

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Pasar terhadap Kinerja Usaha Cafe di Kota Langsa

Ryandi Rivanda¹, Iskandar², Mutia Sumarni³

¹IAIN Langsa, linglingzei@gmail.com

²IAIN Langsa, dr.iskandar@febi.iainlangsa.ac.id

³IAIN Langsa, meutiasumarni@gmail.com

ABSTRACT

The development of a Kafe business is inseparable from the existence of consumers who still want to visit it. This gives enthusiasm for those who have an entrepreneurial orientation to become entrepreneurs in the Kafe business. This research was conducted with the aim to determine the effect of entrepreneurial orientation and market orientation on the business performance of Kafe in Langsa City. This study uses primary data with a sample size of 103 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression equation, the coefficient of determination (R^2) and hypothesis testing using the t test and F test. The results obtained $Y = 2.198 + 0.239X_1 + 0.478X_2$. These results indicate that the Kafe business performance is 2.198 before being influenced by entrepreneurial orientation and market orientation, while the regression coefficient of entrepreneurial orientation and market orientation has a positive and unidirectional influence on the performance of Kafe businesses in Langsa City. The coefficient of determination test results of 50.4%, the entrepreneurial orientation and market orientation variables can explain the cafe business performance variables. The results of the entrepreneurial orientation t test, $t_{count} > t_{table}$ ($5.707 > 1.983$) and the t_{sig} value $< \alpha$ 5% ($0.00 < 0.05$), market orientation $t_{count} > t_{table}$ ($5.220 > 1.983$) and the t_{sig} value $< \alpha$ 5% ($0.000 < 0.05$), it can be stated partially that entrepreneurial orientation and market orientation have a significant effect on business performance. Thus the results of the F test, $F_{count} > F_{table}$ ($50.746 > 3.09$) and the F_{sig} value $< \alpha$ 5% ($0.000 < 0.05$), it can be stated that simultaneously entrepreneurial orientation and market orientation have a significant effect on business performance.

Keywords: Business Performance, Entrepreneurship Orientation and Market Orientation

ABSTRAK

Perkembangan usaha Kafe tidak terlepas dari adanya konsumen yang tetap mau mengunjunginya. Hal ini memberikan semangat bagi mereka yang memiliki orientasi wirausaha untuk berwirausaha dalam bidang usaha Kafe. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha Kafe di Kota Langsa. Penelitian ini menggunakan data primer dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 103 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah persamaan regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F . Hasil penelitian diperoleh $Y = 2,198 + 0,239X_1 + 0,478X_2$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kinerja usaha Kafe sebesar 2,198 sebelum dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, sementara koefisien regresi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memberikan pengaruh positif dan searah terhadap kinerja usaha Kafe di Kota Langsa. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 50,4% variabel

orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dapat menjelaskan variabel kinerja usaha cafe. Hasil uji t orientasi kewirausahaan, $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,707 > 1,983$) dan nilai $t_{sig} < \alpha 5\%$ ($0,00 < 0,05$), orientasi pasar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,220 > 1,983$) dan nilai $t_{sig} < \alpha 5\%$ ($0,000 < 0,05$), dapat dinyatakan secara parsial orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Demikian Hasil uji F, $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,746 > 3,09$) dan nilai $F_{sig} < \alpha 5\%$ ($0,000 < 0,05$), dapat dinyatakan secara simultan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Kata Kunci: Kinerja Usaha, Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar

PENDAHULUAN

Era globalisasi seperti sekarang ini pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat mendorong banyak usaha untuk berkompetisi dalam setiap aktivitas pemasaran produk dan jasa. Kegiatan pemasaran memiliki peran penting dalam kegiatan usaha, mengingat orientasi dalam memberikan nilai kepada konsumen. Setiap pelaku usaha di tiap usaha di tiap kategori ini dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi. Salah satu usaha yang terus mengikut perkembangan zaman adalah usaha kedai atau warung makanan atau cafe. Kafe dahulu hanyalah sebagai tempat minum kopi bagi laki-laki dewasa dan sekaligus untuk berbagi informasi. Tetapi pada saat ini sesuai dengan perkembangan zaman tempat minum kopi telah bertambah fungsi menjadi tempat berbisnis, tempat bertemunya para teman, tempat mencari inspirasi, tempat ajang sosialisasi dan tempat belajar bagi para pelajar dan mahasiswa.

Perkembangan usaha kafe tidak terlepas dari adanya pasar konsumen yang tetap mau mengunjunginya. Hal ini memberikan semangat bagi yang ingin berwirausaha dalam bidang usaha Kafe. Untuk itu bagi yang berminat berwirausaha dan memberikan yang terbaik kepada konsumennya seperti melalui kualitas pelayanan dengan berupa karyawan yang rapi, layanan sesuai yang dijanjikan, layanan yang cepat, karyawan bersedia melayani konsumen, karyawan memberi perhatian personal pada setiap konsumen (Poniman dan Sentosa, 2013).

Pengembangan usaha makanan dan minuman umumnya dapat dijumpai berupa kafe yang dilakukan masyarakat saat ini dapat memperbaiki perekonomian. Perbaikan perekonomian ini diantaranya adanya pendapatan yang diperoleh, adanya lapangan pekerjaan sehingga berkurangnya pengangguran dan adanya pengembangan daerah melalui usaha-usaha tersebut. Walaupun kafe sudah sangat banyak tetapi masih adanya usaha tersebut yang memiliki produktivitas yang kecil, hal tersebut dikarenakan jiwa kewirausahaan dalam menjanjikan usaha,

serta pangsa pasar dari produk atau jasa yang dihasilkan.

Rendahnya produktivitas usaha kafe karena kurangnya pengetahuan dari para *entrepreneur*, tidak adanya jiwa kewirausahaan, tingkat pendidikan dan belum adanya pengalaman mengenai usaha yang dijalankan. Akan tetapi bagi mereka yang ingin belajar dan sabar dalam menjalankan usahanya akan memperoleh keberhasilan usaha dan pada akhirnya dapat meningkatkan skala usaha dari usaha kecil sampai ke menengah. Kemudian para *entrepreneur* dapat memperluas usahanya dengan melihat orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan pemasaran (Silviasih dan Iskandar, 2016).

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pada dasarnya jiwa dan sikap kewirausahaan tidak hanya dimiliki oleh usahawan akan tetapi setiap orang yang memiliki ide kreatif dan mau bertindak dapat dinyatakan sebagai orang yang memiliki orientasi kewirausahaan dan saat ini orientasi kewirausahaan dapat ditemukan dalam dunia bisnis. Orientasi kewirausahaan dapat berjalan dengan didukung adanya pasar atau melihat orientasi pasar dari usaha yang akan dijalankan (Zulkarnain dan Mukarramah, 2019). Berdasarkan hasil wawancara dengan T. Syahrial atau Ponbit (Rangkang KUPI) diketahui bahwa usahanya dapat bertahan hingga saat ini karena dirinya menyukai dunia usaha, terutama kuliner, sehingga di masa sulit memperoleh pendapatan pun dirinya tetap bertahan, tetapi apabila dirinya kurang menyukai usahanya tersebut, dapat saja menutupnya.

Orientasi pasar merupakan salah satu bagian dari pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan yang memberikan arah kepada seluruh aktivitas bisnis/niaga yang meliputi bauran pemasaran di mana produk baik barang atau jasa serta ide yang dipasarkan merupakan perwujudan dari konsep yang mengalami proses pengembangan dan produksi yang ditujukan kepada pemakai akhir. Hasil wawancara dengan Saiful bahwa usaha kafenyanya dapat berjalan hingga saat ini karena memiliki pasar (konsumen), dimana beliau menciptakan produk makanan yang disukai oleh konsumennya, tetapi adakalanya pasar (konsumennya) sedikit.

Kafe di Kota Langsa secara umum menyediakan makanan dan minuman. Jenis usaha kafe ini ada yang bertahan dan berkembang serta ada pula yang hanya sekedar bertahan dan bahkan menutup usahanya. Kafe yang dapat bertahan secara umum adalah usaha yang memiliki modal yang cukup dan pemiliknya memiliki kesabaran dalam menjalankan usahanya. Sedangkan usaha yang tidak bertahan lama adalah usaha dengan modal yang kurang mencukupi serta pemilik usaha yang tidak

sabar dalam menjalankan usahanya.

Bagi usahawan secara umum yang usahanya kurang mampu bertahan dalam persaingan dan kurang mampu mengelola usahanya, lebih memilih bidang usaha lain atau menutupnya. Kegagalan yang dialami usahawan kafe di Kota Langsa karena sebagian masih belum memiliki kesabaran dalam berwirausaha. Hasil wawancara dengan Pak Junaidi menyatakan bahwa dengan usaha kafe yang dijalankannya dapat memberikan profit serta dengan usaha ini pula dapat merekrut tenaga kerja. Tetapi tidak semua kafe yang ada di Kota Langsa memperoleh profit, karena masih terdapat kafe yang beroperasi hanya sebentar kemudian tutup seperti kafe desa-desa dan sate kampung serta pemadam kelaparan. Tutupnya usaha kafe tersebut memberikan dampak pengangguran pada serta menunjukkan bahwa kafe tersebut belum memiliki kinerja yang baik.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan, pasar dan pemasaran terhadap kinerja usaha Kafe di Kota Langsa. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul penelitian Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Pasar terhadap Kinerja Usaha Cafe di Kota Langsa).

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha Kafe di Kota Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha Kafedi Kota Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan pasar terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa.

LANDASAN TEORI

Orientasi kewirausahaan

Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi (Hasrich, 2009).

Pendapat lain juga menyatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu keberanian untuk melakukan upaya-upaya memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan oleh seseorang, atas dasar kemampuan dengan cara memanfaatkan segala potensi yang dimiliki untuk menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Seorang wirausahawan memiliki unsur-unsur yaitu: (Hendro dan Chandra, 2010)

- a. Pengetahuan (*knowledge*)
- b. Kemampuan (*skill*)
- c. Pengalaman (*experiences*)
- d. Jaringan (*networking*)
- e. Informasi-informasi yang didapat (*information*)
- f. Sumber-sumber yang ada (manusia, uang, bakat, lingkungan keluarga, dan lain-lain)
- g. Waktu yang ada (*time*)
- h. Masa depan dan kesempatan (*future and opportunity*)

Orientasi kewirausahaan memiliki lima dimensi, sebagai berikut: (Soegoto, 2009).

1. Inovatif, inovatif mencerminkan kecenderungan seorang entrepreneur untuk memunculkan dan merealisasikan ide-ide baru, mencoba cara – cara baru yang berbeda dari yang ada sebelumnya serta antusiasme untuk mengadopsi ide-ide baru atau metode baru untuk bisnis mereka, lalu menerapkan inovasi tersebut dalam operasional bisnis mereka.
2. Proaktif, sikap Proaktif seorang pengusaha mencerminkan proses dalam mencari peluang baru yang muncul dengan mengembangkan, memperkenalkan, serta membuat perbaikan terhadap produk ataupun jasa yang dipasarkannya. Sikap Proaktif juga menyangkut pentingnya inisiatif dalam proses kewirausahaan.
3. Pengambilan risiko (*Risk Taking*), merupakan suatu tindakan seorang entrepreneur yang memiliki kesediaan atau kemauan untuk memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk dapat menjalankan suatu pekerjaan walaupun tanpa adanya kepastian hasil yang akan didapat.
4. Keagresifan bersaing (*Competitive Aggressiveness*), adalah harapan-harapan dari perusahaan untuk menantang dan mengungguli pesaing dan ditandai oleh sikap atau

tanggapan atau respon agresif terhadap tindakan-tindakan pesaing dalam upaya menetrasi pasar dan memperbaiki posisi di pasar.

5. Otonomi (*Autonomy*), merupakan kegiatan independent individual (mandiri) atau tim dalam menjabarkan ide-ide atau visi, membuat keputusan dan mengambil tindakan yang bertujuan untuk memajukan konsep bisnis dan membawanya pada penyelesaian. Secara umum otonomi berarti kemampuan berinisiatif dalam mengeksplorasi peluang.

Sebuah model orientasi kewirausahaan memiliki dimensi yang diambil dari factor psikologi, yaitu: (Sinarasri, 2013).

1. Kebutuhan Berprestasi (*Need for Achievement*)

Kebutuhan berprestasi adalah faktor psikologi yang kuat memicu seseorang melakukan aktivitas sepanjang tujuannya belum tercapai. *Need for Achievement* mengacu pada dorongan yang kuat pada seseorang untuk mencapai suatu keberhasilan. Individu yang memiliki *Need for Achievement* yang tinggi umumnya selalu ingin menghadapi tantangan baru. Individu dengan kebutuhan ini akan cenderung lebih mengejar prestasi pribadi dibandingkan *reward* terhadap keberhasilan. Ciri-ciri seseorang yang memiliki *Need for Achievement* adalah berusaha melakukan sesuatu dengan kreatif dan inovatif dan menggambil tanggung jawab pribadi atas perbuatannya. Indikatornya adalah:

- a. Tidak puas bila yang diinginkan belum diperoleh
- b. Terus berusaha meskipun orang lain mengatakan tidak mungkin
- c. Terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan

2. Keyakinan Diri (*Internal locus of control*)

Internal locus of control merupakan keyakinan bahwa keberhasilan itu adalah karena usaha dari diri sendiri. Individu yang mempunyai *internal locus of control* menunjukkan motivasi yang lebih besar, menyukai hal-hal yang bersifat kompetitif, suka bekerja keras, merasa dikejar waktu dan ingin selalu berusaha lebih baik dari kondisi sebelumnya, sehingga mengarah pada pencapaian prestasi yang lebih tinggi. Indikatornya adalah:

- a. apa yang dicapai adalah hasil kerja keras
- b. untung atau ruginya usaha ditentukan oleh diri sendiri
- c. mampu menguasai diri

3. Kepercayaan Diri (*Self Reliance*)

Kepercayaan diri adalah modal utama gerakan. Tanpa kepercayaan diri suatu gerakan akan kehilangan daya hidup dan dinamikanya. Indikatornya adalah:

- a. orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya
 - b. suka mengambil keputusan sendiri
 - c. saya lebih suka melibatkan teman
4. Keterbukaan (*Extroversion*)
- Kecenderungan orang untuk bersosialisasi, suka berteman, suka berbicara, aktif, dan memiliki interaksi sosial yang tinggi. Indikatornya adalah:
- a. suka berjumpa dengan orang baru
 - b. berinisiatif untuk memulai pembicaraan
 - c. menyukai banyak kesibukan

Indikator dari orientasi pasar terdiri dari: (Utaminingsih, 2016)

1. Orientasi pelanggan merupakan pemahaman yang memadai atas pembeli sasaran agar mampu menciptakan nilai superior bagi mereka secara berkesinambungan.
2. Orientasi pesaing mencakup bahwa perusahaan harus memahami keunggulan dan kelemahan jangka pendek serta kapabilitas dan strategi jangka panjang para pesaing utama saat ini dan pesaing potensial.
3. Koordinasi antar fungsi mencakup pemanfaatan sumber daya perusahaan secara terkoordinasi dalam rangka menciptakan nilai superior bagi para pelanggan sasaran.

Kinerja

Kinerja adalah istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode (Ruhima dan Kosim, 2006). Kemudian kinerja usaha merupakan suatu tampilan kedaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki (Prakosa, 2005).

Kinerja usaha memiliki dimensi sebagai berikut (Sudjana, 2011):

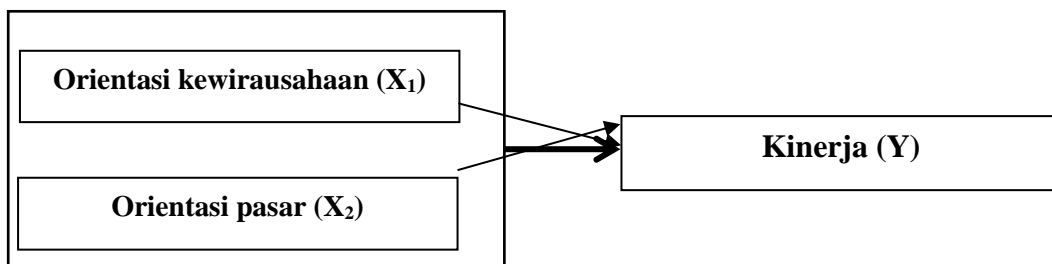
1. Perspektif finansial, dimana pada perspektif ini perusahaan dituntut untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan penerimaan melalui penjualan produk perusahaan.
2. Perspektif pelanggan: dimana perusahaan harus mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan segmen pasar. Identifikasi secara tepat kebutuhan pelanggan sangat membantu perusahaan bagaimana memberikan layanan kepada pelanggan.

3. Perspektif proses bisnis internal : dimana perusahaan harus mengidentifikasi proses-proses yang kritis untuk mencapai tujuan peningkatan nilai bagi pelanggan dan tujuan peningkatan nilai finansial.
4. Perspektif pertumbuhan dan pelajaran : dimana tujuan-tujuan yang ditetapkan dalam perspektif finansial, pelanggan, dan proses bisnis internal mengidentifikasi dimana perusahaan harus unggul untuk mencapai terobosan kinerja.

Pada umumnya kinerja diukur melalui nilai penjualan seperti *return on investment* atau *return on Asset*. Namun ukuran tersebut dipandang sebagai ukuran yang dihasilkan melalui proses akuntansi dan keuangan. Kemudian dapat diketahui juga bahwa kinerja perusahaan diukur dengan indikator penjualan yaitu jumlah penjualan dan pertumbuhan penjualan pada sebuah perusahaan (Bakti, 2011). Selanjutnya pendapat lain untuk kinerja perusahaan dapat diukur dengan indikator: (Umar, 2014):

1. Pertumbuhan penjualan, yaitu pertumbuhan rata-rata penjualan perusahaan dalam tiga tahun terakhir.
2. Pertumbuhan laba, yaitu pertumbuhan rata-rata keuntungan perusahaan.
3. Pertumbuhan asset, yaitu pertumbuhan rata-rata asset perusahaan.

Kerangka Konsep



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran Teoritis

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan yaitu Metode kuantitatif. Metode ini disebut metode ilmiah / *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau

empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono, 2012). Pendekatan penelitian kuantitatif lebih banyak menggunakan logika, hipotesis dan verifikasi.

Populasi dan Sampel

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik sama yang menjadi pusat semesta penelitian (Ferdinan, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kafe yang ada di Kota Langsa yaitu sebanyak 138 unit usaha (BPKD Kota Langsa, 2020).

Sampel pada penelitian ini adalah unit usaha kemudian ditentukan sampel dengan metode sampling yaitu teknik probability sampling. Teknik penentuan sampel menggunakan metode simple random sampling yaitu pengambilan sampel acak sederhana. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 103 responden.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2013) dan uji reliabilitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana stabilitas dan konsistensi dari alat ukur yang digunakan.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari:

1. Uji Normalitas, tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, (Situmorang dan Lufti, 2014).
2. Uji Heterokedastisitas, uji Heterokedastisitas berarti varians variable independen adalah konstan atau sama untuk setiap nilai tertentu variable independen (homokedastisitas)
3. Uji Multikolinearitas, uji Multikolinearitas variable independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna.

Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda yang bertujuan untuk

mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan (Sugiyono, 2012).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = kinerja

a = konstanta

X₁ = orientasi kewirausahaan

X₂ = orientasi pasar

b₁, b₂ = Koefisien regresi

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variable terikat atau independen) dari suatu persamaan regresi. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variable terikat

Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji hipotesis secara parsial), Uji hipotesis secara parsial dilakukan dengan menguji masing-masing variable independen terhadap variable dependen.
2. Uji F (Uji hipotesis secara simultan), Uji hipotesis secara simultan dilakukan dengan menguji semua variable independen terhadap variable dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden penelitian ini laki-laki sebanyak 46 orang atau sebesar 44,7% dan responden perempuan sebanyak 57 orang atau sebesar 55,3%. Kemudian responden dirinci berdasarkan tingkat umur dapat diketahui umur 20 sampai dengan 29 tahun sebanyak 13 orang atau sebesar 12,6%. Kemudian umur 30 sampai dengan 39 tahun sebanyak 47 orang atau sebesar 45,6% dan umur 40 sampai dengan 49 tahun sebanyak 41 orang atau sebesar 39,8% dan responden dengan umur lebih dari 50 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 1,9%.

Karakteristik responden selanjutnya dapat diketahui juga berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Tingkat pendidikan responden terakhir untuk SMA sebanyak 55 orang atau sebesar 53,4%, tingkat pendidikan terakhir Diploma sebanyak 19 orang atau 18,4% dan tingkat pendidikan terakhir sarjana sebanyak 29 orang atau sebesar 28,2%. Bagi pelaku usaha kafe di Kota Langsa ada yang masih baru dan ada yang sudah lama dan berdasarkan hasil penelitian diketahui Kafe yang baru berdiri antara 1 sampai 2 tahun sebanyak 17 orang atau sebesar 16,5%, kemudian frekuensi usaha 3-4 tahun sebanyak 49 orang atau sebesar 47,6%, frekuensi usaha 5-6 tahun sebanyak 19 orang atau sebesar 18,4% serta lebih dari 6 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 17,5%.

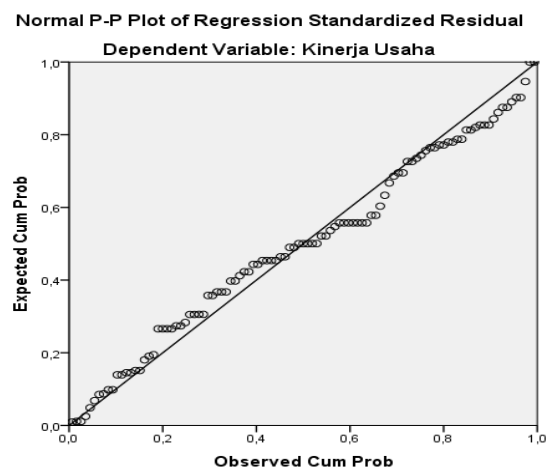
Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada 30 orang. Diperoleh hasil uji validitas pada 10 pernyataan pada tiga variable penelitian secara keseluruhan valid dengan nilai $sig < \alpha < 5\%$, artinya kuesioner dikatakan valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner penelitian. Uji reliabilitas masing-masing variable memiliki $cronbach\ alpha > 0,60$. Dengan demikian variable orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kinerja usaha reliable, artinya alat ukur yang digunakan memiliki stabilitas dan konsisten. Jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi pada saat pengukuran tidak berubah.

Uji Asumsi Klasik

Normalitas

Uji normalitas menggunakan histogram, sebagai berikut:

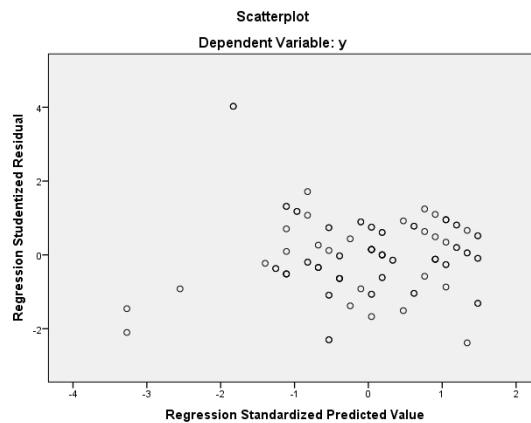


Gambar 2 Normal P-Plot

Berdasarkan grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* diketahui bahwa titik-titik plotting penyebaran data masih berada pada garis diagonal, sehingga asumsi normalitas dalam penelitian ini dapat terpenuhi.

Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menggunakan grafik scatterplot.



Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 20

Output tersebut menunjukkan titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 1: Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Orientasikewirausahaan	0,831	1,204
Orientasi pasar	0,831	1,204

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel IV.5 diketahui bahwa nilai dari *tolerance* > 0,1 yaitu untuk orientasi kewirausahaan 0,831 > 0,1, orientasi pasar 0,831 > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor*

(VIF) < 10, orientasi kewirausahaan 1,204 < 10, dan orientasi pasar 1,204 < 10, dapat dinyatakan pada semua variable bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Regresi Linier Berganda

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,198	1,082		2,032	,045
1 Orientasi Kewirausahaan	,239	,042	,441	5,707	,000
Orientasi Pasar	,478	,092	,403	5,220	,000

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 20

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,198 + 0,239X_1 + 0,478X_2,$$

Hasil tersebut menunjukkan nilai konstanta (a) adalah sebesar 2,198, dapat dijelaskan jika orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar atau X_1 , dan $X_2 = 0$ atau dianggap konstan (tetap), maka nilai kinerja usaha adalah sebesar 2,198 satuan. Nilai koefisien regresi variable orientasi kewirausahaan sebesar 0,239 satuan artinya jika orientasi kewirausahaan meningkat sebesar 1 satuan maka kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,239 satuan, dengan asumsi variable orientasi pasar (tetap). Nilai koefisien regresi variabel orientasi pasar sebesar 0,478 satuan artinya jika orientasi pasar meningkat sebesar 1 satuan maka tingkat kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,478 satuan, dengan asumsi variable orientasi kewirausahaan konstan (tetap).

Uji t

Orientasi kewirausahaan diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,707 > 1,983$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,00 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Bila pemilik usaha memiliki orientasi berwirausaha dalam menciptakan produk baru dengan adanya jiwa berwirausaha tentu akan memiliki cara untuk menghindari kegagalan dalam berusaha. Orientasi pasar diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,220 > 1,983$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hal tersebut karena adanya pasar untuk

produk yang diciptakan akan dapat meningkatkan penjualan dan berdampak positif terhadap kinerja usaha.

Uji F

Tabel 3: Uji F (simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	281,096	2	140,548	50,746	,000 ^b
Residual	276,962	100	2,770		
Total	558,058	102			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, OrientasiKewirausahaan

Sumber: Data Primer Diolah dengan SPSS 20

Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,746 > 3,09$) dan nilai $F_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat dinyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Uji R²

Hasil uji diperoleh bahwa variable independen (orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar) mampu menjelaskan variable dependen (kinerja usaha) dengan nilai koefisien determinasi (R^2) dari kolom *R Square* (digunakan karena variable bebas terdiri dari 2 variabel) yaitu sebesar 0,504 = 50,4%, sedangkan sisanya ($100\% - 50,4\%$) = 49,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diestimasi (tidak diteliti)..

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha

Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa, hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linier dengan koefisien regresi 0,239 dan nilai t hitung sebesar 5,707. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,707 > 1,983$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$), maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa. Pengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha kafe. Hal tersebut orientasi kewirausahaan dari wirausaha akan berusaha menciptakan produk baru yang

akan melengkapi permintaan pelanggan kemudian dari orientasi kewirausahaan dari wirausaha merasa tidak puas bila tidak dapat memperbanyak jumlah konsumennya, jadi terus berupaya melakukan usaha untuk menambah konsumen dan akan berdampak pada volume usaha serta meningkatnya kinerja usaha. Selanjutnya orientasi kewirausahaan juga akan menciptakan usaha yang terus menerus memperbaiki kinerja dan selalu ada cara untuk menghindari kegagalan, serta akan terbuka kesempatan untuk dapat bekerja sama dengan orang lain yang nantinya berdampak pada usaha yang terus maju dengan kinerja usaha yang baik pula. Hasil penelitian Hasil penelitian sesuai dengan penelitian sebelumnya, dimana variable orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha (Zulkarnain dan Mukarramah, 2019).

Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha

Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa, hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linier dengan koefisien regresi 0,478 dan nilai t hitung sebesar 5,220. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,220 > 1,983$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$), maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi pasar terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa. Pengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Hal tersebut terjadi karena orientasi pasar dari pemilik atau pengelola kafe yang selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan seperti kebutuhan di kafe terhadap makanan dan minuman yang disajikan, ruangan yang bersih dan tempat yang nyaman serta tersedia fasilitas yang dibutuhkan saat ini seperti wifi dan tempat cas gadget. Selain itu pengusaha atau pengelola kafe juga akan melihat pesaing dan membuat strategi untuk menjadi yang kuat di usaha kafe serta terus memperhatikan kebutuhan konsumen dan pelanggan. Hasil penelitian juga didukung dengan penelitian sebelumnya, dimana variable orientasi pasar memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha (Pertwi dan Bambang, 2017).

Pengaruh orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha

Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa, hal ini dibuktikan dengan hasil uji koefisien determinasi (R^2) 0,504 dan nilai F hitung sebesar 50,746. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($50,746 > 3,09$) dan nilai $t_{sig} < \alpha$ 5% ($0,000 < 0,05$), maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja kafe di Kota Langsa. Dengan demikian

orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar mendukung kinerja usaha kafe di Kota Langsa . Hasil penelitian juga didukung dengan penelitian sebelumnya, dimana variable orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha (Afifah, 2017).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kafe di Kota Langsa. Hal tersebut karena adanya orientasi kewirausahaan pada wirausahawan akan mendukung kinerja usaha dan demikian orientasi pasar semakin luas pasar produk dari usaha akan meningkatkan kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nurlita Angraini, (2017), Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran Kelompok Usaha Bersama (KUB) Gerabah Desa Bumi Jaya Kecamatan Cisarua Kabupaten Serang Banten, *Skripsi*. Universitas Agama Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen.
- Bakti, Sukma,(2011), Pengaruh Orientasi Pasar dan Nilai Pelanggan terhadap Kinerja Pemasaran Maskapai Penerbangan Lion Air. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (pedoman penelitian untuk penulisan Skripsi, Tesis dan Desertasi, Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Hasrich, (2009), *Filsafat*. Yogyakarta: BPFE.
- Hendro dan Chandra, (2010), *Be A Smart and Good Entrepreneur*. Jakarta: Erlangga.
- Pertiwi, Yunita Dwi dan Bambang Banu Siswoyo, (2017), Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Keripik Buah di Kota Batu. *Jurnal Syariah FEB UMB*.
- Poniman dan Sentosa, (2013), Analisa Faktor-faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*.
- Prakosa, (2015), *Orientasi Kewirausahaan*. Jakarta: Media Presindo

- Ruhimat, Nana Supriatna dan Kosim, (2016), *Menciptkan wirausaha tangguh*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Silviasih, Franky dan Iskandar, (2016), *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada Pemilik UMKM Sektor Manufaktur Garmen di Tanah Abang*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Sinarasri. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Seminar Nasional.
- Situmorang Syafrizal Helmi dan Muslich Lufti. (2014). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Soegoto, (2009), *Entrepreneurship*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sudjana, Nana, (2011), *Potensi dan Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Umar, Zainal, (2014), *Peran Kemampuan manajemen dan Orientasi Pasar sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja bisnis Studi pada Industri Kecil dan Menengah Pangan di Gorontalo*. Gorontalo: *Disertasi*.
- Utaminingsih, Adijati, (2016), *Pengaruh Orientasi Pasar Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan Jepara*. *Media Ekonomi dan Manajemen*. Vol 31. No. 1. Hal: 77-87
- Zulkarnain, M., & Mukarramah, M. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Sektor Makanan Dan Minuman*. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 7(2), 192-200