	Ilmu Sosial	2735	11	2	18,18%
4.	Matematika dan Ilmu Pengetahuan	3856	38	2	5,26%
5.	Teknik	3189	80	5	6,255%
6.	Ilmu Keolahragaan	3238	15	1	6,67%
<b>7.</b>	<b>Ekonomi</b>	<b>3596</b>	<b>236</b>	<b>10</b>	<b>4,23%</b>
8.	Hukum	1547	14	1	7,14%
	Jumlah	26.784	464	25	5,39%

Sumber: HIPMI PT UNNES, 2019

Tabel 1.2 menunjukkan data bahwa jumlah mahasiswa yang memiliki usaha di Universitas Negeri Semarang hanya sebesar 464 dari 26.784 mahasiswa dan yang lolos proposal mahasiswa wirausaha sebesar 25 mahasiswa atau 5,39%. Hal tersebut membuktikan bahwa tidak mudah menciptakan kewirausahaan dalam kampus atau menciptakan mahasiswa agar memiliki usaha dengan baik.

Dilihat dari Tabel 1.2 Fakultas Ekonomi adalah Fakultas dengan jumlah mahasiswa berwirausaha terbanyak di Universitas Negeri Semarang. Namun, hal ini membuktikan bahwa masih banyak mahasiswa berwirausaha yang usahanya kurang optimal sehingga tidak lolos pendanaan PMW. Melihat data di atas maka hasil kinerja usaha tidak sebanding dengan presentase jumlah mahasiswa

berwirausaha yang lolos PMW hanya sebesar 4,23% atau dalam kategori paling rendah dibanding presentase fakultas lain.

Memulai usaha harus memiliki kemampuan wirausaha untuk mengidentifikasi peluang kewirausahaan, sumber daya keuangan, sumber daya manusia dan fasilitas fisik. Setelah itu, wirausahawan dapat memproduksi dan menjual barang atau jasa. Setiap wirausahawan menginginkan prestasi dalam usaha. Wirausahawan yang sukses memiliki kompetensi yang ditunjukkan oleh sikap dan perilaku. Sikap dan perilaku yang terarah membantu seseorang mencapai prestasi atau kinerja. Kinerja berasal dari istilah *job performance* atau *actual performance* yaitu prestasi kerja atau prestasi yang sesungguhnya dicapai oleh seseorang (Sahabuddin,2015:15). Sementara kinerja kewirausahaan merupakan salah satu ukuran prestasi dari sebuah usaha yang didapatkan melalui aktifitas produksi dan pemasaran secara keseluruhan yang berasal dari organisasi bisnis (Fauni,2018).

Adanya kinerja yang baik maka tidak menutup kemungkinan mahasiswa sebagai pebisnis *startup* bisa menjadi pebisnis seterusnya. Fachrudin (2011) kinerja usaha memperlihatkan kemampuan wirausaha untuk memberikan keuntungan dari aset, ekuitas, maupun hutang. Menurut Abbas (2018) kinerja usaha dapat dinilai dari keberhasilan dalam mengelola penjualan dengan melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui penciptaan *customer value* dan *customer satisfaction*. Sedangkan menurut penelitian Keeh, Tat, Nguyen dan Ping (2007) kinerja usaha diukur dari pendapatan, volume

penjualan dan wilayah pemasaran. Dilihat dari observasi awal peneliti terhadap 50 mahasiswa diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

**Daftar Jumlah Omzet per Bulan Mahasiswa Berwirausaha**

<b>Jumlah Omzet/ Bulan</b>	<b>Jumlah Mahasiswa</b>	<b>Presentase</b>
5.634.000-7.000.000	2 orang	4%
4.263.000-5.633.000	1 orang	2%
2.892.000-4.262.000	3 orang	6%
1.521.000-2.891.000	7 orang	14%
<b>150.000-1.520.000</b>	<b>33 orang</b>	<b>66%</b>

Sumber: Observasi awal peneliti

Dilihat dari Tabel 1.3 diketahui bahwa rata-rata omzet dari 50 mahasiswa berwirausaha paling banyak di interval antara 150.000 – 1.520.000 per bulan yang merupakan rata-rata terendah. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata terendah berkontribusi sebesar 66% yang merupakan jumlah terbanyak dari presentase lain.

**Tabel 1.4**

**Daftar Jumlah Penjualan per Bulan**

<b>Jumlah Barang Terjual Usaha Non Makanan/minuman</b>	<b>Jumlah dan presentase</b>	<b>Jumlah Barang Terjual (usaha makanan)</b>	<b>Jumlah Presentase</b>
41-50	4 orang (10%)	90-1.100	2 orang (20%)
31-40	0 orang (0%)	701-900	1 orang (10%)
21-30	2 orang (5%)	501-700	1 orang (10%)
11-20	5 orang (12,5%)	301-500	2 orang (20%)
<b>1-10</b>	<b>29 orang (72,5%)</b>	<b>100-300</b>	<b>4 orang (40%)</b>

Sumber: Observasi awal peneliti

Dari Tabel 1.4 diketahui bahwa jumlah barang yang terjual mahasiswa berwirausaha makanan dan non makanan terbanyak dengan kelas interval terendah yaitu usaha non makanan di interval 1-10 terdapat 29 orang dan usaha makanan atau minuman terdapat 4 orang dari total 50 orang sebagai responden awal peneliti. Berdasarkan observasi awal terhadap 50 mahasiswa berwirausaha

pada tanggal 09 Desember 2019, mayoritas barang yang terjual setiap bulan rata-rata 5-20 barang dan pendapatan yang diperoleh rata-rata 150.000-600.000.

Menurut Rock dalam (Sari, 2017) kinerja diartikan dengan model gunung es. Model ini menggambarkan kinerja didorong oleh cara berfikir wirausaha, meliputi: perilaku, kebiasaan, perasaan dan pikiran seorang wirausaha. Sehingga pengusaha perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja. Kinerja dipengaruhi oleh: (1) pemasaran, (2) akses permodalan, (3) kemampuan berwirausaha, (4) SDM, (5) pengetahuan keuangan, (6) rencana bisnis, (7) jaringan sosial, (8) legalitas, (9) dukungan pemerintah, (10) pembinaan, (11) teknologi, dan (12) akses kepada informasi.

Berdasarkan observasi awal terhadap 50 mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi pada tanggal 21 Januari 2019, kinerja kewirausahaan yang masih rendah dipengaruhi oleh jiwa berwirausaha yang belum maksimal. Menurut Fatkha salah satu wirausaha di Fakultas Ekonomi “Pembeli itu ada yang sabar ada yang tidak. Sekali bertanya melalui *whatsapp* minta langsung dibalas. Karena saya balas *chat* lama pembeli tidak jadi membeli karena mendapatkan penjual lain. Sementara saya masih kuliah jadi waktunya dibagi-bagi. Balas chat lama atau kurang responsif itu juga akan mempengaruhi pendapatan”.

Bisnis yang sukses cenderung menunjukkan perilaku yang dapat membangun jiwa kewirausahaan. Menurut Cong, Dempsey dan Xie (2017) jiwa kewirausahaan adalah perilaku pengusaha yang dipengaruhi oleh: (1) inovasi, (2) berani mengambil resiko dan (3) proaktif dalam mengelola usahanya. Penelitian Hisrich *et al* dalam (Slamet, Tunjungsari dan Le, 2014:5) kewirausahaan sebagai

proses menciptakan sesuatu baru dan memiliki nilai dengan: (1) mengorbankan waktu dan tenaga, (2) melakukan pengambilan resiko finansial, (3) fisik, (4) sosial, dan (5) menerima imbalan menjadi wirausaha.

Berdasarkan penelitian Wiklund dalam (Abbas, 2018) menyatakan bahwa jiwa kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan usaha dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Didukung dengan penelitian Cho dan Lee (2018) jiwa kewirausahaan merupakan faktor penting yang mengarah pada keberhasilan pengembangan produk baru, tinggi pendapatan dan kinerja kewirausahaan.

Berdasarkan observasi awal peneliti terhadap 50 mahasiswa berwirausaha pada tanggal 21 Januari 2019, selain jiwa kewirausahaan faktor yang mempengaruhi kinerja kewirausahaan yaitu terbatasnya modal. Mahasiswa membutuhkan suntikan dana yang lebih besar agar usahanya dapat berkembang. Menurut Amal salah satu wirausaha di Fakultas Ekonomi, “Masalah yang dihadapi ketika usaha adalah sepi pembeli, teman yang menghutang, persaingan harga dan terbatasnya modal karena memakai uang saku sendiri.” Selain permasalahan tersebut, modal yang sudah kembali dari usaha sering tercampur dengan uang pribadi atau digunakan untuk jajan pribadi. Dampaknya, modal tidak dapat digunakan usaha kembali. Dapat dilihat data sumber modal wirausaha di Fakultas Ekonomi sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Daftar Perolehan Modal Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Negeri Semarang**

Asal Modal	Jumlah Mahasiswa	Presentase
<b>Modal Sendiri</b>	<b>45 orang</b>	<b>90%</b>
Bantuan/Hibah	Tidak ada	0%
Tidak Butuh Modal/Reseller	5 orang	10%

Sumber: Observasi awal peneliti

Dari Tabel 1.5 diketahui bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan modal sendiri untuk usaha. Mahasiswa yang tidak membutuhkan modal usaha hanya sebesar 5% dan yang berwirausaha mendapatkan modal dari hibah tidak ada. Hal tersebut tentu ada pengaruh terhadap kinerja usaha mahasiswa. Adanya modal yang cukup mahasiswa berwirausaha dapat menyetok barang lebih banyak sehingga tidak takut kehabisan barang apabila sewaktu-waktu ada pembeli datang.

Menurut Slamet, Tunjungsari dan Le (2014:106) modal adalah segala bentuk kekayaan yang digunakan untuk memproduksi kekayaan yang lebih banyak lagi. Modal dibutuhkan untuk membiayai pertumbuhan atau perkembangan perusahaan ke arah yang baru. Adanya modal perusahaan dapat meningkatkan inovasi produk sehingga pendapatan mampu mengalami pertumbuhan.

Purwanti (2012) mengatakan besar kecilnya modal mempengaruhi perkembangan usaha dan pencapaian kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan sendiri dipengaruhi oleh: (1) karakteristik wirausaha, (2) modal usaha dan (3) strategi pengembangan pemasaran. Sedangkan menurut Oktaviana (2017) keterbatasan modal mengakibatkan menurunnya kinerja usaha kecil dan



menengah sehingga perlu adanya modal yang cukup untuk mengembangkan usaha.

Berdasarkan observasi awal peneliti terhadap mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi pada tanggal 21 Januari 2019, mengatakan bahwa selain sikap kewirausahaan yang belum maksimal dan terbatasnya modal, kinerja kewirausahaan dipengaruhi oleh perilaku pasar yang belum optimal. Dapat dilihat dari data sebagai berikut:

**Tabel 1.6**

**Daftar Sasaran Pasar 50 Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang**

Sasaran Pasar	Jumlah Mahasiswa	Presentase
Mahasiswa dan Dosen	8 orang	16%
Umum	42 orang	84%

Sumber: Observasi awal peneliti

Dari Tabel 1.6 diketahui bahwa sasaran pasar mahasiswa berwirausaha mayoritas tidak hanya di kalangan mahasiswa dan dosen akan tetapi umum. Hal tersebut seharusnya menjadi peluang mahasiswa dalam usaha agar mendapat pembeli yang lebih luas dan banyak. Namun, kenyataannya dalam tabel 1.4 menunjukkan bahwa mayoritas jumlah penjualan barang masih sedikit yaitu kurang dari 50 barang terjual setiap bulannya.

Selain itu, kurangnya melakukan promosi menjadi salah satu faktor penghambat berjalannya usaha. Standar promosi yang seharusnya dilakukan 2 kali sehari hanya dilakukan setiap 3 hari sekali bahkan 1 minggu sekali apabila ada produk baru. Selain itu, adanya pesaing yang lebih bagus menyebabkan mahasiswa enggan melakukan promosi karena merasa tersaingi baik kualitas maupun harganya. Dampak dari kurang promosi yaitu tidak maksimalnya produk

yang dijual di dalam pasar. Adanya orientasi pasar maka wirausaha akan mengetahui keadaan pasar untuk memasarkan produknya.

Memasarkan produk yang dihasilkan harus memiliki strategi pasar yang tepat, salah satu strategi dalam pemasaran yang sering dilakukan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Umar (2000:31) membagi 4 komponen dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*). Dalam berwirausaha, 4P sangat dibutuhkan untuk menentukan orientasi pasar.

Orientasi pasar merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja kewirausahaan. Usaha yang berorientasi pasar senantiasa menggunakan informasi pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada saat ini maupun kebutuhan masa depan. Penelitian Sun (2016) mengatakan bahwa strategi berorientasi pasar menempatkan prioritas tertinggi pada perilaku perusahaan yang diarahkan untuk memahami kebutuhan pelanggan, persaingan kompetitif, dan mencapai kepuasan pelanggan yang unggul dalam produk dan pelayanan. Kemudian, penelitian Pelham dan Wilson dalam (Prakosa,2005) mendefinisikan kinerja perusahaan sebagai sukses produk baru dan pengembangan pasar, di mana kinerja perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pasar yang tepat untuk memperoleh pendapatan yang maksimal sehingga kinerja usaha dapat maksimal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas walaupun tema dan variabel yang digunakan sama yaitu orientasi kewirausahaan, modal usaha, orientasi pasar dan kinerja usaha akan tetapi variabel yang dihasilkan berbeda.

Oleh karena itu, penulis berkeyakinan bahwa mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi masih banyak mengalami kendala. Walaupun mahasiswa yang memiliki usaha termasuk banyak belum tentu semua berhasil. Penulis ingin melihat dan mengetahui variabel apa saja yang dapat meningkatkan kinerja usaha mahasiswa. Sehingga dapat dirumuskan sebuah judul penelitian **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Modal Usaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Kewirausahaan Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi masih rendah.
2. Pendapatan dan volume penjualan rata-rata tidak mengalami peningkatan menyebabkan kinerja kewirausahaan pada mahasiswa dalam berwirausaha masih rendah .
3. Jiwa dalam menjalankan usaha (sabar, melayani dan pengelolaan waktu) yang kurang optimal menyebabkan usaha tidak berjalan dengan baik.
4. Adanya keterbatasan modal yang dimiliki para mahasiswa yang berwirausaha baik untuk mengembangkan atau memperluas usaha.
5. Penentuan pangsa pasar yang kurang meluas dan kurangnya promosi menyebabkan penjualan sulit meningkat.

### **1.3. Cakupan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka perlu dilakukan batasan masalah terhadap masalah yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Penelitian difokuskan pada kinerja kewirausahaan mahasiswa dalam berwirausaha. Penelitian ini akan mengukur seberapa pengaruh jiwa kewirausahaan, modal usaha, dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Jiwa kewirausahaan, modal usaha dan Orientasi Pasar dipilih karena tujuan mahasiswa ekonomi dapat sukses berwirausaha mandiri dan kreatif dalam mengikuti era perdagangan bebas kedepan.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka penulis dapat mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh secara bersama-sama antara jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang?
2. Adakah pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang?
3. Adakah pengaruh modal usaha terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang?
4. Adakah pengaruh Orientasi Pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui adakah pengaruh secara bersama-sama antara jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang?
2. Mengetahui adakah pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri.
3. Mengetahui adakah pengaruh modal usaha terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Mengetahui adakah pengaruh Orientasi Pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

#### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi lebih lanjut mengenai jiwa kewirausahaan, modal usaha, dan orientasi pasar pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
2. Hasil penelitian ini digunakan untuk membuktikan jumlah rendahnya kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Semarang dengan penelitian sebelumnya tentang performa kewirausahaan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

#### 1. Bagi Peneliti

Memperoleh wawasan dan dapat mengetahui secara mendalam tentang pengaruh jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

#### 2. Bagi Fakultas

- a. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengarahkan kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha.
- b. Sebagai masukan yang bersangkutan untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

#### 3. Bagi Mahasiswa

- a. Sebagai gambaran untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan pada mahasiswa terhadap usaha apa yang akan dijalankan.
- b. Memberikan petunjuk dan sumber tentang berwirausaha yang baik dan benar.
- c. Menambah wawasan dan adanya harapan untuk berwirausaha yang sukses dan berkelanjutan.

#### 4. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini berguna bagi Universitas sebagai bahan referensi untuk mengetahui bagaimana pengaruh jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha dalam pengembangan penelitian selanjutnya.

##### **1.7. Orisinalitas Penelitian**

Penelitian tentang pengaruh jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan belum pernah diteliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Djamila Abbas (2018) berjudul “Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Kota Makassar” mengatakan bahwa hasil analisis variabel modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif secara simultan terhadap Kinerja Perusahaan.

Perbedaan terletak pada variasi variabel orientasi kewirausahaan menjadi jiwa kewirausahaan penelitian (Fauni,2018) yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Usaha dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja UMKM Konveksi Kabupaten Kudus” menyatakan bahwa jiwa kewirausahaan menunjukkan sikap berani untuk mengambil resiko, proaktif terhadap perubahan pasar, kemandirian dan inovasi.

Perbedaan juga terletak pada variasi variabel orientasi pasar menggunakan teori penelitian Sun, dkk (2016) yang berjudul “*Entrepreneurial Environment, Market Oriented Strategy, and Entrepreneurial Performance*” mengatakan bahwa strategi berorientasi pasar menempatkan prioritas tertinggi

pada perilaku perusahaan yang diarahkan untuk memahami kebutuhan pelanggan, memahami strategi kompetitif, dan pencapaian kepuasan pelanggan yang unggul dengan produk dan layanan perusahaan. Hasil penelitian mengatakan bahwa strategi berorientasi pasar secara positif berhubungan dengan kinerja perusahaan. Semakin kuat lingkungan industri, semakin besar dampaknya strategi perusahaan yang berorientasi pasar terhadap kinerja.

Orisinalitas atau kebaruan dari penelitian ini terletak pada variabel X1 atau jiwa kewirausahaan, objek dan lokasi penelitian variabel dependen (Y) yaitu mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Kemudian, perbedaan terletak pada waktu penelitian yaitu tahun 2019. Dari temuan ini, menarik untuk dikaji kembali dengan objek dan waktu yang berbeda. Tentunya setiap penelitian memiliki karakteristik yang berbeda.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Teori Ekosistem Wirausaha**

Teori tentang ekosistem wirausaha pertama kali ditemukan oleh Richard Cantillon pada tahun 1755. Kemudian mulai berkembang pada akhir 1980-an sebagai studi tentang lingkungan di sekitar pengusaha. Konseptualisasi berkembang melalui 1990-an berkat studi daerah menunjukkan konsentrasi tinggi kegiatan inovatif dan pertumbuhan tinggi didukung oleh lembaga publik dan swasta yang berkualifikasi dan infrastruktur yang memadai. Sejak 1999, ahli nasional GEM telah menyediakan alat informasi dan data untuk menawarkan subjektif ukuran status faktor utama yang membentuk ekosistem wirausaha.. Menurut *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* ekosistem wirausaha dibentuk berdasarkan dimensi budaya, sosial, ekonomi, politik dan kewirausahaan.

Istilah ekosistem sering menunjukkan jaringan struktur dan aliran sumber daya yang bergantung dengan tujuan spesifik untuk dibuat nilai bersama. Ekosistem wirausaha didefinisikan sebagai suatu sistem yang menciptakan pengusaha dan kinerja kewirausahaan yang sukses (Davari dan Najbadi, 2018). Ekosistem wirausaha menyediakan beragam faktor yang saling berhubungan untuk menghasilkan keuntungan dan membentuk kinerja kewirausahaan yang berhasil. Ekosistem wirausaha terdiri dari beragam faktor yang saling tergantung yang menghasilkan keuntungan dan membentuk kinerja kewirausahaan. Faktor-faktor tersebut yaitu: Sumber daya manusia, sumber daya keuangan, pasar,

budaya, infrastruktur, layanan dukungan, kebijakan, penelitian dan pengembangan (ANDE, 2013). Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

### 1. Sumber daya manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor untuk membentuk, mengembangkan bisnis dan kinerja kewirausahaan mahasiswa. sumber daya manusia meliputi bakat bisnis mahasiswa, karakter mahasiswa wirausaha, kemampuan *outsourcing* dan bakat teknis mahasiswa. Jiwa kewirausahaan didapatkan dari karakter seorang mahasiswa wirausaha dalam menjalankan usaha seperti contohnya, mahasiswa memiliki sifat dan karakter berani dan percaya diri dalam menjalankan usaha agar memperoleh keuntungan yang maksimal sehingga kinerja dapat tercapai.

### 2. Sumber daya keuangan

Sumber daya keuangan atau yang disebut modal sangat penting dalam memuai usaha dan mengembangkan suatu usaha untuk memperoleh kinerja kewirausahaan yang baik. Sumber daya keuangan mahasiswa dalam usaha berasal dari modal sendiri, pinjaman, bantuan hibah kampus dan pemerintah. Seperti seorang mahasiswa memperoleh modal usaha dari setiap individu mahasiswa sendiri baik dari tabungan pribadi atau mencari bantuan proposal mahasiswa yang diajukan kepada pihak kampus untuk mendapatkan kinerja kewirausahaan yang maksimal.

### 3. Pasar

Pasar mengacu pada tempat dimana mahasiswa berwirausaha mampu memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya dan mendapatkan umpan balik

berupa omzet ataupun laba. Mahasiswa membutuhkan strategi pasar yang tepat untuk mendapatkan kinerja kewirausahaan dengan cara promosi setiap hari, pemilihan produk yang berkualitas agar disukai pelanggan, mencari pemasok bahan yang bagus dan mencari pelanggan dengan maksimal.

#### 4. Penelitian dan Pengembangan (R&D)

R&D menyediakan sumber bisnis baru dengan memberikan pelatihan bisnis untuk mahasiswa berwirausaha. Di sisi lain, R&D internal dapat menciptakan peluang bisnis bagi mahasiswa untuk lebih banyak melakukan inovasi. Inovasi sangat terkait dengan ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan dan berpengaruh dalam kinerja kewirausahaan.

#### 5. Layanan Dukungan

Memberikan layanan dukungan kepada mahasiswa berwirausaha dapat mengatasi masalah secara berkelanjutan, hambatan untuk program kewirausahaan dan mengurangi waktu untuk memasuki inovasi pasar. Pembentukan ekosistem wirausaha dapat dibantu melalui tindakan berikut: mengakses bakat dan keterampilan mahasiswa di setiap sektor, memfasilitasi akses ke talenta universitas, layanan profesional seperti itu sebagai jasa konsultasi, keuangan, dan hukum, memfasilitasi kerja sama antara pengusaha atau mahasiswa berwirausaha dan komunitas lain.

#### 6. Infrastruktur

Infrastruktur memiliki dua dimensi, keras dan lunak. Infrastruktur yang keras menghasilkan kemudahan akses ke sumber daya fisik, komunikasi, transportasi, tanah dan ruang dengan harga murah tanpa diskriminasi.

Infrastruktur lunak mencakup informasi jaringan, basis data, dan inovasi yang mengarah pada pengembangan usaha mahasiswa dan kinerja mahasiswa berwirausaha.

#### 7. Budaya

Budaya adalah salah satu item yang diperlukan untuk ekosistem usaha mahasiswa dan peningkatan kinerja kewirausahaan mahasiswa. Secara umum, budaya terdiri dari beberapa faktor seperti tingkat kegagalan dan toleransi risiko, mendorong mahasiswa untuk sukses sukses, menciptakan kesan kewirausahaan yang positif dan merayakan inovasi. Ketika faktor-faktor atau budaya ini mendorong penciptaan dari bisnis baru atau wirausah maka tingkat kinerja kewirausahaan mahasiswa dapat meningkat.

#### 8. Kebijakan

Hukum dan kebijakan memberikan kewajiban untuk mendorong mahasiswa berwirausaha dengan baik dan mengurangi hambatan yang masuk. Beberapa studi juga menunjukkan bahwa pemerintah dan undang-undang nasional harus mempercepat dan memfasilitasi pertumbuhan perusahaan dan menyediakan lingkungan yang mendukung untuk menggabungkan kegiatan mahasiswa berwirausaha sehingga mereka meningkatkan kinerja kewirausahaan dalam usaha.

Kinerja kewirausahaan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar diperoleh dari observasi awal terhadap 50 mahasiswa berwirausaha yang mayoritas merujuk penyebab dari kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang rendah. adapun penjelasan dari tiga faktor tersebut seagai berikut:

#### 1. Jiwa Kewirausahaan

Jiwa kewirausahaan mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang masih rendah disebabkan oleh sikap, karakter dan pengetahuan berwirausaha belum dilakukan secara optimal seperti tidak dapat membagi waktu untuk kuliah dan berwirausaha, tidak melayani dengan cepat dan lengkap, mahasiswa mudah bosan ketika pelanggan bertanya terlalu lama, mudah menyerah ketika usaha belum mendapatkan keuntungan dan lain sebagainya.

#### 2. Modal Usaha

Modal usaha yang digunakan mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang mayoritas menggunakan modal sendiri atau tabungan pribadi. Mahasiswa tidak menggunakan dana bantuan atau pinjaman dikarenakan sulitnya administrasi dan sistem seleksi dalam memperoleh dana untuk mahasiswa berwirausaha.

#### 3. Orientasi Pasar

Mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang mayoritas melakukan strategi pasar hanya diawal usaha, setelah selang beberapa hari mahasiswa hanya melakukan promosi seminggu sekali, kurang memerhatikan harga, belum optimal pengelolaan sosial media dan lain sebagainya.

### **2.1.2 Teori Sistem**

Teori sistem (*system theory*) ditemukan oleh Ludwig Von Bertalanffy pada tahun 1940-an. Menurut Ludwig Von Bertalanffy (1940) sistem adalah

sebuah elemen kompleks yang berada dalam keadaan saling berhubungan. Sedangkan William A. Shrode dalam Aryani (2018) sistem merupakan kumpulan objek-objek yang saling berinteraksi dan bekerja sama dalam mencapai kinerja atau keberhasilan dalam usaha. Objek yang dimaksud adalah bagian-bagian dari sistem seperti input, proses, output, umpan balik dan batasan-batasan.

Input adalah segala sesuatu yang masuk ke dalam sistem dan selanjutnya menjadi bahan yang diproses. Proses adalah bagian yang melakukan perubahan atau transformasi dari masukan menjadi keluaran yang berguna dan lebih bernilai. Output merupakan hasil dari pemrosesan. Umpan balik adalah reaksi yang timbul dari lingkungan terhadap input, proses ataupun output. Batas adalah pemisah antara sistem dan daerah di luar sistem (lingkungan). Interaksi antar bagian sistem akan menghasilkan keluaran yang berkontribusi dalam mencapai kinerja suatu usaha.

Misalnya ada sebuah wirausaha yang menerima input berupa pengetahuan kewirausahaan dan modal usaha, kemudian wirausaha tersebut mengolahnya sehingga menciptakan output barang atau jasa yang dipasarkan dalam pasar sehingga menghasilkan pendapatan untuk menentukan kinerja usaha yang dicapai. Selain itu, kemampuan untuk memasarkan dan strategi promosi yang berbeda sehingga mampu memiliki kinerja usaha yang baik. Dengan penelitian ini peneliti menggunakan teori sistem karena meneliti kinerja kewirausahaan.

## 2.2 Kinerja Kewirausahaan

### 2.2.1 Pengertian Kinerja Kewirausahaan

Kinerja dalam bahasa Inggris adalah *performance* yang artinya dalam bahasa Indonesia adalah tampilan (Amir, 2015:3). Ada pula yang memberikan pengertian *performance* sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung. Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Kinerja adalah tentang apa yang dikerjakan dan bagaimana cara mengerjakannya (Wibowo, 2016:7).

Robbins dalam (Suhabuddin,2015:13) menjelaskan bahwa kinerja merupakan fungsi interaksi antara kemampuan atau *ability* (A), motivasi atau *motivation* (M) dan kesempatan atau *opportunity* (O) yang dapat dinyatakan dalam formula kinerja = f (A x M x O ). Artinya kinerja merupakan fungsi dari kemampuan, motivasi, dan kesempatan. Sedangkan menurut Wibowo (2016:1), kinerja merupakan implementasi dari rencana yang telah disusun tersebut. Implementasi kinerja dilakukan oleh sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, kompetensi, motivasi dan kepentingan.

Menurut Grande et al (2005) kinerja kewirausahaan berarti memperoleh pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi, pangsa pasar yang lebih besar, status pasar yang lebih baik, lebih banyak karyawan, dan hasil keuangan yang lebih baik. Pendapat lain dari M Faisal Amir (2015:5) mengatakan kinerja adalah sesuatu yang ditampilkan oleh seseorang atau suatu proses yang berkaitan dengan

tugas kerja yang ditetapkan. Kinerja bukan ujung terakhir dari serangkaian sebuah proses kerja tetapi tampilan keseluruhan yang dimulai dari unsur kegiatan *input*, proses, *output* dan bahkan *outcome*.

### **2.2.2 Unsur-unsur Kinerja Kewirausahaan**

Uha (2013:213) mengemukakan bahwa ada enam unsur yang terdapat dalam kinerja kewirausahaan:

1. Hasil-hasil fungsi pekerjaan.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prestasi karya pegawai seperti kemampuan motivasi, kecapakan dan persepsi peranan.
3. Pencapaian tujuan organisasi.
4. Periode waktu tertentu.
5. Tidak melanggar hukum.
6. Sesuai dengan moral dan etika.

### **2.2.3 Sasaran Kinerja Kewirausahaan**

Sasaran kinerja merupakan suatu pernyataan secara spesifik yang menjelaskan hasil yang harus dicapai, kapan dan oleh siapa sasaran yang ingin dicapai tersebut diselesaikan. Sifatnya dapat dihitung, prestasi yang dapat diamati dan dapat diukur. Sasaran merupakan harapan. Sasaran yang efektif dinyatakan secara spesifik, dapat diukur, dapat dicapai, berorientasi pada hasil, dan dalam batasan waktu tertentu, yang dinyatakan dengan akronim SMART yang berarti sebagai berikut (Wibowo, 2016:56-57):

1. *Specific (S)*, *simple*: artinya dinyatakan dengan jelas, singkat dan mudah dimengerti.



2. *Measurable (M)*: artinya dapat diukur dan dikuantifikasi.
3. *Attainable (A), achievable*: artinya bersifat menantang, tetapi masih dapat terjangkau.
4. *Result oriented, relevant*: artinya memfokus pada hasil untuk dicapai.
5. *Time-bound, timely, timeliness*: artinya ada batas waktu dan dapat dilacak, dapat dimonitor progresnya terhadap sasaran untuk dikoreksi.

#### **2.2.4 Cara Mengukur Kinerja Kewirausahaan**

Menurut Wibowo (2016:155) mengukur kinerja perlu dilakukan untuk mengetahui apakah selama pelaksanaan kinerja terdapat deviasi dari rencana yang telah ditentukan, atau apakah kinerja dapat dilakukan sesuai jadwal waktu yang ditentukan atau apakah hasil kinerja telah tercapai sesuai yang diharapkan. Hal-hal yang diukur tergantung pada apa yang dianggap penting oleh *stakeholder* dan pelanggan. Cara yang tepat untuk mengukur kinerja yaitu:

1. Memastikan persyaratan pelanggan telah terpenuhi.
2. Standar kinerja untuk menciptakan perbandingan
3. Memonitor tingkat kinerja.
4. Menetapkan arti penting masalah dan prioritas.
5. Menghindari konsekuensi dan rendahnya kualitas.
6. Mempertimbangkan penggunaan sumber daya.
7. Mengusahakan umpan balik.

Menurut Noe dalam Sahabuddin (2015:17) mengemukakan bahwa ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja, yaitu:

1. Pendekatan perbandingan (*the comparative approach*), yaitu: penilaian kinerja membandingkan kinerja individu dengan yang lain;
2. Pendekatan atribut (*the attribute approach*), yaitu: penilaian kinerja yang berfokus pada atribut individu (karakter atau sifat);
3. Pendekatan perilaku (*the behavioral approach*), yaitu: penilaian kinerja yang didasari atas perilaku individu dalam bekerja;
4. Pendekatan hasil (*the result approach*), yaitu: penilaian kinerja yang didasari atas pencapaian sasaran dan hasil yang dicapai individu atau kelompok kerja;
5. Pendekatan kualitas (*the quality approach*), yaitu: penilaian kinerja yang berorientasi pada pasar dan menghindari kesalahan.

Kriteria-kriteria yang berbeda dalam mengukur kinerja kewirausahaan tersebut sebenarnya bergantung pada pengukuran kinerja itu sendiri. Tolak ukur bersifat unik, karena adanya kekhususan pada setiap badan usaha, antara lain bidang usaha, latar belakang, status hukum, tingkat permodalan, tingkat pertumbuhan, dan tingkat teknologi. Kriteria suatu ukuran kinerja menurut Amstrong dan Baron dalam (Wibowo, 2016:158) adalah:

1. Dikaitkan dengan tujuan strategis dan mengukur apa yang secara organisasional penting dan mendorong kinerja bisnis;
2. Relevan dengan sasaran dan akuntabilitas tim dan individu yang berkepentingan;
3. Memfokuskan pada output yang terukur dan penyelesaian tugas dan bagaimana orang bertindak dan bagaimana tingkah laku mereka;
4. Mengindikasikan data yang akan tersedia sebagai dasar pengukuran;

5. Dapat diverifikasi, dengan mengisahkan informasi yang akan mengonfirmasi tingkat seberapa jauh harapan dapat terpenuhi;
6. Menjadi setepat mungkin dalam hubungan dengan maksud pengukuran dan ketersediaan data;
7. Mengisahkan dasar untuk umpan balik dan tindakan;
8. Bersifat komprehensif, mencakup semua aspek kinerja sehingga keluarga ukuran tersedia.

Pengukuran kinerja pada usaha mahasiswa berwirausaha hampir sama dengan pengukuran kinerja pada umumnya. Kinerja usaha mahasiswa berwirausaha merupakan faktor yang patut dipertimbangkan untuk melihat sejauh mana hasil yang didapatkan dalam menjalankan kegiatan usaha. Baik buruknya kinerja kewirausahaan mahasiswa ditentukan oleh kemampuan dalam mentransformasikan diri sesuai dengan tuntutan perubahan global yaitu dalam hal menyusun rencana kerja, rencana pendapatan dan belanja yang disusun setiap tahun secara efektif dan efisien serta adanya pengendalian operasional. Dengan mengukur kinerja usaha mahasiswa, kita akan mendapatkan gambaran tentang performa suatu usaha mahasiswa tanpa mengesampingkan faktor-faktor lain yang terkait.

#### **2.2.5 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Kewirausahaan**

Beberapa penelitian mengenai kinerja kewirausahaan pada perusahaan non entitas telah dilakukan oleh peneliti baik di mancanegara maupun di Indonesia. Dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan tersebut ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha pada perusahaan non entitas baik yang

berpengaruh positif maupun berpengaruh negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Djamila Abbas (2018) menemukan bahwa kinerja kewirausahaan dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar. Kesimpulannya adalah orientasi kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha.

Kinerja kewirausahaan yang diukur dengan pertumbuhan usaha menggambarkan semakin tinggi orientasi kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar maka akan meningkatkan kinerja usaha. Dengan meningkatnya ketiga variabel tersebut bisa dikatakan usaha tersebut termasuk dalam kategori usaha dengan kinerja usaha yang optimal dimana dapat menimbulkan dampak positif bagi perkembangan usaha tersebut.

Selain orientasi kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar, kinerja kewirausahaan juga dipengaruhi oleh inovasi dan keunggulan bersaing. Penelitian Bagas Prakosa (2005) mengemukakan bahwa perusahaan membutuhkan sumber daya untuk berinovasi. Inovasi merupakan cara untuk terus membangun dan mengembangkan organisasi yang dapat dicapai melalui introduksi teknologi baru, aplikasi baru dalam bentuk produk-produk dan pelayanan-pelayanan, pengembangan pasar baru dan memperkenalkan bentuk-bentuk baru organisasi perpaduan berbagai aspek inovasi tersebut pada gilirannya membentuk arena inovasi (Leonard, 1995). Dengan berinovasi produk mampu bersaing dan menguasai pasar sehingga mendapatkan keunggulan bersaing. Hasil hipotesis mengungkapkan bahwa inovasi dan keunggulan bersaing juga berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Kemudian, faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja kewirausahaan yaitu volume penjualan, jumlah modal, laporan keuangan, pendidikan kewirausahaan, orientasi pembelajaran dan lain sebagainya. McCormick (1997), melakukan penelitian di Nairobi dengan menguji variabel jumlah modal, volume penjualan, permintaan, tingkat pendidikan, laporan keuangan yang memadai, usia, etnik, dan bauran produk. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jumlah modal, volume penjualan, permintaan, laporan keuangan yang memadai dari suatu badan usaha berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Sedangkan tingkat pendidikan, usia, etnik, dan bauran produk berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha.

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja kewirausahaan di atas, dalam penelitian ini penulis mengambil variabel orientasi kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar untuk diteliti.

#### **2.2.6 Indikator Kinerja Kewirausahaan**

Indikator kinerja kewirausahaan menurut Selim dan Woodward dalam (Uha, 2013:244) mengemukakan bahwa ada lima indikator:

1. Pelayanan, yang menunjukkan seberapa besar pelayanan yang diberikan.
2. Ekonomi, yang menunjukkan apakah biaya yang digunakan lebih murah daripada yang direncanakan.
3. Efisiensi, yang menunjukkan perbandingan hasil yang dicapai dengan pengeluaran.
4. Efektivitas, yang menunjukkan hasil yang seharusnya dengan hasil yang dicapai.

5. *Equity*, yang menunjukkan tingkat keadilan potensial dan kebijakan yang dihasilkan.

Indikator kinerja kewirausahaan menurut Davari dan Najbadi (2018) sebagai berikut:

1. Penciptaan bisnis formal baru
2. Pertumbuhan bisnis
3. Peningkatan lapangan kerja
4. Jumlah modal manusia
5. Keuntungan

Menurut Wibowo (2016:86) indikator kinerja kewirausahaan ada 7, yaitu:

1. Tujuan

Tujuan merupakan keadaan yang berbeda yang secara aktif dicari oleh seorang individu atau organisasi untuk dicapai.

2. Standar

Standar mempunyai arti penting karena memberitahukan kapan suatu tujuan dapat diselesaikan. Standar sebagai suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat dicapai.

3. Umpan Balik

Antara tujuan, standar dan umpan balik saling terkait. Umpan balik melaporkan suatu kemajuan, baik kualitas maupun kuantitas, dalam mencapai tujuan didefinisikan adalah standar. Umpan balik merupakan masukan yang dipergunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, standar kinerja dan pencapaian tujuan.

#### 4. Alat atau Sarana

Alat atau sarana merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses.

#### 5. Kompetensi

Kompetensi merupakan persyaratan utama dalam kinerja. Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjalankan pekerjaan dengan baik.

#### 6. Motif

Motif merupakan alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu.

#### 7. Peluang

Indikator kinerja kewirausahaan menurut Dwiyanto (50-51:2006) dalam Ismail Nawawi Uha (244-255:2013) ada empat, yaitu:

1. Produktivitas, adalah rasio antara input dan output atau perbandingan antara input (I, misalnya total gaji) dan output (O, misalnya laba kotor) persatuan waktu (T).
2. Kualitas layanan, merupakan indikator yang relatif tinggi diukur dengan kepuasan masyarakat.
3. Responsibilitas, merupakan kemampuan untuk mengenal kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan dengan dikembangkan.
4. Akuntabilitas, prioritas kepentingan umum.

Indikator kinerja kewirausahaan dalam penelitian ini menggunakan indikator kinerja kewirausahaan menurut Dwiyanto (50-51:2006) dalam Ismail Nawawi Uha (244-255:2013) ada empat, yaitu:

1. Produktivitas, adalah rasio antara input dan output atau perbandingan antara input (I, misalnya total gaji) an output (O, misalnya laba kotor) persatuan waktu (T).
2. Kualitas layanan, merupakan indikator yang relatif tinggi diukur dengan kepuasan masyarakat.
3. Responsibilitas, merupakan kemampuan untuk mengenal kebutuhan masyarakat, menyusun agenda dan prioritas pelayanan dengan dikembangkan.
4. Akuntabilitas, prioritas kepentingan umum.

## **2.3 Jiwa Kewirausahaan**

### **2.3.1 Pengertian Kewirausahaan**

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* adalah suatu *intangibile culture*, suatu kemampuan struktural non fisik yang mampu menggerakkan sosok fisik. Kewirausahaan mengkombinasikan empat faktor produksi yaitu *land, labour, capital* dan *skill* (Sumarsono, 2010:3).

John J. Kao (1993) mendefinisikan *entrepreneurship* sebagai berikut:  
”*Entrepreneurship is the attempt to create value through recognition of business opportunity, the management of risk taking appropriate to the opportunity, and through the communicative and management skills to mobilize human, financial, and material resources nessecary to bring a project to a fruition*”. Dengan kata lain berkewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan



bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.

Pengertian kewirausahaan menurut Instruksi Presiden RI No.4 Tahun 1995:

“kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar”.

Wirasahawan (*entrepreneur*) adalah seseorang yang memutuskan untuk memulai suatu bisnis, sebagai pewaralaba (*franchisor*) menjadi terwaralaba (*franchise*), memperluas sebuah perusahaan, membeli perusahaan yang sudah atau meminjam uang untuk memproduksi suatu produk baru atau menawarkan suatu jasa baru, serta merupakan manajer dan penyanggah risiko (Saiman, 2015:43). Seorang wirasaha yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil resiko, berorientasi ke depan, dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, berdisiplin baja dan teguh dalam pendirian.

### **2.3.2 Pengertian Jiwa Kewirausahaan**

Jiwa kewirausahaan adalah mendorong suksesnya seseorang terutama pada era globalisasi dan informasi karena kriteria yang dibutuhkan oleh pasar adalah para lulusan perguruan tinggi yang memiliki jiwa kewirausahaan. Krisis ekonomi menyebabkan jumlah lapangan kerja tidak tumbuh bahkan berkurang karena gulung tikar (Nugraha & Tirtamahya, 2018). Jiwa kewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada dasarnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan yang ditunjukkan melalui sifat, karakter dan watak

seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif (Pujiastuti & Budiarti, 2018).

Jiwa kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usaha. Jiwa kewirausahaan dapat ditentukan berdasarkan pada empat dimensi yaitu *need for achievement*, *internal locus of control*, *self reliance* dan *extroversion*. Jiwa kewirausahaan sebagai upaya mempelajari tentang nilai, kemampuan dan perilaku seseorang dalam upaya berkreasi dan berinovasi (Abbas,2018). Oleh karena itu, studi tentang kewirausahaan berkaitan dengan nilai-nilai dan kemampuan pribadi seseorang yang dinyatakan dalam dalam wujud perilaku. Hal ini sejalan dengan yang dinyatakan oleh Day et al dalam (Ilham, 2018) pada prinsipnya jiwa kewirausahaan merupakan sifat, ciri, dan watak yang memiliki kemampuan dalam mewujudkan gagasan yang inovatif ke dalam dunia nyata yang dilakukan secara kreatif atau secara singkat dikatakan sebagai *ability to create the new and different thing*, jiwa kewirausahaan sebagai proses, dengan gaya manajemen berorientasi aksi yang menggunakan inovasi dan perubahan sebagai fokus pemikiran dan perilaku.

### **2.3.3 Indikator Jiwa Kewirausahaan**

Indikator jiwa kewirausahaan menurut Lee dalam (Sahabuddin,2015:16) terdiri dari:

1. *Achievement motivation* atau motivasi berprestasi;
2. *Locus of control* atau letak kendali;
3. *Self reliance* atau percaya diri;
4. *Extroversion* atau kepedulian;

5. *Innovating* atau inovasi;
6. *Acting proactivity (proaktiveness)* atau bertindak proaktif;
7. *Managing risks (risk taking)* atau mengambil resiko.

Indikator jiwa kewirausahaan menurut Abbas, Djamila (2018) meliputi:

1. *Need for achievement*
2. *Internal locus of control*
3. *Self reliance*
4. *Extroversion*

Indikator jiwa kewirausahaan menurut Lee dalam (Sahabuddin,2015:16) terdiri dari:

- a. *Achievement motivation* atau motivasi berprestasi;
- b. *Locus of control* atau letak kendali;
- c. *Self reliance* atau percaya diri;
- d. *Extroversion* atau kepedulian;
- e. *Innovating* atau inovasi;
- f. *Acting proactivity (proaktiveness)* atau bertindak proaktif;
- g. *Managing risks (risk taking)* atau mengambil resiko.

## **2.4. Modal Usaha**

### **2.4.1 Pengertian Modal Usaha**

Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal. Bambang R (2001) mengatakan bahwa modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Besar kecilnya modal yang dibutuhkan tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan. Oleh

karena itu, diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang digalakan.

Secara umum modal diartikan sebagai semua barang kongkrit yang terdapat pada neraca sebelah debet dan daya beli atau nilai tukar dari barang-barang tersebut yang tercatat di sebelah kredit (Sumarini dan Suprihanto, 2014:321). Sedangkan kata modal dalam bahasa Indonesia atau *capital* dalam bahasa Inggris dan Kapitaal dalam bahasa Belanda dalam pengertian ekonomi umum mencakup benda-benda seperti tanah, gedung, mesin, alat perkakas, dan barang produktif lainnya untuk suatu kegiatan usaha. pada pembukuan atau akuntansi kata modal atau *capital* dipakai dengan pengertian yang sedikit berbeda. Modal atau capital adalah selisih antara Harta (*assets*) dikurangi Utang (*liabilities*). Dalam pembicaraan masalah modal dikenal pula istilah modal uang yang berupa uang tunai dan kredit, serta modal produktif yang berupa *instrument of production* (Sriyadi, 2001:1109-111).

Menurut Rahman (2016), modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang, melepas uang, dan sebagainya harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

#### **2.4.2 Jenis-jenis Modal Usaha**

Saiman (2015:263) mengemukakan bahwa terdapat dua sumber utama pendanaan atau modal usaha, yaitu ekuitas dan utang. Ekuitas adalah pemilik menginvestasikan laba perusahaannya untuk ditempatkan dalam perusahaan guna memperkecil risiko pengembalian dalam tingkat yang rendah. Sedangkan utang

adalah mengandung risiko, pemberi pinjaman pertama kali menarik laba dan harus di bayarsekalipun perusahaan tidak ada laba atau dalam kondisi merugi.

Kedua sumber pendanaan usaha tersebut yaitu:

1. Pendanaan ekuitas (modal sendiri). Dapat diperoleh dari tabungan individu, teman dan/ atau saudara, investor perorangan lain, perusahaan-perusahaan besar, perusahaan modal ventura, dan penjualan saham.
2. Pendanaan dari utang (pinjaman). Dapat diperoleh dari teman atau saudara, investor perorangan lainnya, para pemasok bahan baku, pemberi pinjaman berbasis aset, bank-bank komersil, program-program yang didukung oleh pemerintah, lembaga-lembaga keuangan swadaya masyarakat, perusahaan-perusahaan besar, dan perusahaan modal ventura.

Sedangkan para konsultan bisnis pada umumnya membagi pengertian modal termasuk modal usaha kecil menjadi dua, yaitu modal *tangible* dan modal *intangibel*.

1. Modal *tangible* adalah modal yang berwujud secara nyata, baik dalam bentuk barang bergerak maupun barang tidak bergerak. Barang bergerak contohnya sepeda motor, mesin produksi, dan lain sebagainya.
2. Modal *intangibel* adalah modal yang tidak berwujud nyata seperti ide-ide kreatif.

Purwanti (2012) membagi modal usaha menjadi 3 bagian yaitu:

1. Modal investasi

Modal investasi adalah jenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya

cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ke tahun. bahkan bisa dari bulan ke bulan.

## 2. Modal kerja

Modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu.

## 3. Modal operasional

Modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasi bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, Listrik dan sebagainya.

Menurut Sriyadi (2001:111) modal dibedakan menjadi 2, yaitu:

### 1. Modal tetap (*fixed capital*).

Yaitu semua benda-benda modal yang dipergunakan terus-menerus dalam jangka lama pada kegiatan produksi seperti tanah, gedung, mesin, alat perkakas dan lain sebagainya.

### 2. Modal kerja (*working capital*).

Yaitu modal untuk membiayai operasi perusahaan seperti pembelian bahan dasar dan bahan habis pakai, membiayai upah dan gaji, membiayai persediaan, membiayai pengiriman dan transportasi, biaya penjualan dan reklame, dan biaya pemeliharaan.

Menurut Sumarni dan Suprihanto (2014:346) mengelompokkan modal menjadi 2, yaitu:

### 1. Modal asing atau luar.

yaitu modal yang diperoleh perusahaan dari pinjaman –pinjaman yang akan dioperasikan perusahaan dalam waktu tertentu, karena harus dikembalikan dengan disertai bunga. Modal asing ada 3 meliputi: modal asing jangka pendek (kurang dari 1 tahun), modal asing jangka menengah (selama 1-5 tahun) dan modal asing jangka panjang ( lebih dari 5 tahun).

## 2. Modal sendiri.

yaitu modal yang dimasukkan oleh para pemilik perusahaan, yang seterusnya akan dioperasikan perusahaan selama masih berjalan. Modal sendiri dibedakan menjadi 2 yaitu, modal yang bersumber dari luar perusahaan (saham/sero) dan dari dalam perusahaan (saldo keuntungan yang ditanam kembali dalam perusahaan).

### **2.4.3 Sumber-sumber Penawaran Modal Usaha/Dana**

Ada 3 macam sumber-sumber penawaran modal (Sumarni dan Suprihanto, 2014:350-356), yaitu:

#### 1. Sumber-sumber penawaran modal menurut asalnya.

##### a. Sumber *intern* (*internal sources*).

Modal ini dihasilkan sendiri dalam perusahaan. Sumber intern yang utama adalah laba yang ditahan dan akumulasi penyusutan.

##### b. Sumber *ekstern* (*external sources*).

Modal ini berasal dari luar perusahaan yakni dari para kreditur yang merupakan hutang bagi perusahaan dan disebut modal asing. Modal ini berasal pula dari modal sendiri.

##### c. Penyedia, Bank dan Pasar Modal sebagai Sumber dana Ekstern Utama

- 1) Penyedia: memberikan dana pada suatu perusahaan di dalam suatu bentuk penjualan barang secara kredit untuk jangka waktu pendek maupun jangka panjang.
  - 2) Bank: dana dalam pemberian kredit.
  - 3) Pasar Modal: tempat bertemunya penawaran dan permintaan dana jangka panjang.
2. Sumber-sumber penawaran modal menurut cara terjadinya.

a. Tabungan.

Tabungan adalah pendapatan yang tidak dikonsumsi. Tabungan dapat digunakan untuk keperluan konsumsi dan untuk investasi.

b. Penciptaan atau kreasi uang/kredit oleh Bank.

Yang dapat menciptakan uang selain Bank Sirkulasi juga bank dagang dengan menciptakan uang giral.

c. Intensifikasi penggunaan uang.

Cara ini digunakan oleh Bank dengan meminjamkan kembali uang-uang yang dipercayakan atau disimpan oleh masyarakat di Bank.

#### **2.4.4 Cara Pemenuhan Kebutuhan Dana/Modal Usaha**

Cara pemenuhan kebutuhan modal atau dana pada dasarnya dibedakan menjadi dua (Sumarni dan Suprihanto, 2014:357), yaitu:

1. Pemenuhan dana atau modal secara sendiri-sendiri dengan kebutuhan masing-masing aktiva yang akan dibiayai, disebut juga Pembelian Parsial.



2. Pemenuhan kebutuhan dana atau modal secara keseluruhan dengan memandang semua kebutuhan sebagai satu kesatuan dan satu kelompok, disebut juga sistem Pembelanjaan Total.

#### **2.4.5 Indikator Modal Usaha**

Indikator modal Usaha menurut Sriyadi (2001:111) yaitu:

1. Modal tetap
2. Modal kerja

Indikator modal usaha menurut teori Saiman (2015:263) yaitu:

1. Modal sendiri

Modal sendiri diperoleh dari tabungan individu, teman dan/ atau saudara, investor perorangan lain, perusahaan-perusahaan besar, perusahaan modal ventura, dan penjualan saham.

2. Modal pinjaman (utang)

Modal pinjaman diperoleh dari teman atau saudara, investor perorangan lainnya, para pemasok bahan baku, pemberi pinjaman berbasis aset, bank-bank komersil, program-program yang didukung oleh pemerintah, lembaga-lembaga keuangan swadaya masyarakat, perusahaan-perusahaan besar, dan perusahaan modal ventura.

Sedangkan indikator modal usaha menurut Sumarni dan Suprihanto (2014:346) yaitu:

1. Modal asing atau luar.
2. Modal sendiri.

Indikator modal usaha yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teori Saiman (2015:263) yang mengemukakan bahwa indikator modal usaha yaitu:

#### 1. Modal sendiri

Modal sendiri diperoleh dari tabungan individu, teman dan/ atau saudara, investor perorangan lain, perusahaan-perusahaan besar, perusahaan modal ventura, dan penjualan saham.

#### 2. Modal pinjaman (utang)

Modal pinjaman diperoleh dari teman atau saudara, investor perorangan lainnya, para pemasok bahan baku, pemberi pinjaman berbasis aset, bank-bank komersil, program-program yang didukung oleh pemerintah, lembaga-lembaga keuangan swadaya masyarakat, perusahaan-perusahaan besar, dan perusahaan modal ventura

### **2.5 Orientasi Pasar**

#### **2.5.1 Pengertian Pasar**

Pada dasarnya pasar dapat diartikan sebagai tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli atau terdapatnya kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga. Pendapat lain mengatakan bahwa pasar merupakan suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar sehingga terbentuk suatu harga (Umar, 2000:29).

Stanton dalam buku (Umar, 2000:29-30) mengemukakan pengertian lain tentang pasar, yakni merupakan sekumpulan orang-orang yang mempunyai

keinginan untuk puas, uang untuk belanja dan kemauan untuk membelanjakannya. Pasar juga diartikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang diorganisasikan untuk melakukan tawar-menawar sehingga dengan demikian terbentuk harga (Hamali dan Budihastuti, 2017:143).

### **2.5.2 Pengertian Orientasi Pasar**

Orientasi pasar merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan Jaworski dan Kohli (1993). Perusahaan yang berorientasi pasar senantiasa menggunakan informasi pasar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada saat ini maupun prediksi/antisipasi kebutuhan dimasa depan. Kecepatan mengakses informasi pasar dan merespon informasi pasar terkait dengan kemampuan adaptif perusahaan. Orientasi pasar memiliki efek langsung terhadap kinerja perusahaan bukan hanya pada hasil pemasaran. Akan tetapi, orientasi pasar telah menjadi unsur penting yang telah menjembatani penelitian antara pemasaran dan manajemen (Hult dan Ketchen, 2001).

Orientasi pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan (Abbas, 2018). Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya bisnis yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan nilai superior pada pelanggan.

Narver, John, dan Slater (1990) mengemukakan bahwa orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai - nilai yang

tinggi bagi konsumen. Orientasi pasar sebagai konstruk berdimensi tunggal (*one-dimension*) terdiri dari 3 komponen perilaku, yakni orientasi pelanggan (*customer orientation*), orientasi pesaing (*competitor orientation*) dan koordinasi antar fungsi intraperusahaan (*inter functional coordination*). Pemahaman di sini mencakup pemahaman terhadap seluruh rantai nilai pembeli, baik saat terkini maupun pada perkembangannya dimasa akan datang.

Gray *et al* berpendapat bahwa orientasi pasar dapat dilihat sebagai pelaksanaan konsep pemasaran yang sering disebut *marketing orientation*. Orientasi pasar diartikan sebagai perilaku organisasi yang mengidentifikasi kebutuhan konsumen, perilaku kompetitor, menyebarkan informasi pasar ke seluruh organisasi dan meresponnya dengan suatu koordinasi, perhitungan waktu, dan perhitungan keuntungan.

Melihat pemikiran di atas, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling tepat dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam usaha.

### **2.5.3 Konsep Orientasi Pasar**

Jangkauan pasar sangat luas, berbagai tahap kegiatan harus dilalui oleh barang dan jasa sebelum sampai ke tangan konsumen, sehingga ruang lingkup kegiatan yang luas itu disederhanakan menjadi 4 kebijakan dalam pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran (*marketing mix*) atau 4P yang terdiri dari empat komponen yaitu produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*) (Umar, 2000:31-35). Maing-masing penjelasan berikut:

#### **1. Kebijakan produk**

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan. Produk tidak hanya barang akan tetapi pelayanan atau jasa juga dinamakan produk. Produk harus menunjukkan kemampuan produk tersebut agar berbeda dari pesaing seperti, unik, simpel, aman dan tidak mahal dengan tujuan untuk menarik pembeli.

## 2. Kebijakan harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama dalam usaha. Keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor luar perusahaan. Faktor internal yaitu sasaran pemasaran, misalnya pangsa pasar, laba yang maksimal. sedangkan faktor eksternal yaitu pasar dan permintaan harga produk oleh pelanggan.

## 3. Kebijakan distribusi

Sebagian besar pengusaha memasarkan produknya melalui perantara khususnya barang dengan membangun saluran distribusi. Di dalam mendesain saluran distribusi diperlukan analisis kebutuhan layanan konsumen, penetapan sasaran dan kendala-kendala saluran, pengidentifikasian alternatif saluran yang utama serta mengevaluasi.

## 4. Kebijakan promosi

Pemasaran tidak hanya membicarakan tentang produk, harga dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengomunikasikan produk terhadap masyarakat agar dapat dikenal dan diketahui keberadaanya. Promosi dibutuhkan secara rutin untuk menarik konsumen agar membeli produk tersebut.

#### **2.5.4 Segmentasi Orientasi Pasar**

Segmentasi pasar yaitu tindakan membagi suatu pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Perusahaan dapat memusatkan kegiatan pemasarannya pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Masing-masing segmen bersifat homogen. Syarat-syarat untuk mengadakan segmentasi pasar (Sumarni dan Suprihanto, 2014:271), yaitu:

1. Dapat ditukar (*measurability*)

Sejauh mana besarnya pasar dan daya beli segmen ini dapat diukur.

2. Dapat terjangkau (*accessibility*)

Sampai sejauh mana segmen ini dapat secara efektif dicapai dan dilayani.

3. Besarnya (*substantiality*)

Sejauh mana segmen ini cukup menguntungkan.

4. Dapat dilaksanakan (*actionability*)

Merupakan ukuran seberapa jauh program-program yang efektif dapat dirancang untuk menarik segmen pasar.

#### **2.5.5 Indikator Orientasi Pasar**

Menurut Narver, John, dan Slater (1990) indikator orientasi pasar juga terbagi menjadi 3 yaitu:

1. Orientasi pelanggan (*customer orientation*)

2. Orientasi pesaing (*competitor orientation*)
3. Koordinasi antar fungsi intraperusahaan (*inter functional coordination*)

Indikator orientasi pasar dalam penelitian ini menggunakan teori dari Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012:31), yang menyatakan bahwa orientasi pasar terdiri dari 3 indikator yaitu orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi.

1. Orientasi pelanggan, dalam hal ini kaitanya dengan komitmen pelanggan, penciptaan nilai pelanggan, dan pemahaman kebutuhan pelanggan.
2. Orientasi pesaing, dalam hal ini kaitanya dengan bereaksi cepat terhadap tindakan pesaing, menargetkan peluang dalam keunggulan kompetitif.
3. Koordinasi antar fungsi, dalam hal ini kaitanya dengan pemberian informasi bagi pelanggan serta adanya kontak pelanggan antar fungsi.

## 2.6 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Variabel dan alat analisis	Hasil
1.	Djamila Abbas (2018)	Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Kota Makassar	Modal Usaha (X1), Orientasi Pasar (X2), Orientasi Kewirausahaan (X3) dan Kinerja UKM (Y) Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini: a) Ada pengaruh positif secara simultan antara modal usaha, orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan b) Ada pengaruh positif secara parsial antara modal usaha terhadap kinerja perusahaan c) Ada pengaruh positif secara parsial antara orientasi pasar terhadap kinerja perusahaan d) Ada pengaruh positif secara parsial antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan
2.	Arini Mayang Fauni (2017)	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Usaha dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja UMKM Konveksi Kabupaten Kudus	Orientasi Kewirausahaan (X1), Orientasi Pasar (X2), Inovasi Usaha (X3), Keunggulan Bersaing (X4) dan Kinerja UMKM (Y) Alat Analisis: Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini: a) Ada pengaruh signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM b) Ada pengaruh signifikan antara orientasi pasar terhadap kinerja UMKM c) Ada pengaruh signifikan antara inovasi usaha terhadap kinerja UMKM d) Ada pengaruh signifikan antara keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM



				e) Ada pengaruh signifikan antara orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi usaha, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM
3.	Nugraha & Tirtamahya (2018)	Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Motivasi Wirausaha terhadap Kinerja Usaha pada Pengrajin Sentra Rajut Binong Jati Bandung	Jiwa Kewirausahaan (X1), Motivasi Wirausaha (X2) dan Kinerja perusahaan (Y) Alat Analisis: Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil pengolahan data menunjukkan a) hasil Uji F menyatakan Jiwa kewirausahaan yang terdiri dari (kemauan/ daya juang, disiplin, kerja keras, jujur), dan motivasi yang terdiri dari semangat, kreatifitas, inovasi, dan keberanian mengambil resiko berpengaruh positif dan signifikan sebesar 68,3% terhadap kinerja usaha para pengrajin Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung. b) Hasil Uji T dapat disimpulkan bahwa motivasi wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha para pengrajin Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung. Arah bertanda positif menunjukkan bahwa motivasi wirausaha yang tinggi membuat kinerja usaha lebih tinggi.
4.	Sun, dkk (2016)	Entrepreneurial Environment, Market Oriented Strategy, and Entrepreneurial	Lingkungan kewirausahaan (X1), strategi berorientasi pasar (X2), dan kinerja kewirausahaan (Y)	Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa ketidakpastian lingkungan kelembagaan yang berhubungan positif dengan strategi berorientasi pasar dan strategi yang berorientasi pasar

		Performance	Alat Analisis: Model Persamaan Struktural (SEM)	berhubungan positif dengan perusahaan' kinerja dengan hasil regresi standar koefisien 0,114 0,020 Didukung dan 0,311 -0,311 0,092 Tidak didukung. Semakin kuat ketidakpastian lingkungan industri, semakin kuat dampak bahwa perusahaan' market-oriented dengan hasil 0.347 0.012 didukung.
5.	Khaira Amalia Fachrudin (2011)	Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan	Struktur Modal (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Agency Cost (X3) dan Kinerja Perusahaan (Y) Alat analisis: Analisis data dilakukan dengan analisis jalur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal hampir berpengaruh signifikan terhadap kinerja (p-value 0.05). Beta yang positif menunjukkan bahwa penggunaan hutang dapat meningkatkan imbal hasil bagi pemilik perusahaan. Penelitian ini menemukan nilai signifikansi F sebesar 0.012 yang menunjukkan bahwa model layak dan dapat dipakai untuk uji selanjutnya. Uji t menunjukkan tidak ada satu pun variabel yang signifikan pada alpha 5% padahal data sudah memenuhi asumsi multikolinieritas. Namun nilai p-value struktur modal menunjukkan 0.05. Berarti struktur modal sangat hampir berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Kemudian, agency cost tidak berpengaruh signifikan pada alpha 5% terhadap

				kinerja perusahaan (p-value 0.095). Oleh karena itu pengaruh tidak langsung struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan sebagaimana yang dihitung di atas juga tidak signifikan.
--	--	--	--	---

## 2.7 Kerangka Berfikir

Uma Sekaran dalam (Sugiyono, 2016:91) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dengan dependen. Bila dalam penelitian ada variabel moderator dan intervening, maka juga perlu dijelaskan, mengapa variabel itu ikut dilibatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut selanjutnya dirumuskan ke dalam paradigma penelitian. Berdasarkan landasan teori dalam kaitanya dengan penelitian yang berjudul, “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan, Modal Usaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Kewirausahaan pada Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”, maka penulis membuat kerangka teori yaitu “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Modal Usaha dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Kewirausahaan pada Mahasiswa Berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”.

Jiwa kewirausahaan memegang peranan penting dalam menentukan kinerja usaha mahasiswa berwirausaha. Dalam menjalankan usaha pasti seseorang

menghadapi hambatan-hambatan untuk mencapai kinerja kewirausahaan yang baik, meliputi banyaknya pesaing, terbatasnya modal usaha, kurangnya manajemen waktu yang baik antara kuliah dan berwirausaha, kurangnya segmentasi pasar dan masih banyak lagi hambatan yang terjadi dalam mengelola usaha tersebut. Oleh karena itu, jiwa kewirausahaan merupakan sikap yang dilakukan dalam menjalankan usaha meliputi sikap kepercayaan diri, kemandirian, motivasi berprestasi dalam usaha, inovasi, kepedulian, berani mengambil resiko dan bertindak proaktif yang dapat meningkatkan kinerja kewirausahaan pada mahasiswa dalam berwirausaha.

Jiwa kewirausahaan mampu mengarahkan wirausaha untuk berfikir kreatif dengan menginovasi sebuah produk sehingga mampu meningkatkan kinerja dalam usaha. Dengan jiwa kewirausahaan yang optimal maka tidak dipungkiri kinerja usaha juga akan baik. Penelitian Jala D. Ilham (2018) menyatakan bahwa jiwa kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Oleh sebab itu, berdasarkan dugaan diatas memberikan dugaan hubungan signifikan antara jiwa kewirausahaan dan kinerja kewirausahaan.

Modal adalah harta yang digunakan untuk menjalankan usaha dengan tujuan mendapatkan laba yang maksimal. Dengan modal yang cukup usaha mampu berkembang dan produk dapat bervariasi. Modal sangat dibutuhkan dalam menjalankan usaha agar usaha dapat berkembang dan mampu meningkatkan kinerja usaha seseorang dalam berwirausaha. Modal juga sebagai salah satu faktor keberhasilan dalam berwirausaha karena modal berperan sangat penting dalam

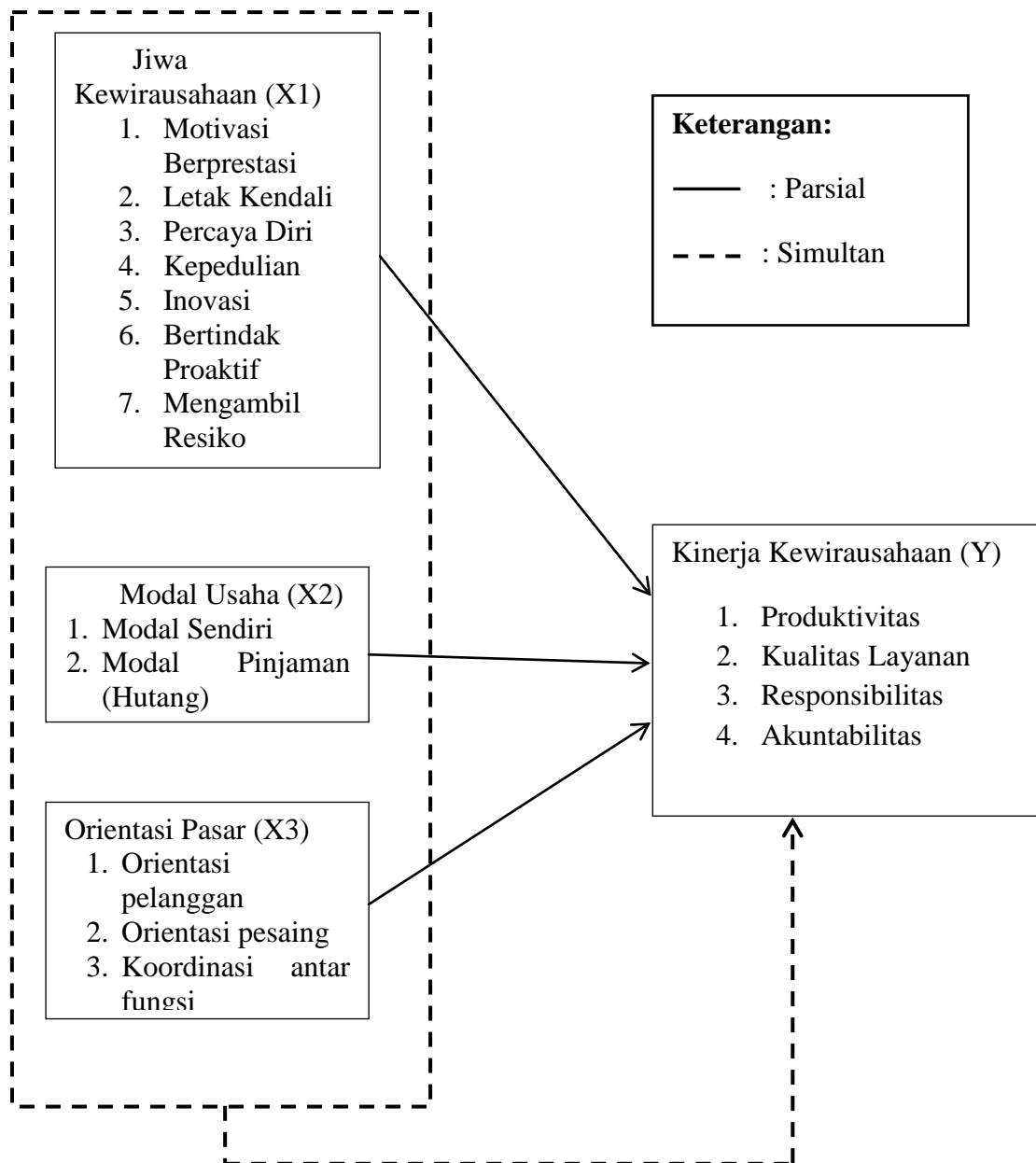
usaha misalnya untuk menyetok barang, membuat tempat usaha, mengembangkan usaha dan lain sebagainya.

Pengaruh modal dengan kinerja usaha sangat erat hubungannya karena sebuah produk perlu adanya inovasi atau pengembangan dan membutuhkan dana untuk melakukan hal tersebut. Dalam penelitian Gates dan Langevin (2010) menunjukkan hubungan antara modal usaha dengan kinerja usaha berkorelasi positif sehingga ada pengaruh yang signifikan. Didukung oleh penelitian Fachrudin (2011) hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha. Setiap usaha yang dijalankan pasti membutuhkan modal atau dana untuk menjalankan usaha. Berdasarkan teori diatas maka penulis memberikan dugaan hubungan signifikan antara modal usaha dan kinerja usaha.

Pasar diartikan sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli, dimana kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran bertemu membentuk suatu harga (Hamali dan Budihastuti, 2017:143). Orientasi pasar sebagai salah satu faktor penentu usaha dapat berhasil tidak sehingga memberikan pengaruh terhadap kinerja usaha. Dengan orientasi pasar penjual dapat terbantu dalam memasarkan produknya dimana penjual mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan atau produk apa yang diinginkan pelanggan, harga yang sesuai dengan kantong pelanggan dan mengetahui siapa target yang akan dituju sehingga usaha dapat berjalan sebagaimana mestinya. Penelitian Narver dan Slater dalam (Fauni,2017) mengatakan bahwa orientasi pasar penting untuk dipelajari dan diteliti kaitannya dengan kinerja kewirausahaan karena orientasi pasar adalah

elemen penting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif dan meraih profitabilitas tinggi sehingga usaha dapat berjalan dengan lancar. Berdasarkan teori diatas penulis memberikan dugaan hubungan signifikan antara orientasi pasar dan kinerja kewirausahaan.

Kinerja kewirausahaan sebagai ukuran berhasil atau tidaknya sebuah usaha yang dijalankan. Setiap berwirausaha diinginkan adanya prestasi yang dihasilkan sehingga adanya tujuan yang dicapai. Kinerja kewirausahaan yang baik dapat terukur dengan adanya kemampuan mengolah usaha dengan baik, usaha dapat bertahan lama, kemampuan melayani usaha dengan baik, manajemen waktu yang baik, mampu berfikir kreatif dan menginovasi produk, segmentasi pasar yang tepat dan masih banyak lagi. Kinerja kewirausahaan yang baik pasti didapatkan dari pengusaha yang mampu mengelola usaha dengan optimal seperti efisien dan efektif dalam mengelola usaha, menggunakan modal dan memasarkan produknya. Tindakan tersebut tentu sebagai faktor pendukung dalam menjalankan usaha, bahkan sebagai faktor untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan. Berdsarkan penjelasan tersebut maka penulis memberikan dugaan hubungan signifikan antara jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa dalam berwirausaha. Kemudian digambarkan dalam kerangka berfikir sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian yang relevan yang telah disampaikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha 1 : Ada pengaruh jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Ha 2 : Ada pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Ha 3 : Ada pengaruh modal usaha terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Ha 4 : Ada pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari penelitian terhadap kinerja kewirausahaan mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang menggunakan regresi linear berganda dan asumsi klasik dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan jiwa kewirausahaan, modal usaha dan orientasi pasar secara simultan atau bersama-sama terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan jiwa kewirausahaan terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Jika jiwa kewirausahaan naik sebesar 1 satuan maka kinerja kewirausahaan naik sebesar 0,088 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan modal usaha terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Jika modal usaha naik sebesar 1 satuan maka kinerja kewirausahaan naik sebesar 0,480 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
4. Ada pengaruh positif dan signifikan orientasi pasar terhadap kinerja kewirausahaan pada mahasiswa berwirausaha di Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Semarang. Jika orientasi pasar naik sebesar 1 satuan maka kinerja kewirausahaan naik sebesar 0,413 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran dalam upaya untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa berwirausaha diharapkan mampu meningkatkan kinerja kewirausahaan dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan yang optimal, modal yang cukup dan strategi pasar yang tepat.
2. Pihak universitas mampu menyediakan dana bantuan modal yang lebih besar dengan cara yang mudah.
3. Bagi Peneliti lain, memungkinkan untuk meneliti kembali dan menyempurnakan penelitian dengan menambah atau mengubah variabel-variabel yang berbeda untuk digunakan peneliti dalam penelitian. ,

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Djamila. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Modal Usaha, dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*. Vol.5, No. 1:95-111.
- Badan Pusat Statistik. (2019). Kewirausahaan Bangun Ekonomi Kreatif Indonesia. <http://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html>
- Cho, Yun Hee dan Lee, Joo-Heon. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 12 Issue: 2. pp.124-134.
- Chong, Cheng, dkk. (2017). Political Skill, Entrepreneurial Orientation and Organizational Justice: A study of Entrepreneurial Enterprise in China. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. Vol. 23 Issue: 1, pp. Hal 20-34.
- Covin, J. G. (1991). Entrepreneurial versus conservative firms: A comparison of strategies and performance. *Journal of management studies*. 28(5). Hal 439-462.
- Davari dan Najmabadi. (2018). *Entrepreneurial Ecosystem and Performance in Iran*. Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran: Tehran, Iran.
- Fachrudin, Khaira Amalia. (2011). *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol. 13. NO. 1. Hal 37-46.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fauni, Arini Mayang. (2017). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Usaha dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha UMKM Konveksi Kabupaten Kudus*. Universitas Negeri Semarang. Skripsi.
- Gates, Stephen dan Langevin, Pascal. (2010). Human Capital Measures, Strategy and Performance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 23 Issue: 1. Hal 111-132.
- Ghaali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hult, G.T.M., and Ketchen, D.J. (2001). Does Market Orientation Matter?: A Test of the Relationship Between Positional Advantage and Performance. *Strategic Management Journal*. Volume 22. Number 9. Hal 899-906.

- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *The Journal of marketing*. Hal 53-70.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019). Kominfo Dorong Milenial Kembangkan UMKM dengan Teknologi Digital. <http://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/16141/siaran-pers-no-27hmkominfo022019-tentang-kominfo>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2019). Peran Strategis Media Online dalam Peyebaran Informasi-kominfo. <https://www.kominfo.go.id>
- Narver, John & Stanley F Slater. (1990). The Effect of Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*. Hal 20-35
- Nugraha, Puteri anggia J.D & Tirtamahya, Darmazakti Najamaya. (2018). *Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Motivasi Wirausaha terhadap Kinerja Usaha pada Pengrajin Sentra Rajut Binong Jati Bandung*. FEB Universitas Komputer Indonesia: Bandung.
- Prakosa, Bagas. (2005). *Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan untuk Mencapai Keunggulan Bersaing*. Semarang: Perpustakaan FE UNDIP.
- Purwanti, Endang. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Among Makarti*. Vol.5 No. 9.
- Sahabuddin, Romansyah. (2015). *Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro, Kecil & Menengah dalam Perspektif Kewirausahaan*. Makassar: PKMB Rumah Buku Carabaca.
- Saiman, Leonardus. (2015). *Kewirausahaan*. Salemba Empat: Jakarta
- Sari, Mulina Nina Nova. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Bauran Pemasaran terhadap Kinerja UMKM Batik di pekalongan. Universitas Negeri Semarang: Perpus FE UNNES.Skripsi.
- Setiaji, Khasan.(2018). A Measure of Entrepreneurial Behavior of University Students: A Theory of Planned Behavior Approach. *Dinamika Pendidikan*, 13(2). Hal 143-156: Universitas Negeri Semarang
- Silviasih, Slamet dan Iskandar. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Sektor Manufaktur Garmen di Tanah Abang Jakarta Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol.16 No.1.

- Slamet, Franky, dkk. (2014). *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Spigel B. (2015). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneur Theory Pract . Emerald Insight Journal*. 41(1). Hal 49–72.
- Sriyadi. (2001). *BISNIS (Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern)*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan Suprihanto, John. (2014). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sun, Jialu, dkk. (2016). Entrepreneurial Environment, Market Oriented Strategy, and Entrepreneurial Performance: A study of Chinese Automobile Firms. *Internet Research Journal*. Vol. 26 Iss 2 pp. Hal 546 -562.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan (Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Zaky, dkk. (2018). *Mapping dan Database Startup Indonesia 2018*. Indonesia: MIKTI dan Teknopreneur Indonesia.