

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Menurut Stephen P Robbins dan Marry Coulter (2018) mengatakan entrepreneurship atau kewirausahaan diartikan sebagai suatu proses yang harus oleh dilalui seorang individu ataupun kelompok yang menggunakan usaha atau bisnis serta media atau sarana yang terstruktur dan terorganisasi untuk mengejar peluang pasar dalam menciptakan suatu value yang dapat memenuhi kebutuhannya melalui produk atau layanan yang baru (Drucker, 2015). Menurut pakar Robert.D.Hisrich dalam (Suryana & Bayu, 2011), kewirausahaan adalah suatu proses menciptakan nilai yang belum pernah ada sebelumnya dengan menggunakan seluruh waktu dan tenaga untuk menghadapi segala risiko dalam prosesnya. Pengertian kewirausahaan di atas menekankan 4 hal yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha, yaitu:

- 1) Selalu akan ada yang namanya suatu proses penciptaan new value
- 2) Membutuhkan waktu yang penuh dan segala usaha untuk menjalankannya
- 3) Untuk menjadi seorang pengusaha, hal yang diutamakan untuk penghargaan terhadap diri sendiri adalah sebuah kebebasan.
- 4) Seorang entrepreneur akan terus berusaha untuk menciptakan suatu inovasi baru melalui tindakannya.

Tindakan bisnis ini akan selalu dikaitkan dengan perilaku dan sikap seseorang, dianggap sebagai bentuk respon seseorang terhadap pengambilan keputusan, dimana keputusan tersebut diambil berdasarkan pertimbangan pribadi terhadap peluang yang ada untuk memanfaatkannya (Rosmiati et al., 2015). Orang yang melakukan kegiatan usaha disebut pengusaha atau wiraswasta.

Seseorang yang memiliki suatu usaha dan melakukan kegiatan usaha disebut juga wirausaha. Konsep kewirausahaan diperkenalkan pada abad ke-18 di Perancis oleh seorang ekonom bernama Richard Cantillon. Dimana Richard Cantillon menghubungkan beban risiko yang ditanggung pemerintah dan pengusaha dalam mengelola perekonomian. Di Indonesia, kewirausahaan dikenal dengan semangat kewirausahaan yang dipopulerkan oleh Suparman Sumahamidjaya. Secara etimologis wirausaha berasal dari kata wira dan swasta. Pahlawan artinya pemberani, prinsipal, pemberani, mulia, teladan, perkasa atau pejuang. Privasi merupakan gabungan dari kata swa dan sta. Swa artinya sendiri dan sta artinya berdiri. Menurut Wasty Soemarno dalam buku Darajat & Sumiyati (2015), kewirausahaan adalah keberanian, kebajikan dan keberanian untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada dalam diri.

2.1.2 Teori *Entrepreneur Orientation*

Pada dasarnya, *entrepreneur orientation* adalah tentang bagaimana manajer berorientasi pada kewirausahaan. Menurut Miller (1983), *entrepreneur orientation* adalah cara untuk mengukur seberapa inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko seorang manajer dalam membuat keputusan strategis untuk perusahaan. Menurut Lumpkin & Dess (1996), *entrepreneur orientation* mencakup langkah-langkah, cara kerja, dan kegiatan pengambilan keputusan yang mendorong masuk ke pasar baru (produk baru), selain dari inovasi, proaktifitas, dan pengambilan risiko. Ini juga mencakup kecenderungan untuk bertindak mandiri dan bersaing secara agresif dengan pesaing.

Entrepreneurial Orientation adalah karakteristik yang mencakup kegiatan, praktik, dan proses yang mendorong sebuah perusahaan untuk menjadi lebih inovatif, mandiri, berani mengambil risiko, dan mengidentifikasi peluang pasar untuk meningkatkan kinerja operasional. Ini mendorong pengusaha untuk menjadi proaktif dalam menghadapi peluang baru, mengembangkan produk inovatif, dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan (Presutti & Odorici, 2019). Selain sebagai alat evaluasi bagi perusahaan, *entrepreneurial*

orientation juga berkaitan dengan keputusan dan tindakan yang diambil oleh pimpinan perusahaan dalam mengejar peluang dan menghadapi risiko.

Covin dan Miller (2014), menyatakan bahwa *entrepreneurial orientation* merupakan kerangka strategis yang digunakan untuk mengarahkan langkah-langkah dalam mengembangkan produk baru (Jiang et al., 2018). Martens et al. (2018), juga menegaskan bahwa *entrepreneurial orientation* adalah sebuah strategi yang terkait erat dengan kebijakan dan praktik dasar suatu organisasi atau perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing (Sabahi & Parast, 2020). Perusahaan yang mengadopsi *entrepreneurial orientation* biasanya memiliki struktur, proses, budaya yang mendukung inovasi, termasuk pengembangan ide baru (Kuratko et al., 2014).

Perusahaan besar sering kali memiliki *entrepreneurial orientation* yang kuat karena berbagai penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial orientation* menjadi dasar yang krusial bagi kesuksesan perusahaan. Dalam studi yang dilakukan oleh Gupta et al., ada beberapa aspek yang diidentifikasi, seperti:

1. *Risk Taking*

Risk Taking atau pengambilan risiko adalah langkah tegas yang diambil untuk mengeksplorasi hal-hal yang belum dikenal, menggunakan sumber daya besar, mengalokasikan dana besar untuk usaha baru, dan sebagainya. Menurut Koe (2016), yang menegaskan bahwa *risk taking* adalah aktivitas untuk memanfaatkan peluang dengan maksimal di masa depan dengan mengorbankan beberapa sumber daya di tengah ketidakpastian. Ini berkaitan dengan keinginan pengusaha untuk memanfaatkan peluang yang mungkin menguntungkan atau merugikan mereka. Pengambilan risiko ini penting dalam dunia bisnis agar perusahaan dapat berkembang, namun diperlukan pertimbangan yang matang agar langkah yang diambil tidak salah.

2. *Innovativeness*

Innovativeness merujuk pada kecenderungan untuk terlibat dalam kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk, layanan, dan

teknologi baru yang didasarkan pada riset dan pengembangan untuk menciptakan proses baru. Dengan kata lain, perusahaan atau pengusaha berusaha untuk menciptakan dan menemukan hal baru yang lebih baik, meninggalkan cara lama. Keinovatifan ini penting untuk mengembangkan proses baru dalam bisnis yang kemudian akan dipasarkan melalui produk atau layanan terbaru agar tetap relevan dan mempertahankan pelanggan.

Pendapat Bell (2019), juga mendukung hal ini yang menyatakan bahwa inovasi melibatkan berbagai aktivitas untuk menciptakan produk, layanan, atau teknologi baru dalam suatu perusahaan atau organisasi. Inovasi dan kewirausahaan saling terkait karena inovasi dapat membuka akses ke sumber daya baru yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang bagi perusahaan (Block et al., 2017).

3. *Proactiveness*

Proactiveness atau proaktivitas merujuk pada orientasi ke depan yang melibatkan perencanaan langkah-langkah dan mengambil inisiatif untuk mengantisipasi serta memanfaatkan peluang baru di pasar. Ini adalah aspek yang krusial dalam menjaga kelangsungan bisnis dan memastikan agar perusahaan tidak stagnan, tetapi terus memanfaatkan peluang yang muncul dengan memperkenalkan produk atau jasa baru kepada masyarakat.

Menurut Chen et al. (2012), *entrepreneur orientation* adalah cara efektif bagi perusahaan untuk menghadapi tekanan dan ancaman dari pesaing, yang dimana sangat penting dalam proses kewirausahaan untuk mengidentifikasi peluang, praktik inovasi, dan eksploitasi peluang. Wijaya & Dharmayanti (2016), berpendapat bahwa perusahaan dapat menggunakan orientasi kewirausahaan untuk memantau pasar dan lebih cerdas dalam mengidentifikasi kebutuhan pasar. Mereka juga dapat mendorong generasi ide-ide unik yang membantu pengembangan produk serta mendorong keberanian dalam pengambilan keputusan. Dari perspektif teoritis dan empiris, penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja perusahaan (Basco et al., 2020).

2.1.3 Entrepreneurial Readiness

Kesiapan berwirausaha mengacu pada keseluruhan kondisi seseorang yang menjadikannya atau dia siap memberikan respon atau jawaban dalam kegiatan wirausaha. Kondisi fisik, sikap mental, emosi, motivasi, tujuan, keterampilan, dan pengetahuan mempengaruhi respons tersebut. Kesiapan berwirausaha diartikan sebagai kondisi dimana individu mempunyai rasa memiliki siap dengan adanya kemampuan, kemauan dan keinginan dalam menghadapi berbagai situasi kewiraswastaan. Untuk itu kesiapan berwirausaha sangat diperlukan bagi individu untuk memulai bisnis. Melalui kesiapan berwirausaha maka akan terbentuk jiwa kewirausahaan seseorang tumbuh dan potensi seseorang pun akan berkembang. Faktor-faktor yang menyebabkan seseorang mempunyai kesiapan antara lain: kondisi yang dapat mempengaruhi seseorang, seperti kondisi fisik, mental dan emosi negara; adanya kebutuhan, motif dan tujuan yang ingin dicapai; dan keberadaan yang diperoleh keterampilan dan pengetahuan (Nurbaya, 2012). Motivasi seseorang tergantung pada motif yang ingin dicapai. Motif-motif tersebut akan mendorong penentuan perilaku dari setiap individu. Dorongan tersebut muncul karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi; ini akan mendorong individu untuk berusaha memenuhi kebutuhannya. Hal ini menunjukkan bahwa untuk mencapai bisnis yang diinginkan tujuan maka diperlukan motivasi yang tinggi.

Pola pikir berkembang menjadi landasan dalam berbagai hal, salah satunya adalah landasan untuk kewirausahaan. Keinginan untuk terus belajar, terus berusaha, pantang menyerah, menikmati tantangan dan menganggap kesuksesan orang lain sebagai inspirasi yang telah lama dikaitkan dengan wirausaha nampaknya bersinggungan erat dengan konsep pola pikir yang diperkenalkan oleh Carol Dweck (Dweck, 2015; Dweck, 2006) dalam (Mulyani et al., 2023). Menurut Aima, Suta, Carawangsa, & Ying, (2020); McGrath & MacMillan (2000) dalam (Mulyani et al., 2023), dari pola pikir wirausaha mampu membuat seorang wirausaha membaca peluang dengan baik. Pola pikir berkembang adalah konsep yang penting kewirausahaan, karena mendorong pembelajaran berkelanjutan, ketekunan, dan kemampuan membaca peluang. Hal

ini erat kaitannya dengan konsep pola pikir yang diperkenalkan oleh Carol Dweck, yang mendorong wirausaha untuk tetap termotivasi dan tidak menyerah dalam menghadapi tantangan.

Teori kesiapan kewirausahaan menyoroti pentingnya atribut kognitif individu dalam mempengaruhi keputusan dan tindakan dalam konteks kewirausahaan. Lau et al. (2012), menggambarkan kesiapan kewirausahaan sebagai kombinasi dari kemampuan dan kemauan individu untuk mengarahkan perilaku mereka ke arah penciptaan usaha. Mereka menekankan bahwa kesiapan kewirausahaan mencakup pengenalan dan evaluasi terhadap peluang kewirausahaan, serta keberanian untuk mengambil tindakan yang diperlukan. Menurut (Renko et al., 2012), kesiapan kewirausahaan dapat dijelaskan sebagai kemampuan dan kemauan individu untuk mengenali, mengevaluasi, dan mengambil tindakan terhadap peluang-peluang kewirausahaan yang ada. Dengan fokus pada aspek kognitif individu, teori ini memberikan wawasan tentang bagaimana persepsi, penilaian, dan keberanian individu mempengaruhi partisipasi mereka dalam aktivitas kewirausahaan.

Teori tentang *entrepreneurial readiness* menekankan bahwa individu yang siap secara kognitif untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan cenderung memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menanggapi peluang-peluang baru dengan cepat dan efektif. Hal ini sejalan dengan pandangan dari Ahlstrom & Bruton (2010), yang menekankan bahwa kesiapan kewirausahaan memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses inovasi dan penciptaan nilai. Mereka mengatakan bahwa individu yang memiliki kesiapan kewirausahaan yang tinggi cenderung untuk mengambil risiko dan mengejar peluang-peluang yang lebih besar dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Dengan demikian, teori tentang kesiapan berwirausaha tidak hanya relevan dalam konteks penciptaan usaha baru, tetapi juga dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan di dalam organisasi yang ada.

2.1.4 Risk Taking

Risk Taking adalah kemungkinan subjektif dari kegagalan sistematis, kerugian, atau kejadian alami yang merugikan dalam sebuah peristiwa saat ingin memulai suatu aktivitas atau pengalaman kerja. Resiko disebut sebagai disebut sebagai salah satu ciri kepribadian yang dapat mempengaruhi sikap terhadap kewirausahaan (Al-Mamary & Alshallaqi, 2022). *Risk taking* adalah keputusan untuk mengalokasikan sumber daya dan terlibat dalam aktivitas yang melibatkan potensi bahaya atau risiko dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (Zannah & Mahat, 2021b).

Risk taking atau pengambilan risiko adalah perilaku di mana seseorang atau organisasi melakukan tindakan atau membuat keputusan yang melibatkan ketidakpastian tentang hasilnya, dengan kesadaran bahwa hasil tersebut bisa jadi positif ataupun hasil negatif. Menurut Kahneman & Tversky' (1979), *risk taking* mencakup kemungkinan mengambil tindakan yang memiliki potensi hasil yang tidak pasti, baik dalam hal keuntungan maupun kerugian, dan dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap risiko dan imbalan yang terlibat.

Menurut Beebe (1983) dalam (Febri, 2022), *Risk Taking Behavior* adalah situasi dimana individu harus mengambil keputusan yang melibatkan berbagai pilihan dengan hasil yang tidak pasti dan ada kemungkinan terjadinya kesalahan. Menurut Gullone & Moore (2000) dalam (Jefry & Soelaiman, 2023), *Risk taking behavior* terbagi menjadi empat tipe aspek, yaitu:

1. Perilaku mencari tantangan (*Thrill seeking behavior*), yaitu perilaku yang dilakukan dengan meningkatkan kadar adrenalin di dalam tubuh yang masih bisa di terima secara sosial, contohnya olahraga yang ekstrem seperti arung jeram, panjat tebing, dan lain-lain.
2. Perilaku berbahaya (*Reckless behavior*), yaitu perilaku yang mencari tantangan tapi memiliki tingkat risiko yang lebih tinggi karena konsekuensinya bisa dianggap negatif ataupun berbahaya bagi masyarakat sekitar, contohnya seperti mabuk saat berkendara, balapan liar, berkendara tanpa menggunakan helm, dan lain-lain.

3. Perilaku memberontak (*Rebellious behavior*), yaitu perilaku yang mencari tantangan dengan melanggar peraturan yang ada di masyarakat, biasanya sering terjadi di kalangan remaja, seperti minum alkohol, merokok, berkelahi, bolos, dan lain-lain.
4. Perilaku anti sosial (*Antisocial behavior*), yaitu perilaku yang mempunyai dampak negatif paling kecil, namun sama-sama tidak disukai, baik pada kalangan orang dewasa atau kalangan remaja. Contoh dari perilaku anti sosial ini adalah serakah, berlaku curang, menghina orang lain, dan lain-lain.

Penelitian dilakukan oleh Shepherd & Patzelt (2018), yang menggarisbawahi pentingnya pengambilan risiko dalam persiapan untuk menjadi seorang wirausaha. Mereka menyoroti bahwa orang yang siap untuk berwirausaha biasanya lebih terbiasa dengan risiko. Dalam pandangan mereka, kesiapan berwirausaha bisa mempengaruhi cara seseorang melihat risiko dan seberapa besar kemungkinan mereka untuk mengambil risiko dalam memulai atau mengembangkan usaha baru. Pengambilan risiko memiliki hubungan yang kompleks dengan persiapan untuk berwirausaha.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Zannah & Mahat (2021) yang menggambarkan *risk taking* sebagai sebuah tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Maka, dapat disimpulkan bahwa tindakan yang dilakukan ini bisa saja menguntungkan atau merugikan seseorang. Pengambilan sebuah keputusan harus dipikirkan secara baik-baik agar tidak menimbulkan risiko yang bisa merugikan orang lain.

2.1.5 Innovation

Inovasi merupakan konsep yang kompleks dan penting dalam sebuah pembangunan dan kemajuan pada berbagai bidang. Menurut West & Bogers (2013), inovasi dapat didefinisikan sebagai proses yang melibatkan penciptaan dan penerapan ide baru atau modifikasi terhadap ide yang sudah ada untuk menciptakan nilai yang baru atau meningkatkan nilai yang sudah ada. Sementara itu, menurut Dodgson & Rothwell (1995), inovasi adalah pengembangan dan penerapan produk, layanan, atau proses baru atau yang telah ditingkatkan, yang memberikan nilai tambah bagi pengguna atau pemiliknya. Definisi ini

menunjukkan bahwa pentingnya inovasi dalam menciptakan nilai yang signifikan bagi suatu individu, organisasi, ataupun masyarakat secara keseluruhan.

Innovation merupakan sebuah konsep yang bisa menjadi pusat perhatian dalam dunia bisnis dan perkembangan teknologi. Menurut Chesbrough (2020), *innovation* bisa dilihat sebagai proses di mana ide-ide baru dikembangkan, diuji, dan diimplementasikan untuk menciptakan nilai yang signifikan bagi pelanggan, perusahaan, dan masyarakat secara luas. Definisi ini menekankan pentingnya kolaborasi dan keterbukaan dalam proses inovasi, dengan melibatkan pihak eksternal seperti konsumen, mitra industry, dan komunitas ilmiah. Selain itu, menurut Tidd & Bessant (2018), inovasi adalah proses yang melibatkan penemuan, pembangunan, dan penyebaran ide-ide baru, produk, atau layanan yang menghasilkan nilai baru atau meningkatkan nilai yang sudah ada bagi pemangku kepentingan terkait. Definisi ini menekankan pentingnya siklus hidup inovasi yang bisa melibatkan tahap penciptaan, pengembangan, dan pengadopsian ide-ide baru untuk merespons tantangan dan peluang yang dihadapi oleh individu dan organisasi.

Inovation adalah gagasan, alat, atau produk baru yang belum pernah ada sebelumnya, yang diharapkan dapat menarik dan bermanfaat (Widianti, 2016). Orang yang terus-menerus berinovasi disebut inovatif, dan pelaku inovasi disebut innovator. Di era globalisasi ini, para wirausahawan dituntut untuk terus berinovasi agar dapat menghasilkan produk atau jasa yang unik, lebih efisien, dan lebih baik dari sebelumnya, sehingga usahanya dapat bertahan lama. Tanpa inovasi, produk akan terasa monoton dan tidak mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif, yang bisa mengakibatkan penurunan minat konsumen dan pendapatan perusahaan.

Inovation dapat diartikan sebagai penciptaan dan komersialisasi produk, proses, atau layanan baru oleh perusahaan (Hutabarat et al., 2022). Umumnya, inovasi berkisar dari perbaikan kecil hingga penemuan besar yang benar-benar baru di pasar. Sering kali, orang menganggap inovasi sama dengan kegiatan

penelitian dan pengembangan, namun pandangan ini terlalu sempit. Hal ini khususnya berlaku untuk perusahaan kecil atau mereka yang bergerak di sektor yang kurang bergantung pada penelitian dan pengembangan. Shane, (2003) dalam Hutabarat et al. (2022) berpendapat bahwa, pengembangan produk pada perusahaan kecil dan menengah seringkali sangat terintegrasi dengan operasi bisnis keseluruhan dan biasanya tidak terorganisir secara formal dalam struktur perusahaan, seperti tidak adanya departemen *research and development* (R&D) yang resmi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang diungkapkan oleh , yang mengemukakan bahwa *innovation* merupakan sebuah tindakan yang dilakukan untuk menciptakan atau menerapkan sebuah ide baru maupun memodifikasi ide yang sudah ada untuk menciptakan nilai yang baru. Dalam memberikan inovasi sudah seharusnya memiliki kekreatifan. Tingkat kekreatifan yang tinggi, seseorang menjadi bisa melihat sebuah situasi dari berbagai sudut pandang yang berbeda-beda, serta bisa menghasilkan ide-ide baru yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya.

2.1.6 Proactive

Menurut Bateman & Crant (1993) dalam (Siwi Agustina & Rizky Muhammad, 2019), *proactive personality* dapat didefinisikan sebagai kecenderungan yang konsisten untuk mempengaruhi perubahan lingkungan. Individu yang memiliki karakteristik *proactive* ini cenderung dapat mengidentifikasi peluang, memiliki inisiatif yang tinggi, dapat mengambil tindakan, dan dapat bertahan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Mahasiswa yang memiliki kepribadian proaktif ini cenderung lebih mampu menangkap dan mengelola peluang daripada mahasiswa yang tidak memiliki kepribadian proaktif (Lestari et al., 2021).

Menurut Crant (2000), yang mengemukakan bahwa *proactive personality* merupakan seorang individu yang aktif mengambil langkah untuk memperbaiki keadaan yang sedang terjadi saat ini atau menciptakan hal yang baru. Hal ini melibatkan tindakan yang menantang kondisi yang sudah ada secara

umum, daripada hanya secara pasif menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada (Siwi Agustina & Rizky Muhammad, 2019).

Menurut Lawan dan Fahrul (2015) dalam (Adeniyi et al., 2024), *proactivity* merupakan proses memproyeksikan atau mengantisipasi, dan merespons tuntutan masa depan. *Proactivity* mengacu pada langkah yang progresif dan persepsi pencarian peluang yang berujung dengan pengenalan produk dan layanan baru lebih awal dari pesaing atau competitor. Langkah ini diharapkan bisa menciptakan perubahan dalam lingkungan bisnis di kebutuhan masa depan (Adeniyi et al., 2024).

Menurut Zannah & Mahat (2021), *proactive* merupakan sebuah proses di mana perusahaan memproduksi produk untuk mengantisipasi permintaan di masa depan oleh pelanggannya di depan pesaingnya di pasar. Cho & Lee (2018) berpendapat bahwa *proactiveness* adalah kemampuan mengambil keputusan strategis ke arah yang progresif untuk menguasai pasar dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar serta mengenali perubahan pasar lebih awal dari pesaing.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Cho & Lee (2018), yang menjelaskan bahwa *proactiveness* merupakan sebuah tindakan dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan peluang pasar agar bisa maju selangkah lebih cepat dari pesaing atau competitor. Seseorang perlu mempunyai karakteristik proaktif agar dapat lebih siap untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam menghadapi perubahan pada lingkungan bisnis secara progresif dan juga inovatif.

2.1.7 Gender

Menurut Hafidz (1995:5), *gender* adalah cara masyarakat untuk menentukan dan mengatur peran serta perilaku yang dianggap cocok untuk laki-laki dan Perempuan (Wiasti, 2017). Menurut Buddi (2000), *gender* berkaitan dengan cara masyarakat membagi peran, posisi, dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan sesuai dengan pandangan mereka tentang karakteristik yang

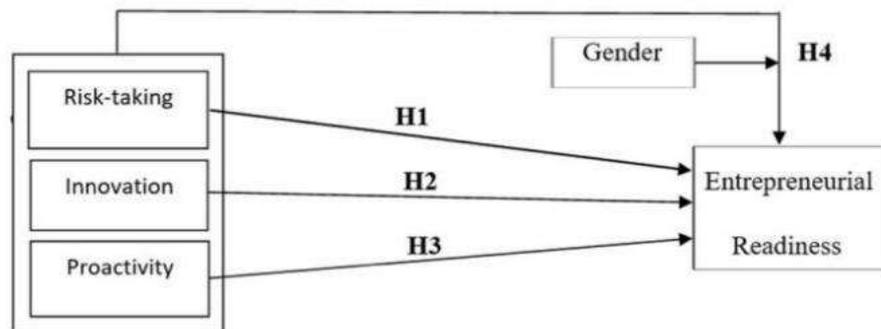
dianggap cocok untuk masing-masing *gender* berdasarkan aturan, kebiasaan, dan kepercayaan yang berlaku dalam kehidupan masyarakat (Wiasti, 2017).

Ketidakadilan gender adalah suatu sistem dan struktur yang menempatkan laki-laki maupun perempuan sebagai korban dari sistem tersebut (Sasongko, 2009). Ketidakadilan gender terdapat dalam berbagai wilayah kehidupan, yaitu dalam wilayah negara, masyarakat, organisasi atau tempat kerja, keluarga dan diri sendiri.

Menurut Sasongko (2009) bentuk-bentuk ketidak-adilan akibat diskriminasi gender antara lain sebagai berikut:

1. Marginalisasi (peminggiran/pemiskinan) adalah suatu keadaan di mana satu jenis kelamin dijauhkan dari pekerjaan atau aktivitas utama yang bisa menyebabkan kemiskinan. Sebagai contoh, ketika teknologi berkembang, banyak pekerjaan yang biasa dilakukan oleh perempuan secara manual kini dilakukan oleh mesin. Pekerjaan mesin ini umumnya dikerjakan oleh laki-laki, sehingga perempuan terpinggirkan dari kesempatan kerja tersebut.
2. Subordinasi pada dasarnya adalah keyakinan bahwa salah satu jenis kelamin dianggap lebih penting atau lebih utama dibanding jenis kelamin lainnya. Ada pandangan yang menempatkan kedudukan perempuan lebih rendah daripada laki-laki.
3. Stereotype merupakan pelabelan atau penandaan yang sering kali bersifat negatif secara umum selalu melahirkan ketidak-adilan pada salah satu jenis kelamin tertentu.
4. Kekerasan (violence), artinya suatu serangan fisik maupun serangan non fisik yang dialami perempuan maupun laki-laki sehingga yang mengalami akan terusik batinnya.
5. Beban kerja (double burden), yaitu sebagai suatu bentuk diskriminasi dan ketidak-adilan gender dimana beberapa beban kegiatan diemban lebih banyak oleh salah satu jenis kelamin.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Sumber: (Adeniyi et al., 2024)

Model penelitian yang digunakan oleh peneliti diadopsi dari jurnal yang disusun oleh Adeniyi et al. (2024) sebagai jurnal utama yang dijadikan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti topik yang berjudul “Pengaruh *Risk Taking*, *Innovation*, *Proactive*, dan *Gender* sebagai Variabel *Control* Terhadap *Entrepreneurial Readiness* pada Generasi Z di Kota Jambi” dengan menggunakan teori *Entrepreneur Orientation* yang dikemukakan oleh Miller (1983). Berdasarkan model penelitian diatas, berikut ini merupakan beberapa hipotesis sebagai pernyataan sementara, yaitu:

H₁: *Risk Taking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Readiness*

H₂: *Innovation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Readiness*

H₃: *Proactive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Readiness*

H₄: *Gender* mengontrol hubungan antara IEO terhadap *Entrepreneurial Readiness*

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Risk Taking* terhadap *Entrepreneurial Readiness*

Pengambilan risiko dapat mempengaruhi kesiapan seseorang dalam berwirausaha. Pengusaha seringkali menghadapi berbagai risiko, seperti risiko

persaingan, risiko kredibilitas, risiko keuangan, risiko pasar, dan risiko teknologi, yang dimana mengharuskan mereka untuk mengambil risiko yang terhitung dan memanfaatkan peluang yang mungkin tidak diambil oleh orang lain (Wharton Online, 2020). Menurut Braum et al. (2023), ditemukan hasil bahwa *risk taking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial readiness*. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa seseorang yang berani dalam mengambil risiko cenderung lebih siap dalam berwirausaha.

Penelitian berikutnya juga dilakukan oleh Ng et al. (2023), yang menemukan bahwa *risk taking attitude* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesiapan berwirausaha di kalangan mahasiswa. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa seorang mahasiswa yang berani dalam mengambil risiko memiliki kesempatan lebih tinggi untuk berhasil menjadi wirausahawan karena seseorang yang berwirausaha akan mengambil resiko berdasarkan perhitungan. Mujahid et al. (2020) melakukan sebuah penelitian yang juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *risk taking* terhadap kemauan seseorang dalam berwirausaha. Dalam jurnal tersebut juga dikatakan bahwa pengambilan resiko merupakan salah satu faktor penting untuk mendorong para anak muda untuk mulai berwirausaha. Berdasarkan uraian diatas, maka usulan hipotesis penelitian yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H₁: *Risk Taking* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Readiness*.

2.3.2 Pengaruh *Innovative* terhadap *Entrepreneurial Readiness*

Inovasi terbukti dapat mempengaruhi kesiapan seseorang dalam berwirausaha. Seseorang yang inovatif merupakan aspek yang penting dalam kesiapan untuk berwirausaha karena seseorang yang inovatif cenderung dapat mengenali peluang dan lebih mudah beradaptasi dengan situasi baru (Schillo et al., 2016). Menurut Braum et al. (2023), yang mengemukakan bahwa *innovative* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial readiness*. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa *innovative* terbukti memiliki hubungan yang

relevan dengan *entrepreneurship*. Kemudian penelitian selanjutnya dilakukan oleh Olugbola (2017), yang juga mengemukakan bahwa *innovative ideas* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial readiness*. Dalam jurnal tersebut dikemukakan bahwa *innovative* yang termasuk ke dalam *opportunity identification* merupakan komponen dari proses dalam memulai sebuah usaha baru.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Adeniyi et al. (2024), yang hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa *innovative* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial readiness*. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa keterampilan inovatif merupakan sebuah langkah yang penting dalam pengambilan keputusan bisnis proses. Ng et al. (2023) melakukan penelitian yang hasilnya juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *innovativeness behavior* terhadap *entrepreneurial readiness* pada mahasiswa. Pada jurnal tersebut juga dikemukakan bahwa *innovativeness behavior* merupakan faktor yang paling berpengaruh dan berkontribusi paling tinggi terhadap kesiapan berwirausaha pada kalangan mahasiswa. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis penelitian yang diusulkan adalah sebagai berikut:

H₂: Innovation memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Entrepreneurial Readiness.

2.3.3 Pengaruh Proactive terhadap Entrepreneurial Readiness

Proaktif terbukti dapat mempengaruhi seseorang dalam kesiapan untuk berwirausaha. Menurut Chandler & Hanks (1994) dalam (Álvarez et al., 2008), kesiapan dalam berwirausaha melibatkan kemampuan individu untuk menangkap inovasi potensial dan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis. Seseorang yang memiliki sifat proaktif cenderung mengenali peluang dan lebih mudah beradaptasi dengan situasi baru. Menurut Braum et al. (2023), menunjukkan bahwa *proactive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial readiness*. Dalam jurnal tersebut dikatakan bahwa seseorang yang mempunyai sifat proaktif cenderung mengumpulkan sumber daya, menggerakkannya saat

dibutuhkan, serta menggunakan strategi yang telah dirancang untuk mencegah penurunan sumber daya.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Adeniyi et al. (2024), yang mengemukakan bahwa *proactive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial readiness*. Dalam jurnal penelitian tersebut dikemukakan bahwa IEO *proactive* menunjukkan korelasi yang paling kuat dengan *entrepreneurial readiness*. Sebuah penelitian juga dilakukan oleh Hu et al. (2023), yang mengemukakan bahwa *proactive personality* memiliki hubungan positif terhadap minat untuk berwirausaha. Dalam jurnal tersebut juga dikatakan bahwa seseorang yang mempunyai kepribadian proaktif cenderung mengambil tindakan untuk mengidentifikasi peluang-peluang dengan baik. Penelitian lain juga dilakukan oleh Luo et al. (2022) yang juga menunjukkan bahwa *proactive personality* mempunyai hubungan yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil uraian diatas, maka usulah hipotesis penelitian yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H₃: *Proactive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Entrepreneurial Readiness*

2.3.4 Pengaruh *Gender* terhadap *Entrepreneurial Readiness*

Gender terbukti mempengaruhi seseorang dalam kesiapan untuk berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Staniewski & Szopiński (2015), menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *gender* terhadap kesiapan seseorang dalam memulai sebuah bisnis. Dalam penelitian tersebut, dikatakan bahwa lebih banyak pria yang berencana untuk memulai sebuah bisnis dari pada wanita. Penelitian lain juga dilakukan oleh Ujunwa et al. (2020), yang menyatakan bahwa jenis kelamin dan pengalaman kewirausahaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Sanur et al. (2013), juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *gender* dengan minat untuk berwirausaha. Dalam penelitian ini, digunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dijadikan

sebagai faktor-faktor untuk mengetahui perbedaan *gender* dalam minat untuk berwirausaha. Penelitian ini juga mengemukakan bahwa pria cenderung lebih memilih kewirausahaan sebagai cara untuk maju dan melihat keterbatasan finansial dan kreativitas sebagai hal penting dalam memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha. Penelitian berikutnya juga dilakukan oleh Goktan dan Gupta (2015), yang mengemukakan bahwa laki-laki lebih berkaitan erat dengan IEO daripada perempuan. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa laki-laki lebih siap untuk berwirausaha daripada perempuan. Berdasarkan hasil penjelasan diatas, maka hipotesis penelitian yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

H4: *Gender* mengontrol hubungan antara IEO terhadap *Entrepreneurial Readiness*

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	Adeshina Olushola Adeniyi, Vangeli Gamede, Evelyn Derera (2024)	<i>Humanities & Social Sciences Communications</i>	<i>Individual entrepreneurial orientation for entrepreneurial readiness</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa IEO <i>risk taking</i> menunjukkan hubungan yang tidak signifikan dengan <i>entrepreneurial readiness</i> , sementara IEO <i>innovation</i> dan IEO <i>proactivity</i> menunjukkan hubungan yang signifikan dengan <i>entrepreneurial readiness</i> . Dalam penelitian ini, juga ditemukan bahwa tidak ada perbedaan <i>gender</i> dalam <i>entrepreneurial</i>

				<i>readiness</i> yang dipengaruhi oleh IEO dalam memulai suatu bisnis.
2	Loreni Maria dos Santos Braum, Luis Eduardo Brandão Paiva, Vânia Maria Jorge Nassif, Julio Araujo Carneiro da Cunha (2023)	<i>Cadernos EBAPE BR</i>	<i>Propensity to entrepreneurship and its antecedents: development and validation of a measurement scale</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa <i>risk taking</i> , <i>innovative</i> , dan <i>proactive</i> memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial readiness</i> .
3	Eng Hui Ng, Muhammad Adha Ismail, Nabilah Abdul Rahman, Murugan Thangiah (2023)	<i>School of Liberal Arts and Sciences</i>	<i>Investigating Traits Towards Readiness in Entrepreneurship Among University Students</i>	Berdasarkan hasil penelitian, dikemukakan bahwa <i>risk-taking attitude</i> , <i>innovativeness behavior</i> memiliki hubungan yang signifikan terhadap kesiapan mahasiswa dalam berwirausaha.
4	Muhammad Saeed Mujahid, Navaz Naghavi, Muhammad Shujaat Mubarik (2020)	<i>Research Gate</i>	<i>Developing entrepreneurial intentions: what matters?</i>	Hasil penelitian yang ditemukan bahwa <i>risk intentions</i> mempunyai pengaruh yang positif terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
5	R. Sandra Schillo, Ajax Persaud, Meng Jin (2016)	Springer	<i>Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship</i>	Berdasarkan hasil penelitian, dikemukakan bahwa seseorang yang inovatif cenderung dapat mengenali peluang dan lebih mudah

				beradaptasi dengan situasi baru.
6	Seun Azeez Olugbola (2017)	<i>Journal of Innovation & Knowledge. Published by Elsevier Espana, S.L.U</i>	<i>Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa <i>innovative</i> memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap <i>entrepreneurship</i>
7	Ricardo D. Álvarez (2008)	<i>Escuela de Negocios // CESUN-Universidad</i>	<i>Entrepreneurship Readiness and New Ventures Development: Issues and Implications Of Entrepreneurial Education in Mexican Universities</i>	Dalam penelitian tersebut, dikatakan <i>entrepreneurial readiness</i> melibatkan kemampuan individu untuk menangkap inovasi potensial dan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis
8	Rui Hu, Zuxian Shen, Tae-Wong Kang, Li Wang, Peng Bin, Shan Sun (2023)	<i>Original research</i>	<i>Entrepreneurial Passion Matters: The Relationship Between Proactive Personality and Entrepreneurial Intention</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan <i>proactive personality</i> memiliki hubungan positif terhadap minat dalam berwirausaha.
9	Ya-Fei Luo, Jianhao Huang, Sunyu Gao (2022)	<i>Frontiers in Psychology</i>	<i>Relationship Between Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions in College Students: Mediation Effects of Social Capital and Human Capital</i>	Berdasarkan hasil penelitian, dikemukakan bahwa <i>proactive personality</i> memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha.

10	Marcin Staniewski, Tomasz Szopinski (2015)	<i>Taylor & Francis</i>	<i>Student readiness to start their own business</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan pengaruh yang signifikan antara <i>gender</i> terhadap <i>entrepreneurial readiness</i> .
11	Doris Ujunwa Melugbo, Maryann Uche Ogbuakanne, John Oluwaseyi Jemisenia (2020)	<i>Ianna Journal of Interdisciplinary Studies</i>	<i>Entrepreneurial potential self-assessment in times of COVID-19: Assessing readiness, engagement, motivations and limitations among young adults in Nigeria</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa jenis kelamin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesiapan dalam berwirausaha.
12	Endi Sarwoko, Iva Nurdiana (2013)	<i>International Conference on Entrepreneurs hip and Business Management</i>	<i>Gender Differences in Entrepreneurial Intentions</i>	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara <i>gender</i> terhadap minat untuk berwirausaha.

