

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini semua hal bisa dilakukan menggunakan teknologi yang serba canggih. Hal – hal seperti aktivitas jual-beli pun bisa dilakukan secara digital, hal tersebut membuat perubahan yang besar dalam bidang ekonomi. Munculnya ekonomi digital yang membuat banyaknya perusahaan *start up* mulai bermunculan. Dalam perusahaan *start up* tersebut kita di hadapkan dalam situasi yang cukup berat karena akan terjadi nya kegagalan dengan presentasi yang cukup banyak mengingat pesaing di pasaran yang terus bermunculan (Zane & DeCarolis, 2016). Kesuksesan sebuah perusahaan *start up* sangat bergantung dari kesuksesan atau keberhasilan produk pertama mereka di pasaran (Song, Song, & Benedetto, 2010; Zhao, Libaers, & Song, 2015). Perusahaan harus berani dalam mengambil sebuah resiko untuk membuat *image* perusahaan yang baik lewat produk mereka.

Postur kewirausahaan atau orientasi kewirausahaan berperan penting dalam perusahaan yang dapat mengubah pola pikir dari sebuah tantangan menjadi sebuah peluang yang ada di masa depan dengan berinovasi dari tantangan tersebut, dan menunjukkan sikap yang proaktif strategis dari perusahaan di dalam mengubah tantangan tersebut (Covin & Lumpkin, 2011; Covin & Slevin, 1989; Matsuno, Mentzer, & Zsomer, 2002). Peran yang dinilai penting peran dari postur kewirausahaan atau orientasi kewirausahaan tantangan serta hambatan harus dilalui dan diterjang oleh perusahaan *start*

up demi kemajuan perusahaan serta *image* perusahaan lewat produk pertama mereka, karena dari kesuksesan produk pertama tersebut akan berdampak pada *image* perusahaan di pasar.

Perkembangan teknologi yang begitu pesatnya serta kita juga sudah memasuki era ekonomi digital, jumlah perusahaan *start up* yang ada di Indonesia dari hari ke hari semakin meningkat jumlahnya. Jumlah perusahaan startup yang terus meningkat membuat para perusahaan tersebut berlomba-lomba dalam membuat *image* baik dan kesuksesan produk mereka di dalam pasar. Hal tersebut akan berakibat keaneka ragaman produk yang telah ada di pasaran yang membuat para penikmat ekonomi digital kebingungan untuk memilih serta membandingkan mana yang lebih baik. Hal tersebut membuat perusahaan harus menggali serta mengeksplorasi kemampuan mereka guna memaksimalkan produk pertama mereka. Hal tersebut membuat perusahaan *start up* melakukan uji untuk melihat apakah produk mereka berhasil atau tidak (Ahmadi & O'Cass, 2018). Penelitian-penelitian yang telah di lakukan oleh beberapa ahli hasil dari hubungan antara entrepreneurial orientation dengan performance memiliki hubungan yang signifikan dan positif antar satu sama lain. Penelitian yang di lakukan oleh GS & Soemantri (2020) menyatakan bahwa entrepreneurial orientation memberikan efek yang signifikan kepada performance dengan hasil yang positif. Pada penelitian ini GS & Soemantri (2020) memberikan sebuah masukan atau saran terhadap peneliti selanjutnya dan mengapa alasan tersebut membuat saya selaku peneliti selanjutnya ingin mengambil variabel yang berkaitan dengan penelitian yang di lakukan oleh GS & Soemantri yaitu ingin membantu para start up kecil untuk bisa mengoptimalkan peranan entrepreneurial orientation dalam perusahaan mereka dan juga ingin meningkatkan market orientation

mereka yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan mereka dan bisa menjadi perusahaan yang maju ditingkat internasional.

Pada penelitian yang lain juga menunjukkan hubungan yang positif pada entrepreneurial orientation terhadap performance yang telah di mediasi oleh market orientation dan memiliki hasil yang signifikan dan berpengaruh terhadap satu sama lainnya (Vega-Vázquez, Cossó-Silva, & Revilla-Camacho, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Vega-Vázquez, Cossó-Silva, & Revilla-Camacho (2016) menyatakan bahwa hubungan antara entrepreneurial orientation dan performance yang di mediasi oleh market orientation memiliki efek yang signifikan namun tidak intens. Vega Vázquez, Cossó-Silva, & Revilla-Camacho (2016), menyebutkan bahwa agar hasil yang didapatkan bisa maksimal peneliti selanjutnya harus bisa mendapatkan informasi tidak dari satu orang saja yang ada dalam start up tersebut serta sampel harus bisa lebih banyak dan hasil lebih variatif serta maksimal. Selanjutnya, penelitian yang menyatakan bahwa hubungan entrepreneurial orientation dengan performance memiliki hubungan yang positif dan saling berpengaruh antar satu sama lainnya (Migliori, Pittino, Consorti, & Lucianetti, 2017). Tidak hanya hal tersebut saja, penelitian ini juga melihat hubungan antara entrepreneurial orientation dengan performance yang telah di mediasi oleh market orientation dengan hasil yang bahwa entrepreneurial orientation di terjemahkan menjadi kinerja oleh market orientation yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang diteliti oleh Migliori, Pittino, Consorti, & Lucianetti (2017). Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan dan saran dari penelitinya, hanya memiliki informasi terbatas tentang karakteristik lebih lanjut yang baik di tingkat kontekstual dan juga di tingkat organisasi dan tim dapat mempengaruhi hubungan entrepreneurial orientation dan

performance. Kemudian, saran yang di berikan dan menurut saya sebagai peneliti selanjutnya yang menarik serta membuat saya ingin meneliti hal ini adalah harus memperhatikan faktor lingkungan yang ada dalam perusahaan start up yang akan kita teliti serta dapat memperhatikan faktor multilevel dalam perusahaan dan harus hati-hati dalam meneliti serta menerjemahkan hubungan antar variabel tersebut.

Maka dari itu saya sangat tertarik tentang hal tersebut dan ingin meneliti dan melihat langsung hubungan antarvariabel serta menelitinya secara lebih detail dan dalam. Berbagai aspek yang akan mempengaruhi kinerja dari start up yang kan di temui dan di teliti hubungannya dengan variabel-variabel yang telah terpilih.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION* TERHADAP *PERFORMANCE* YANG DI MEDIASI OLEH *MARKETING CAPABILITY* PADA PERUSAHAAN *START UP*”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *entrepreneurial orientation* berpengaruh terhadap *marketing capability* ?
2. Apakah *entrepreneurial orientation* berpengaruh terhadap *performance* ?
3. Apakah *marketing capability* berpengaruh terhadap *performance* ?
4. Apakah *cross-functional collaboration* berpengaruh terhadap *performance* ?
5. Apakah *marketing capability* memediasi pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *performance*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas maka tujuan penelitian yang di harapkan adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *marketing capability*.
2. Menganalisis pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *performance*.
3. Menganalisis pengaruh *marketing capability* terhadap *performance*.
4. Menganalisis pengaruh *cross-functional collaboration* terhadap *performance*.
5. Menganalisis pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *performance* yang dimediasi oleh *marketing capability*

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat serta referensi untuk para peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan *performance* perusahaan *start up* atau penelitian sejenisnya.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan *start up*

Di harapkan dengan hasil dari penelitian ini dapat membantu para perusahaan *start up* yang sedang membuat atau merintis produknya dapat membantu untuk tahu apa saja yang harus di lakukan serta apa saja aspek – aspek yang perlu di perhatikan. Dengan adanya penelitian ini, dapat di harapkan untuk para perusahaan *start up* bisa berkembang serta berlomba – lomba dalam menginovasi produknya hingga sedemikian rupa agar persaingan di pasar ekonomi digital terus

ada agar membuat angka pertumbuhan ekonomi di Negara bisa terus berkembang pula.

2. Dari penelitian ini bisa di harapkan untuk memberikan manfaat bagi para perusahaan *start up* yang ada di Kota Solo dan sekitarnya agar dapat mengembangkan produk yang mereka design dan kembangkan.
3. Penelitian ini dapat menjadikan bahan untuk evaluasi bagi perusahaan *start up* yang ada di solo untuk dapat mengembangkan produk yang baik dan bisa melambungkan nama perusahaan *start up* yang ada di Kota Solo ke kancan nasional bahkan internasional.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi berfungsi sebagai sarana untuk mempermudah pembaca memahami penelitian ini. Penelitian ini dibagi menjadi lima bagian, yang tersusun sebagaimana berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab kedua dijelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, dan pemaparan kerangka pemikiran secara hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ketiga dijelaskan mengenai ruang lingkup penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi sampel, definisi operasional serta metode analisis data yang digunakan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat dijelaskan mengenai karakteristik responden, analisis data, serta pembahasan penelitian

BAB V PENUTUP

Pada bab kelima dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian ini, keterbatasan penelitian serta saran yang diberikan penulis.