

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bab ini akan membahas tentang penelitian terdahulu dari jurnal peneliti sebelumnya. Berikut beberapa penelitian Pengaruh Pengetahuan dan Strategi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Wirausaha Muslim, antara lain:

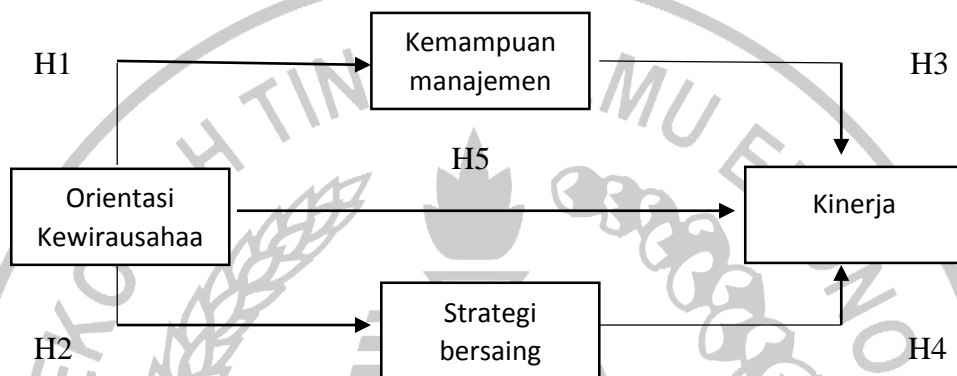
2.1.1 Rahayu Puji Suci (2009)

Peneliti ini mengambil topik tentang “Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur)”. Tujuan utama dari peneliti ini adalah untuk menyelidiki pengaruh orientasi kewirausahaan dengan penekanan pada keterampilan manajemen pengusaha, dan strategi bisnis terhadap kinerja. penelitian adalah diaplikasikan pada usaha kecil dan menengah industri bordir di Jawa Timur yang harus menghadapi lingkungan yang dinamis dan tidak pasti serta persaingan intensitas tinggi dan membutuhkan manajemen yang baik keterampilan dan strategi bisnis yang tepat untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Variabel dalam penelitian ini, yaitu Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha.

Hasil dari penelitian ini adalah kompetensi Entrepreneur, strategi kewirausahaan dan modal sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Persamaan penelitian menggunakan strategi sebagai variabel independen (X) dan sampel yang digunakan yaitu sama-sama wirausaha.

Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini akan menambahkan pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel independen (X) dan penelitian ini sampel yang digunakan adalah untuk wirausaha muslim.



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Rahayu Puji Suci (2009)

2.1.2 Risma Hanifah (2017)

Penelitian ini mengambil topik Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Sentra Wajit Cililin Di Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengetahuan, keberhasilan usaha dan penuh pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki para pengusaha wajit di Kecamatan Cililin, Kabupaten Bandung Barat dan memperoleh gambaran tentang variabel Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha. Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, karena data Pengetahuan Kewirausahaan dan Keterampilan

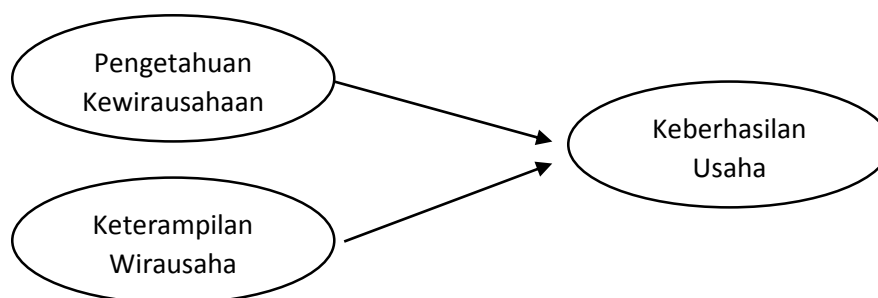
Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha yang diperoleh dari penelitian ini berupa data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan metode verifikatif adalah metode yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan statistik. objek Penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini adalah Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Keterampilan Wirausaha (X2) dan Keberhasilan Usaha, yang menjadi variabel terikat atau Y. Penelitian mengambil studi kasus pada sentra Wajit Cililin di Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat.

Hasil dari penelitian ini adalah pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Persamaan penelitian Risma Hanifah dengan penelitian ini adalah menggunakan pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel independen (X) dan sampel yang digunakan yaitu sama-sama wirausaha.

Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini akan menambahkan strategi kewirausahaan sebagai variabel independen (X), serta menggunakan survey terhadap responden di wilayah Bandung. Serta penelitian ini sampel yang digunakan adalah untuk wirausaha muslim.



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran Risma Hanifah (2017)

2.1.3 Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari (2014)

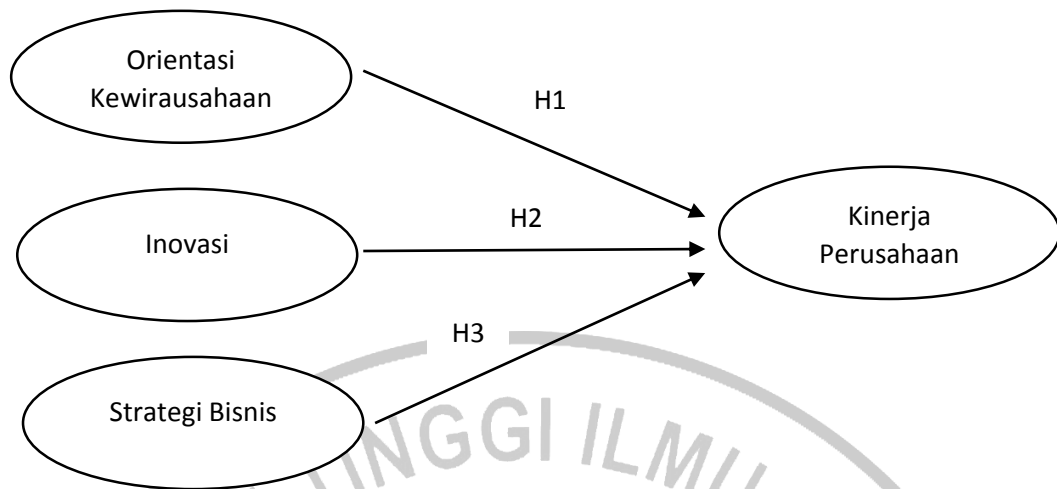
Peneliti ini mengambil topik tentang “Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang)”. Tujuan utama dari peneliti ini adalah Untuk mengetahui pengaruh langsung dari orientasi kewirausahaan kinerja perusahaan, mengetahui pengaruh langsung dari inovasi terhadap kinerja perusahaan, dan mengetahui pengaruh langsung dari strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM Sentra Di Kabupaten Malang, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebesar 82,394 UKM (pembulatan 100 UKM). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling, dengan teknik *Proportional Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel secara proporsional untuk masing-masing wilayah. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu pemilik atau manajer dari Usaha Kecil Menengah, dengan berdasarkan pada instrumen penelitian. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab

rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Regresi Berganda dengan menggunakan *software* SPSS versi 16. Regresi linier berganda bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara variabel tergantung (Y) terhadap variabel bebas (X1,X2,X3), untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi, strategi bisnis dan kinerja perusahaan. Variabel dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua, yaitu orientasi kewirausahaan (X1), inovasi (X2) dan Strategi Bisnis (X3), Kinerja Perusahaan (Y).

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, Koefisien pengaruh variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan adalah positif. Hasil ini memberi makna bahwa semakin baik indikator-indikator yang dimiliki oleh UKM Sentra maka pencapaian kinerja perusahaan juga akan semakin baik.

Persamaan penelitian Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari dengan penelitian ini adalah menggunakan strategi bisnis kewirausahaan sebagai variabel independen (X) , kinerja wirausaha (Y) dan sampel yang digunakan yaitu sama-sama wirausaha.

Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini akan menambahkan pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel independen (X), serta menggunakan survey terhadap responden di Kota Malang. Sedangkan penelitian ini sampel yang digunakan adalah untuk wirausaha muslim.



Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari (2014)



Tabel 2.1

PERSAMAAN DAN PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

Keterangan	Rahayu Puji Suci	Risma Hanifah	Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari	Peneliti
Variabel Bebas	Kompetensi Entrepreneur, strategi kewirausahaan dan modal sosial	Pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha	Orientasi Kewirausahaan, inovasi dan Strategi Bisnis	Pengetahuan kewirausahaan dan Strategi
Variabel Terikat	Kinerja Usaha	Keberhasilan Usaha Sentra Wajit Cililin	Kinerja Perusahaan	Kinerja Wirausaha Muslim
Populasi	Pengusaha bordir di Jawa Timur	Pengusaha wajit Cililin	UKM sentra di kabupaten Malang	Wirausaha muslim
Periode Penelitian	2009	2017	2014	2018
Teknis Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Non probability sampling</i>	<i>Proportional Random Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknis Analisis	<i>Structural Equation Modelling (SEM)</i>	Metode <i>sampling</i> jenuh	Metode <i>Probability Sampling</i>	Regresi Linier Berganda
Jenis Data	Data primer	Data primer	Data primer	Data primer
Metode	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner	Kuesioner
Hasil Penelitian	Kompetensi Entrepreneur, strategi kewirausahaan dan modal sosial berpengaruh positif terhadap kinerja usaha	Pengetahuan kewirausahaan dan keterampilan wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha	Orientasi kewirausahaan, Inovasi dan Strategi berpengaruh langsung dan positif terhadap Kinerja perusahaan.	-

Sumber : Rahayu Puji Suci (2009), Risma Hanifah (2014), Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari (2014)

2.2 Landasan Teori

Pada bagian ini akan membahas teori - teori yang mendasari dan mendukung penelitian. Penelitian ini akan menjelaskan secara sistematis dari Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Strategi Kewirausahaan terhadap Kinerja Wirausaha Muslim dan dapat diformulasikan hipotesis penelitian melalui kerangka pemikiran.

2.2.1 Pengetahuan Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Menurut Harvard's Theodore Levitt, kreativitas adalah berpikir sesuatu yang baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru. Para wirausahawan akan berhasil apabila berpikir dan melakukan sesuatu yang baru atau berbeda.

Menurut Kuntowicaksono dalam Apriliani (2015). Pengetahuan diperoleh melalui pengalaman, input informasi melalui panca indera, ingatan, dan menjadi proses terus menerus berjalan sepanjang hayat. Selanjutnya pengetahuan mempunyai tingkatan sebagai berikut :

1. Mengetahui (*know*)

Kemampuan untuk mengingat materi yang telah dipelajari dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang diterima.

2. Memahami (*comperhensip*)

Kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat mempresentasikan materi tersebut.

3. Mengaplikasi (*aplication*)

Kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi dan kondisi yang sebenarnya.

4. Menganalisis (*analysis*)

Kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek dalam suatu komponen-komponen dalam struktur organisasi dengan yang lainnya.

5. Mensintesis (*sinthesis*)

Kemampuan untuk menyusun formulasi baru dari formolasi yang ada.

6. Mengevaluasi (*evaluation*)

Kemampuan untuk melakukan penelitian terhadap materi atau suatu objek.

Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Risma Hanifah (2017), menurut D. Made Dharmawati (2016: 195) indikator yang digunakan untuk mengukur pengetahuan kewirausahaan adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan mengenal usaha yang akan dirintis dan pengetahuan akan lingkungan usaha disekitarnya yang akan mempengaruhi kegiatan wirausaha. Hal ini menyangkut seberapa paham seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya, seberapa besar pemahaman pengusaha mengenai faktor lingkungan eksternal dan internal dalam lingkungan usaha yang dibangun.
2. Pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab. Hal ini berkaitan dengan pemahaman pengusaha tentang pentingnya sebuah posisi jabatan dan apa saja

tugas yang termasuk dalam lingkup tanggung jawab seseorang dalam berwirausaha.

3. Pengetahuan tentang kepribadian dan kemampuan diri. Pengetahuan tentang mengenali karakteristik juga kemampuan yang ada pada diri sendiri maupun orang lain.
4. Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis yaitu pemahaman mengenai konsep dasar manajemen, manajemen secara fungsional, operasional dan organisasi bisnis yang dijalankan.

2.2.2 Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah ilmu yang mengatur hubungan antara perorangan dan organisasi. Antar organisasi dan dengan pihak-pihak yang bersangkutan atau berkepentingan (*stakeholder*) dan masyarakat luas.

Dalam transaksi jual beli memiliki beberapa etika yang harus diperhatikan oleh kedua pelaku transaksi, yaitu:

- a. Tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan
- b. Kejujuran
- c. Keadilan
- d. Amanah
- e. Tidak ada unsur penipuan

2.2.3 Strategi Kewirausahaan

Dalam suatu jenis usaha pasti memiliki strategi yang berbeda-beda. Pada dasarnya strategi ini sangat penting dalam suatu usaha yang akan dijalankan agar

tidak kalah saing dengan para pesaing. Dalam suatu strategi ini memiliki cara untuk menciptakan sebuah inovasi yaitu:

1. Menciptakan manfaat.
2. Meningkatkan nilai inovasi.
3. Beradaptasi dengan lingkungan sosial ekonomi pelanggan.
4. Menyajikan apa yang dianggap bernilai oleh pelanggan.

Pada umumnya, perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing secara unggul. Ada beberapa keputusan strategis yang diperlukan dalam kondisi pertumbuhan yaitu:

1. Perubahan produk barang dan jasa.
2. Strategi yang menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa, integrasi regional, atau ekspansi usaha.
3. Kemampuan untuk memperoleh modal investasi dalam rangka penelitian dan pengembangan.
4. Memiliki keterampilan yang unik untuk mengimplementasikan strategi.
5. Kemampuan untuk menopang keunggulan strategi perusahaan dan untuk memodifikasi strategi.
6. Interaksi perusahaan dengan masyarakat luas.

Strategi kewirausahaan mencakup strategi usaha baru maupun strategi pertumbuhan.

1. Strategi usaha baru, merupakan penciptaan kesempatan dari suatu usaha baru, meliputi:

- a. Sumberdaya sebagai sumber keunggulan kompetitif
 - b. Sumberdaya kewirausahaan
2. Strategi Pertumbuhan, strategi yang fokus pada kemana harus mencari kesempatan untuk berkembang dimana perusahaan mungkin telah mempunyai dasar untuk keunggulan kompetitif yang berkesinambungan. Strategi pertumbuhan ini meliputi:
- a. Strategi penetrasi
 - b. Strategi pengembangan pasar
 - c. Strategi pengembangan produk
 - d. Strategi diversifikasi

A. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut (Kotler and Amstrong 2012, 72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi *customer* dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. Umumnya peluang

pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif.

Menurut (Tjiptono dan Chandra, 2012) strategi pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum). Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses pengenalan produk kepada orang-orang yang dijadikan target pemasaran dan menawarkan pertukaran yang bernilai sesuai dengan manfaat yang diberikan oleh produk.

Strategi kewirausahaan dalam suatu perusahaan harus bersaing dengan menggunakan keputusan-keputusan strategis. Dalam melakukan strategi usahanya, wirausahawan biasanya menggunakan strategi sebagai berikut:

1. Berada pertama di pasar dengan produk dan jasa baru.
2. Posisikan produk dan jasa tersebut pada pasar segmen yang tidak terlayani.
3. Fokuskan barang dan jasa pada relung yang kecil, tetapi bisa bertahan.
4. Mengubah karakteristik produk, pasar, atau industri berbasis pada inovasi.

B. Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan hasil dari pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri, baik yang sudah ada maupun belum. Dari produk lama yang telah mencapai titik jenuh dipasaran, diperlukan sebuah inovasi untuk mengganti produk lama tersebut. Penggantian ini dapat berupa produk pengganti

yang secara total baru atau dengan perkembangan produk lama yang lebih modern dan *up to date*, sehingga dapat terus meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian produk tersebut.

Pengembangan produk sangat penting untuk keberlangsungan bisnis, terutama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Inovasi produk secara lebih baik dapat terlaksana dengan memahami praktik apa yang terbaik yang harus diadopsi untuk proses pengembangan produk, dan kemudian mengadopsi praktik-praktik ini untuk mengulangi kesuksesan dan proses *maturity* dari perusahaan-perusahaan yang memiliki performa terbaik. Semua perusahaan harus memperbaharui produk dan layanan mereka untuk bertahan hidup. Sebuah perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting:

1. Menciptakan nilai pelanggan "*customer value*" (atau pemasaran),
2. Inovasi. Inovasi produk dapat berasal dari keinginan konsumen akan suatu produk yang memenuhi kebutuhannya (*market pull*) atau juga bisa melalui suatu teknologi yang menciptakan atau mengembangkan produk baru yang kemudian diperkenalkan ke pasar (*technology push*). Inovasi produk menjadi tanggung jawab seluruh bagian dalam bisnis. Baik departemen pemasaran, operasional, keuangan, akuntansi, pembelian, semua merupakan bagian integral dari suatu organisasi untuk mengembangkan produk secara efektif dan efisien. Seluruh departemen ini memiliki peran dalam perwujudan suatu produk baru. Ide-ide baru dapat tercipta terutama dari kebutuhan konsumen yang tersampaikan kepada salah satu karyawan dalam perusahaan yang dapat mengembangkannya menjadi suatu nilai

tambah akan produk lama atau menjadi produk pengganti yang lebih diharapkan konsumen.

Inovasi produk dapat dikategorikan lebih ringkas dalam tiga kategori:

1. Perluasan Produk (*line extensions*)

Merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.

2. Peniruan Produk (*me-too products*)

Merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

3. Produk Baru (*new-to-the-world products*)

Merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

2.2.4 Peran dan Strategi Kewirausahaan

Peningkatan daya saing kewirausahaan perlu terus dikembangkan sejalan dengan perkembangan era globalisasi dan tuntutan dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah. Masalah krusial yang banyak dikeluhkan pelaku bisnis tanpa kecuali UKM adalah munculnya berbagai peraturan-peraturan baru, peraturan-peraturan ini kurang memberikan ruang bagi UKM untuk berkembang. Birokrasi administrasi yang berbelit dan tumpang tindih peraturan menjadi tantangan harus kita atasi ke depan. Pemerintah perlu melakukan revitalisasi arah kebijakan, strategi sampai kepada program-program pemberdayaan kewirausahaan. Arah kebijakan yang dapat ditempuh meliputi:

1. Mengembangkan kewirausahaan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan

daya saing. Sedangkan pengembangan kewirausahaan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

2. Memperkuat kelembagaan dengan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) dan berwawasan gender terutama untuk:

- a. Memperluas akses kepada sumber permodalan khususnya perbankan.
- b. Memperbaiki lingkungan usaha dan menyederhanakan prosedur perijinan.
- c. Memperluas dan meningkatkan kualitas institusi pendukung yang menjalankan fungsi intermediasi sebagai penyedia jasa pengembangan usaha, teknologi, manajemen, pemasaran dan informasi.

3. Memperluas basis dan kesempatan berusaha serta menumbuhkan wirausaha baru berkeunggulan untuk mendorong pertumbuhan, peningkatan ekspor dan penciptaan lapangan pekerjaan terutama dengan:

- a. Meningkatkan perpaduan antara tenaga kerja terdidik dan terampil dengan adopsi penerapan teknologi.
- b. Mengembangkan kewirausahaan melalui pendekatan klaster dan pengembangan produk unggulan dengan pendekatan *One Village One Product* (OVOP) di sector agribisnis dan agroindustri serta potensi lokal lainnya.

- c. Mengembangkan kewirausahaan untuk makin berperan dalam proses industrialisasi, perkuatan keterkaitan industri, percepatan pengalihan teknologi, dan peningkatan kualitas SDM.
 - d. Mengintegrasikan pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional, sesuai dengan karakteristik pengusaha dan potensi usaha unggulan di setiap daerah
4. Mengembangkan kewirausahaan untuk makin berperan sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar domestik yang semakin berdaya saing dengan produk impor, khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat banyak.

Untuk dapat memaksimalkan peran kewirausahaan dan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan kewirausahaan mengacu pada kondisi dan keadaan dalam perekonomian di masa yang akan datang, perlu diperhatikan beberapa kriteria kewirausahaan untuk dapat berhasil dan sukses seperti:

- a. Memiliki kreatifitas yang melahirkan inovasi, sehingga mampu menciptakan nilai tambah.
- b. Kemampuan melihat peluang usaha, mengetahui atau memahami sebelumnya tentang seluk beluk usaha yang akan dilaksanakan, pengetahuan tersebut didasarkan pada pengalaman dan kemampuan melihat peluang usaha yang didukung oleh ketersediaan sumberdaya dan pasar.
- c. Keberaniannya menanggung resiko kerugian yang memungkinkan mereka bisa memperkirakan jenis dan besar resiko yang akan timbul.

- d. Kemampuan manajerial yang menghasilkan efisiensi sumberdaya yang relatif, dalam hal perencanaan dan kemampuan dalam merencanakan kegiatan bisnisnya.

2.2.5 Strategi Pengembangan Kewirausahaan

Pengembangan kewirausahaan pada intinya ditujukan untuk mengejar pertumbuhan ekonomi yang tinggi, penyerapan tenaga kerja, peningkatan daya saing dan penanggulangan kemiskinan serta termasuk pengembangan usaha yang ramah terhadap lingkungan. Dalam strategi pengembangan kewirausahaan para wirausaha harus lebih giat melakukan langkah-langkah inovatif dan kreatif agar kesuksesan usaha dapat dicapai. Proses penerapan kemampuan berinovatif dan kreatif menurut Kuratko dalam (Tedjasutisna, 2001) ada 4 (empat) jenis :

1. Inovasi (penemuan)
2. Eksistensi (pengembangan/pelebaran)
3. Duplikasi (penggandaan)
4. Sintesis (kombinasi/formulasi baru)

Wirausaha dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif menjadikan para wirausaha siap menghadapi tantangan krisis ekonomi atau perekonomian di masa yang akan datang. Beberapa peran dan strategi kewirausahaan dalam mengatasi tantangan adalah:

1. Memiliki daya pikir kreatif yang meliputi:

- a. Selalu berpikir secara visionaries (melihat jauh ke depan) sehingga memiliki perencanaan tidak saja jangka pendek, namun bersifat jangka panjang (strategik).
 - b. Belajar dari pengalaman orang lain, kegagalan, dan dapat terbuka menerima kritik dan saran untuk masukan pengembangan usaha kewirausahaan.
2. Bertindak inovatif, yaitu:
- a. Selalu berusaha meningkatkan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas dalam setiap aspek kegiatan usaha.
 - b. Meningkatkan kewaspadaan dalam menghadapi persaingan bisnis.
3. Berani mengambil resiko dan menyesuaikan profil resiko serta mengetahui resiko dan manfaat dari suatu bisnis. Kewirausahaan harus memiliki manajemen resiko dalam segala aktivitas usahanya.

2.2.6 Kinerja Wirausaha

Perusahaan yang mampu melakukan identifikasi sumber daya berdasarkan kelemahan atau kekuatan yang dimiliki, mampu membuat skala prioritas dan memilih sumber daya mana yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan produktivitas dan efisiensi dalam rangka mencapai keberhasilan usaha. kinerja merupakan ukuran keberhasilan atau prestasi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang diukur tiap kurun waktu tertentu. Kinerja perusahaan adalah pencapaian usaha sebagaimana tujuan perusahaan tersebut didirikan yaitu mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya untuk dapat menopang pertumbuhan dan perkembangan.

Perusahaan yang mampu melakukan identifikasi sumber daya berdasarkan kelemahan atau kekuatan yang dimiliki, mampu membuat skala prioritas dan memilih sumber daya mana yang dapat dioptimalkan untuk menghasilkan produktivitas dan efisiensi dalam rangka mencapai keberhasilan usaha. Kinerja usaha dapat diartikan sebagai persepsi pemilik tentang kinerja bisnisnya dibandingkan dengan tujuan yang ingin dicapai. Kinerja usaha diukur dengan tiga indikator yakni pertumbuhan penjualan, pertumbuhan profit dan pertumbuhan modal (Lee dan Tsang dalam Sarwoko, 2013).

Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Kinerja usaha industri kecil dapat diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam pencapaian maksud atau tujuan yang diharapkan. Sebagai ukuran Kinerja Usaha dan Usaha suatu perusahaan dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti: kinerja keuangan dan image perusahaan.

Menurut Glancey dalam Sony Heru Priyanto (2009: 73) Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan pertumbuhan usaha.

Merujuk pada jurnal Rita Indah Mustikowati dan Irma Tysari, indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja adalah sebagai berikut:

1. Tingkat Penjualan.
2. Biaya penjualan.
3. Aset yang dimiliki.
4. Citra Merek dan Aset Tetap yang dimiliki oleh Perusahaan.

2.2.7 Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Wirausaha Muslim

Pengetahuan kewirausahaan dalam berwirausaha sangat banyak sekali macamnya. Seperti contoh, pengetahuan dalam memahami tingkat risiko bisnis, pengetahuan dalam menyusun laporan keuangan, pengetahuan dalam penggunaan sosial media. Semakin banyaknya tingkat pengetahuan seorang wirausaha maka semakin pula dapat mempengaruhi tingkat kinerja dalam memperoleh keuntungan dan keberhasilan dalam berwirausaha. Berdasarkan pada jurnal Risma Hanifa (2017) mengatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki hubungan yang rendah dengan keberhasilan usaha dikarenakan hubungan antara pengetahuan terhadap kinerja usahanya positif tetapi rendah. Menurut Harefa (2013:5) keberhasilan usaha dipengaruhi oleh karakteristik wirausahawan yaitu kecakapan pribadi dan kecakapan sosial. Kecakapan pribadi menyangkut kesadaran diri, pengaturan diri, dan motivasi.

2.2.8 Pengaruh Strategi Terhadap Kinerja Wirausaha Muslim

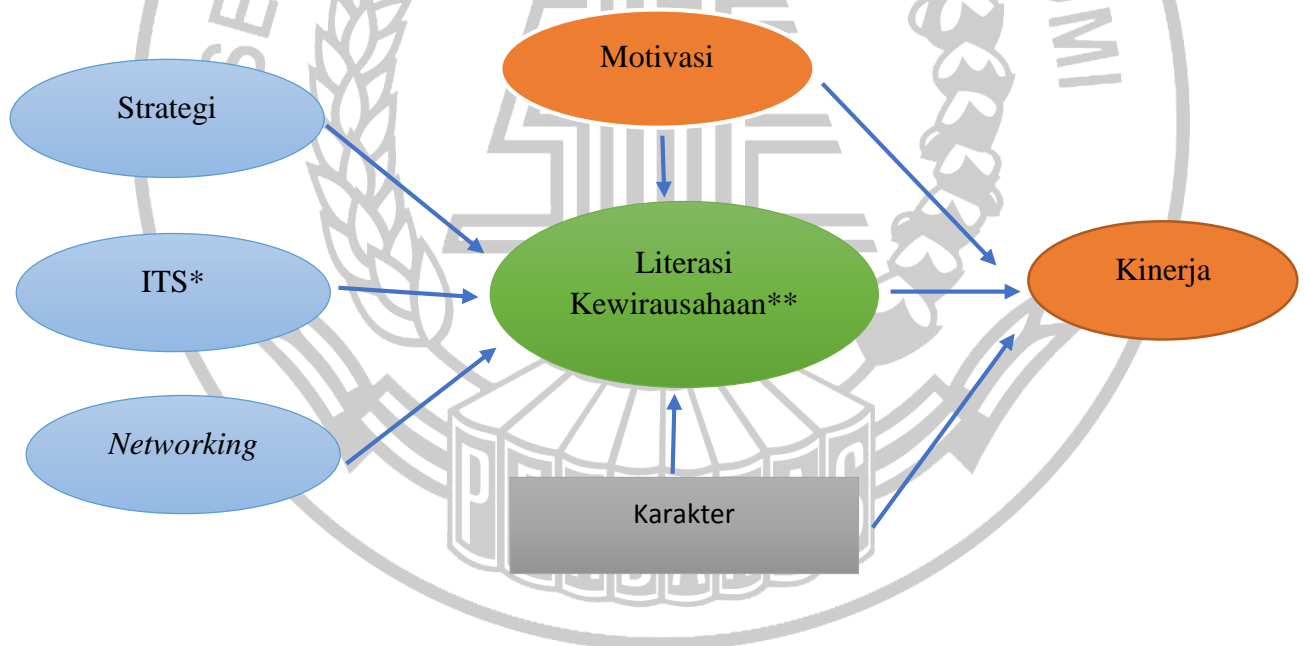
Dalam berwirausaha tentu memiliki strategi tersendiri. Ketika memulai usaha tentu ada modal yang harus dikeluarkan, untuk itu pengaruh dari seberapa besar strategi wirausaha yang dimiliki seseorang akan dapat mempengaruhi tingkat kinerja wirausaha Muslim. Strategi di dalam penelitian ini terbagi menjadi strategi inovasi atau strategi pemasaran atau bisnis. Sehingga, dorongan seseorang atas berwirausaha bisa melalui dorongan dari inovasi atau dorongan bisnis. Berdasarkan jurnal Rita Indah Mustikowati (2014) mengatakan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Strategi

bisnis akan semakin kuat apabila perusahaan menciptakan ide baru dan sangat diperlukan komitmen yang baik agar tidak terjadi penipuan atau perbuatan yang tercela.

2.3 Kerangka Pemikiran

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji kinerja variabel pengetahuan kewirausahaan dan strategi kewirausahaan apakah berpengaruh terhadap kinerja wirausaha pada wirausaha muslim.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kinerja wirausaha adalah Strategi Kewirausahaan yang berpengaruh positif terhadap kinerja wirausaha pada wirausaha muslim.



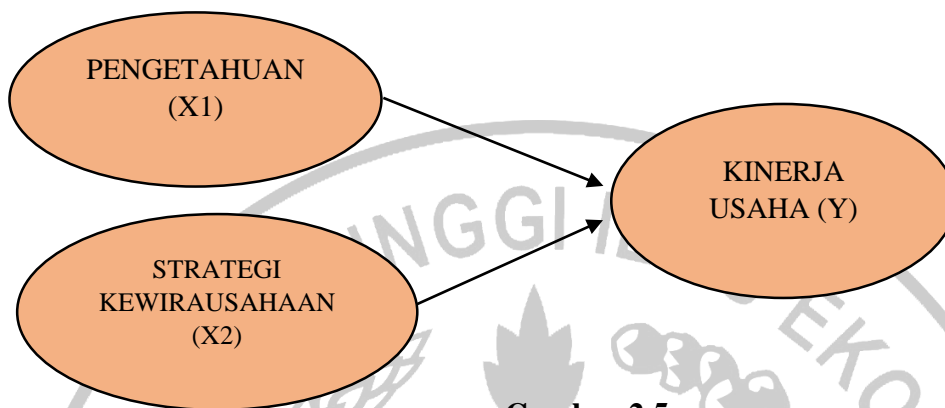
Gambar 2.4
Kerangka Pemikiran Kolaborasi

Keterangan :

ITS* = Implementasi transaksi syariah

** = Literasi kewirausahaan muslim sebagai *second order variable*

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kinerja adalah Pengetahuan Kewirausahaan dan Strategi yang berpengaruh positif terhadap kinerja wirausahawan muslim.



Gambar 2.5
Kerangka Pemikiran

Penjelasan:

1. Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh (+) terhadap kinerja usaha
2. Strategi Kewirausahaan berpengaruh (+) terhadap kinerja usaha

2.4 Hipotesis Penelitian

Pada sub ini akan menjelaskan hipotesis penelitian yang mengacu pada perumusan masalah dan tujuan penelitian.

H₁ : Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada wirausaha Muslim.

H₂ : Strategi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada wirausaha Muslim.