LAMPIRAN KUESIONER

Kepada Yth.

Bpk/Ibu yang terhormat

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian mengenai kinerja organisasi, saya Jonathan Alexander mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Knowledge Management* dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Organisasi Usaha Mikro Bidang Makanan di Kota Semarang."** Oleh karena itu, saya ingin meminta bantuan kepada Bapak/ Ibu agar berkenan mengisi kuesioner ini.

Semua informasi yang didapatkan dan terkumpul akan digunakan untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiaanya. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan secara keseluruhan.

Demikian permohonan saya ajukan. Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih, semoga Tuhan selalu memberkati Bapak/Ibu sekalian.

Peneliti

Jonathan Alexander

Informasi responden:

Jenis Kelamin :

a. Pria b. Wanita

Pendidikan :

a. SMA b. Diploma c. Sarjana d. Pascasarjana

Usia :

a. 20-30 tahun b. 31-40 tahun c. 41-50 tahun d. di atas 50 tahun

Nama usaha :

……

Sudah berapa lama menjalankan bisnis ini ?

……

Jumlah pendapatan dalam 3 bulan terakhir :

1……

2……

3……

Berikut ini merupakan pernyataan terkaitorientasi kewirausahaan,*knowledge management*, dan kinerja organisasi.Berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dengan keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Setuju

2 = Tidak Setuju 5 = Sangat Setuju

3 = Netral

Orientasi Kewirausahaan

I. Otonomi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik merupakan pengambil keputusan dalam semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha.					
2.	Pemilik yang mengontrol dan memberikan arahan kerja kepada karyawan.					
3.	Pemilik menjunjung kemandirian.					
4.	Pemilik memiliki wewenang penuh dalam mengelola usaha untuk memaksimalkan visi dan misi perusahaan.					

II. Inovasi (*Innovation*)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik mengembangkan produk yang sudah ada sebelumnya menjadi lebih bervariasi.					
2.	Pemilik memunculkan ide baru untuk mempromosikan makanan usaha mikro.					
3.	Pemilik melibatkan karyawan dalam kegiatan inovasi..					
4.	Pemilik melakukan eksperimen untuk mendukung ide baru.					
5.	Pemilik membuat inovasi yang sulit untuk ditiru pesaing.					

III. Berani Ambil Risiko (*Risk Taking*)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik merupakan orang yang berani mengalami kerugian dalam usahanya.					
2.	Pemilik berani mengambil resiko demi kesuksesan usaha.					
3.	Pemilik tidak ragu mencoba membangun usaha, walaupun tingkat kerugian dan kegagalan tinggi.					
4.	Pemilik tidak mudah menyerah saat usaha mengalami kegagalan.					
5.	Pemilik dapat memperhitungkan resiko yang akan terjadi dalam setiap usaha.					

IV. PROAKTIF

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik memantau tren yang sedang berkembang dan mencari cara menghadapi tren tersebut.					
2.	Pemilik melakukan pengembangan usaha melalui pengembangan produk.					
3.	Pemilik mempromosikan dan mendistribusikan produk melalui media promosi.					
4.	Pemilik menyediakan kotak saran pada bagian kasir atau memberikan nomor telepon yang dapat dihubungi agar konsumen dapat memberikan kritik dan saran terhadap produk atau layanan.					

V. AGRESIVITAS DALAM BERSAING

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik mengeluarkan investasi dalam melakukan pemasaran produk.					
2.	Pemilikmengikutiteknis bisnis dari pesaing yang berhasil.					
3.	Pemilik menjual produk dengan harga yang lebih rendah daripada pesaing.					
4.	Pemilik mampu mempertahankan posisinya dalam pasar dengan menjaga kualitas produk.					
5.	Pemilik mampu untuk menarik minat beli konsumen dengan melakukan promo tertentu dalam melakukan penjualan produk.					
6.	Pemilik meningkatkan layanandan kapasitas produksi.					

Knowledge Management

VI. IDENTIFIKASI PENGETAHUAN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik melakukan pengamatan mengenai bagaimana cara orang lain membangun dan mengembangkan usahanya.					
2.	Pemilik tidak pernah berhenti belajar tentang apapun yang berkaitan dengan usahanya.					
3.	Pemilik aktif mencari referensi mengenai pengembangan usahanya.					
4.	Pemilik menganalisa posisi usahanya untuk melihat peluang.					

VII. PENCIPTAAN PENGETAHUAN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik ingin mempunyai pengetahuan baru dalam usahanya.					
2.	Pemilik ingin mengembangkan usahanya dengan pengetahuan baru.					
3.	Pemilik selalu menciptakan inovasi-inovasi baru dalam usahanya.					
4.	Pemilik selalu memiliki cara yang efektif dan efisien dalam bekerja.					
5.	Pemilik optimis bahwa pengetahuan baru berdampak baik dalam pengembangan usaha.					

VIII. BERBAGI PENGETAHUAN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik memberikan contoh dan arahan mengenai operasional dalam usaha berdasarkan pengetahuan yang dipunya.					
2.	Pemilik melakukan tukar pikiran dengan karyawan guna memperoleh inovasi baru.					
3.	Pemilik mendapatkan pengetahuan baru dari hasil berbagi pengetahuan.					
4.	Pemilik berbagi pengetahuan untuk mengembangkan usaha.					

IX. PENGGUNAAN PENGETAHUAN

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik menggunakan pengetahuan untuk memecahkan masalah dalam usaha					

2.	Pemilik menggunakan pengetahuan guna meningkatkan efektivitas dan effisiensi pekerjaan.					
3.	Pemilik menerapkan setiap inovasi yang diciptakan ke dalam pekerjaan.					

X. Kinerja Organisasi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pemilik mengalami peningkatan omset dari waktu ke waktu.					

Pertanyaan Wawancara (5 Responden)

Orientasi Kewirausahaan

Otonomi

1. Apakah pemilik memiliki wewenang penuh pengambilan keputusan dalam semua kegiatan bisnis? Contohnya?

2. Bagaimana cara pemilik mengontrol dan memberi arahan kerja kepada karyawan?

Inovasi

1. Apakah pemilik melakukan inovasi dalam usahanya? Berikan penjelasan inovasi apa saja yang dilakukan?

2. Bagaimana cara pemilik melakukan inovasi tersebut? Dalam prosesnya apakah pemilik melibatkan karyawan?

3. Mengapa pemilik mau melakukan inovasi dalam usahanya?

Berani Ambil Risiko

1. Apakah pemilik pernah melakukan tindakan pengambilan resiko dalam usahanya? Berikan contohnya?

2. Bagaimana proses pengambilan resiko yang dilakukan pemilik?

3. Mengapa pemilik berani untuk melakukan tindakan pengambilan resiko dalam usahanya?

Proaktif

1. Apakah pemilik memiliki inisiatif dalam memantau tren usaha olahan ayam? Bagaimana caranya?

2. Apa usaha yang dilakukan pemilik untuk mengembangkan usahanya?

2. Bagaimana cara pemilik menghadapi tren tersebut?

3. Bagaimana cara pemilik mengenalkan maupun mempromosikan produknya kepada masyarakat?

4. Apakah pemilik pernah mendapat kritik dan saran dari konsumen? Bagaimana cara pemilik menanggapinya?

Agresivitas dalam bersaing

1. Apa teknis bisnis yang pemilik ikuti dari pesaing?

2. Bagaimana pemilik meyakinkan konsumen untuk memilih produknya daripada produk pesaing?

Knowledge Management

Identifikasi pengetahuan

1. Apa bentuk keaktifan pemilik dalam mencari referensi?

2. Bagaimana cara pemilik menganalisa peluang?

Penciptaan Pengetahuan

1. Apa saja pengetahuan baru yang diciptakan oleh pemilik?

2. Apakah pemilik yakin inovasi berdampak baik dalam pengembangan usaha?

3. Apakah pengetahuan baru dibutuhkan dalam upaya pengembangan usaha? Mengapa?

Berbagi pengetahuan

1. Apakah pemilik dan karyawan pernah melakukan sharing? Bagaimana sharing dilakukan dan tentang apa?

2. Apakah ada pengetahuan baru yang didapat dari hasil sharing? Beri contohnya?

3. Apakah pengetahuan yang diperoleh dapat digunakan untuk mengembangkan usaha? Beri penjelasannya?

Penggunaan pengetahuan

1. Apakah pemilik menggunakan pengetahuan untuk mengembangkan usaha?

2. Bagaimana cara pemilik menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam usaha?

Kinerja Organisasi

1. Apakah terjadi peningkatan omset dari waktu ke waktu? Berikan penjelasannya?

2. Berapa jumlah produk yang dapat terjual dalam satu hari?

3. Berapa omset usaha 3 bulan terakhir ini?

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

Data Mentah Hasil Jawaban Responden

No	OK																							
	O1	O2	O3	O4	INO1	INO2	INO3	INO4	INO5	RT1	RT2	RT3	RT4	RT5	PR1	PR2	PR3	PR4	AGR1	AGR2	AGR3	AGR4	AGR5	AGR6
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4
4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	3	3	3	2	1	1	2	2	2	2
5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
6	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
7	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5
9	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
10	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
11	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4
12	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	5
13	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5
14	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
15	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4
16	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
17	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4
18	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2
19	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3
21	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4

23	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
25	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
27	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
29	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
35	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	2	3	4	2

KM															
ID1	ID2	ID3	ID4	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	BP1	BP2	BP3	BP4	PEP1	PEP2	PEP3
4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3
3	3	2	1	1	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	5	5	3	4	4	2	5	4	4	2	4	4
2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3

5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4
3	4	3	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
3	3	2	1	1	1	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3
4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
3	5	5	4	3	3	5	3	2	3	3	4	5	4	5	5

No	Kelamin	Pend	Usia	KINERJA			OK	KM	KIN
				KIN1	KIN2	KIN3			
1	1	1	1	5	5	4	117	61	14
2	2	1	4	4	4	4	99	60	12
3	1	1	4	4	4	4	99	65	12
4	2	1	4	2	2	2	49	34	6
5	2	2	1	4	4	4	102	64	12
6	1	1	3	4	4	4	90	62	12
7	2	1	1	5	5	5	114	77	15
8	2	3	4	4	3	4	88	61	11
9	1	1	2	3	2	1	47	27	6
10	2	2	1	4	4	4	84	52	12
11	2	3	2	4	4	4	99	64	12
12	1	1	4	3	4	4	96	64	11
13	2	3	4	4	4	4	95	61	12
14	2	1	1	4	4	4	95	62	12
15	1	1	3	4	4	5	93	61	13
16	1	3	2	4	4	4	93	62	12
17	2	1	2	5	5	4	104	63	14
18	1	1	4	2	2	2	47	34	6
19	1	1	2	4	4	4	102	64	12
20	2	2	2	5	4	4	95	61	13
21	1	2	1	4	4	3	100	58	11
22	2	1	1	5	5	5	114	70	15
23	1	1	2	4	4	4	99	61	12
24	2	1	3	4	4	4	102	64	12

25	2	3	3	3	4	4	98	53	11
26	1	2	3	4	4	4	89	63	12
27	2	1	2	4	4	4	93	57	12
28	1	2	1	4	4	4	96	61	12
29	2	2	1	5	5	5	114	64	15
30	1	3	1	5	5	4	96	65	14
31	1	1	4	4	4	4	99	56	12
32	2	3	1	4	4	4	91	55	12
33	1	2	1	4	4	4	99	57	12
34	1	1	3	4	4	4	84	58	12
35	1	2	2	4	3	4	84	62	11

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

Crosstabs Profil Responden

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis kelamin * Pendidikan	35	100,0%	0	,0%	35	100,0%
Jenis kelamin * Usia	35	100,0%	0	,0%	35	100,0%

Jenis kelamin * Pendidikan Crosstabulation

			Pendidikan			Total
			SMA	Diploma	Sarjana	
Jenis kelamin	Pria	Count	11	5	2	18
		% of Total	31,4%	14,3%	5,7%	51,4%
	Wanita	Count	8	4	5	17
		% of Total	22,9%	11,4%	14,3%	48,6%
Total		Count	19	9	7	35
		% of Total	54,3%	25,7%	20,0%	100,0%

Jenis kelamin * Usia Crosstabulation

			Usia				Total
			20-30 tahun	31-40 tahun	41-50 tahun	di atas 50 tahun	
Jenis kelamin	Pria	Count	5	5	4	4	18
		% of Total	14,3%	14,3%	11,4%	11,4%	51,4%
	Wanita	Count	7	4	2	4	17
		% of Total	20,0%	11,4%	5,7%	11,4%	48,6%
Total		Count	12	9	6	8	35
		% of Total	34,3%	25,7%	17,1%	22,9%	100,0%

Frekuensi Jawaban Responden

Frequency Table

O1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	4	11,4	11,4	20,0
	4,00	14	40,0	40,0	60,0
	5,00	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

O2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	1	2,9	2,9	11,4
	4,00	16	45,7	45,7	57,1
	5,00	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

O3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	2	5,7	5,7	14,3
	4,00	14	40,0	40,0	54,3
	5,00	16	45,7	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

O4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	5,7	5,7	5,7
	3,00	6	17,1	17,1	22,9
	4,00	18	51,4	51,4	74,3
	5,00	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

INO1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	4	11,4	11,4	20,0
	4,00	16	45,7	45,7	65,7
	5,00	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

INO2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	2	5,7	5,7	8,6
	3,00	3	8,6	8,6	17,1
	4,00	24	68,6	68,6	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

INO3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	2	5,7	5,7	8,6
	3,00	4	11,4	11,4	20,0
	4,00	18	51,4	51,4	71,4
	5,00	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

INO4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	2	5,7	5,7	8,6
	3,00	6	17,1	17,1	25,7
	4,00	23	65,7	65,7	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

INO5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	3	8,6	8,6	17,1
	4,00	24	68,6	68,6	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

RT1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	1	2,9	2,9	11,4
	4,00	21	60,0	60,0	71,4
	5,00	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

RT2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	5,7	5,7	5,7
	3,00	6	17,1	17,1	22,9
	4,00	24	68,6	68,6	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

RT3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	5,7	5,7	5,7
	3,00	8	22,9	22,9	28,6
	4,00	22	62,9	62,9	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

RT4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	6	17,1	17,1	25,7
	4,00	17	48,6	48,6	74,3
	5,00	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

RT5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	5,7	5,7	5,7
	2,00	3	8,6	8,6	14,3
	3,00	8	22,9	22,9	37,1
	4,00	19	54,3	54,3	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PR1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	5,7	5,7	5,7
	3,00	8	22,9	22,9	28,6
	4,00	16	45,7	45,7	74,3
	5,00	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PR2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,9	2,9	2,9
	3,00	8	22,9	22,9	25,7
	4,00	22	62,9	62,9	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PR3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,9	2,9	2,9
	3,00	9	25,7	25,7	28,6
	4,00	16	45,7	45,7	74,3
	5,00	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PR4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	11,4	11,4	11,4
	3,00	5	14,3	14,3	25,7
	4,00	23	65,7	65,7	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

AGR1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	5,7	5,7	5,7
	2,00	1	2,9	2,9	8,6
	3,00	7	20,0	20,0	28,6
	4,00	17	48,6	48,6	77,1
	5,00	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

AGR2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	5,7	5,7	5,7
	2,00	1	2,9	2,9	8,6
	3,00	3	8,6	8,6	17,1
	4,00	24	68,6	68,6	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

AGR3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	11,4	11,4	11,4
	3,00	5	14,3	14,3	25,7
	4,00	16	45,7	45,7	71,4
	5,00	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

AGR4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	6	17,1	17,1	25,7
	4,00	20	57,1	57,1	82,9
	5,00	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

AGR5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	11,4	11,4	11,4
	3,00	4	11,4	11,4	22,9
	4,00	23	65,7	65,7	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

AGR6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	14,3	14,3	14,3
	3,00	5	14,3	14,3	28,6
	4,00	19	54,3	54,3	82,9
	5,00	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

ID1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,9	2,9	2,9
	3,00	8	22,9	22,9	25,7
	4,00	23	65,7	65,7	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

ID2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	5,7	5,7	5,7
	3,00	7	20,0	20,0	25,7
	4,00	22	62,9	62,9	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

ID3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	14,3	14,3	14,3
	3,00	11	31,4	31,4	45,7
	4,00	17	48,6	48,6	94,3
	5,00	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

ID4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	8,6	8,6	8,6
	2,00	4	11,4	11,4	20,0
	3,00	6	17,1	17,1	37,1
	4,00	18	51,4	51,4	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	11,4	11,4	11,4
	2,00	2	5,7	5,7	17,1
	3,00	10	28,6	28,6	45,7
	4,00	17	48,6	48,6	94,3
	5,00	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	8,6	8,6	8,6
	2,00	1	2,9	2,9	11,4
	3,00	5	14,3	14,3	25,7
	4,00	22	62,9	62,9	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	7	20,0	20,0	28,6
	4,00	20	57,1	57,1	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	4	11,4	11,4	14,3
	3,00	9	25,7	25,7	40,0
	4,00	16	45,7	45,7	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	4	11,4	11,4	14,3
	3,00	9	25,7	25,7	40,0
	4,00	19	54,3	54,3	94,3
	5,00	2	5,7	5,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

BP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	5,7	5,7	5,7
	2,00	2	5,7	5,7	11,4
	3,00	5	14,3	14,3	25,7
	4,00	23	65,7	65,7	91,4
	5,00	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

BP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	3,00	11	31,4	31,4	34,3
	4,00	19	54,3	54,3	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

BP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,9	2,9	2,9
	3,00	3	8,6	8,6	11,4
	4,00	27	77,1	77,1	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

BP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	2,9	2,9	2,9
	3,00	8	22,9	22,9	25,7
	4,00	20	57,1	57,1	82,9
	5,00	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PEP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	6	17,1	17,1	25,7
	4,00	20	57,1	57,1	82,9
	5,00	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PEP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	2	5,7	5,7	8,6
	3,00	4	11,4	11,4	20,0
	4,00	23	65,7	65,7	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

PEP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	2	5,7	5,7	8,6
	3,00	7	20,0	20,0	28,6
	4,00	20	57,1	57,1	85,7
	5,00	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

KIN1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	5,7	5,7	5,7
	3,00	3	8,6	8,6	14,3
	4,00	23	65,7	65,7	80,0
	5,00	7	20,0	20,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

KIN2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	8,6	8,6	8,6
	3,00	2	5,7	5,7	14,3
	4,00	24	68,6	68,6	82,9
	5,00	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

KIN3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,9	2,9	2,9
	2,00	2	5,7	5,7	8,6
	3,00	1	2,9	2,9	11,4
	4,00	27	77,1	77,1	88,6
	5,00	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Validitas dan Reliabilitas Orientasi Kewirausahaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,973	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
O1	4,1143	,93215	35
O2	4,2286	,87735	35
O3	4,2286	,91026	35
O4	3,9714	,82197	35
INO1	4,0571	,90563	35
INO2	3,8571	,84515	35
INO3	3,9714	,95442	35
INO4	3,7143	,82503	35
INO5	3,8857	,75815	35
RT1	4,0857	,81787	35
RT2	3,7429	,85209	35
RT3	3,7429	,70054	35
RT4	3,9143	,88688	35
RT5	3,5143	,98134	35
PR1	3,9143	,85307	35
PR2	3,8286	,66358	35
PR3	3,9429	,80231	35
PR4	3,7143	,78857	35
AGR1	3,8000	1,02326	35
AGR2	3,8286	,92309	35
AGR3	3,9143	,95090	35
AGR4	3,8286	,82197	35
AGR5	3,7714	,80753	35
AGR6	3,7429	,91853	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
O1	89,2000	244,871	,704	,972
O2	89,0857	244,139	,779	,972
O3	89,0857	243,139	,786	,972
O4	89,3429	246,644	,734	,972
INO1	89,2571	242,608	,810	,972
INO2	89,4571	243,785	,825	,972
INO3	89,3429	240,938	,825	,972
INO4	89,6000	247,953	,679	,970
INO5	89,4286	246,193	,820	,972
RT1	89,2286	243,946	,848	,972
RT2	89,5714	245,487	,752	,972
RT3	89,5714	252,664	,589	,971
RT4	89,4000	245,541	,718	,971
RT5	89,8000	241,812	,770	,972
PR1	89,4000	247,012	,691	,970
PR2	89,4857	249,492	,780	,972
PR3	89,3714	247,946	,700	,970
PR4	89,6000	245,188	,829	,972
AGR1	89,5143	241,551	,745	,971
AGR2	89,4857	239,492	,908	,971
AGR3	89,4000	241,129	,821	,972
AGR4	89,4857	243,669	,855	,972
AGR5	89,5429	245,608	,791	,972
AGR6	89,5714	245,252	,702	,970

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
93,3143	266,281	16,31811	24

Validitas dan Reliabilitas Knowledge Management

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ID1	3,8000	,63246	35
ID2	3,8000	,71948	35
ID3	3,4571	,81684	35
ID4	3,4571	1,12047	35
PP1	3,3143	1,07844	35
PP2	3,6571	1,02736	35
PP3	3,7714	,80753	35
PP4	3,5714	,97877	35
PP5	3,4857	,88688	35
BP1	3,6571	,93755	35
BP2	3,7143	,78857	35
BP3	3,9714	,56806	35
BP4	3,8857	,71831	35
PEP1	3,8286	,82197	35
PEP2	3,8286	,85700	35
PEP3	3,7429	,88593	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ID1	55,1429	84,891	,651	,925
ID2	55,1429	84,950	,559	,927
ID3	55,4857	84,139	,539	,927
ID4	55,4857	79,198	,623	,926
PP1	55,6286	79,123	,656	,925
PP2	55,2857	80,092	,638	,925
PP3	55,1714	80,734	,792	,921
PP4	55,3714	81,946	,563	,927
PP5	55,4571	83,785	,512	,928
BP1	55,2857	79,622	,740	,922
BP2	55,2286	82,887	,653	,924
BP3	54,9714	84,264	,795	,923
BP4	55,0571	84,879	,565	,927
PEP1	55,1143	83,751	,562	,927
PEP2	55,1143	78,751	,881	,918
PEP3	55,2000	79,282	,812	,920

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58,9429	92,879	9,63737	16

Validitas dan Reliabilitas Kinerja Organisasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	35	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KIN1	4,0000	,72761	35
KIN2	3,9429	,76477	35
KIN3	3,8857	,79600	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KIN1	7,8286	2,205	,817	,895
KIN2	7,8857	1,987	,894	,829
KIN3	7,9429	2,055	,793	,916

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,8286	4,499	2,12112	3

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

Analisis Regresi Berganda
Regression

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Knowledge management, Orientasi kewirausahaan	.	Enter

a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Kinerja organisasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934[a]	,873	,865	,78013

a. Predictors: (Constant), Knowledge management, Orientasi kewirausahaan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133,496	2	66,748	109,674	,000[a]
	Residual	19,475	32	,609		
	Total	152,971	34			

a. Predictors: (Constant), Knowledge management, Orientasi kewirausahaan
b. Dependent Variable: Kinerja organisasi

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,090	,833		-,109	,914
	Orientasi kewirausahaan	,080	,018	,618	4,495	,000
	Knowledge management	,075	,030	,341	2,477	,019

a. Dependent Variable: Kinerja organisasi

HASIL WAWANCARA RESPONDEN MENGENAI MENGHADAPI PERUBAHAN

OTONOMI

NO	PERTANYAAN	R1 (GEPREK KAMPUS)	R2 (G-PUX)	R3 (NICARA-GUA)	R4 (BOS ANNOT)	R5 (49 FC)	KESIMPULAN
1	Apakah pemilik memiliki wewenang penuh dalam pengambilan keputusan semua kegiatan bisnis? Contohnya.?	Ya. Pemilik mengambil keputusan dalam menentukan hari libur.	Ya. Pemilik menentukan jam kerja.	Ya. Pemilik menentukan pembagian tugas.	Ya. Pemilik menentukan jam dan hari kerja, pembagian tugas, dan jumlah gaji.	Ya. Pemilik menentukan jumlah stok yang dijual setiap harinya dan pembagian tugas karyawan.	Pemilik memegang semua keputusan kegiatan bisnis.

2	Bagaimana cara pemilik mengontrol dan memberikan arahan kerja kepada karyawan?	1. Memberikan pelatihan sesuai tugas. 2. Memberi arahan apabila karyawan melakukan kesalahan.	1.Memberikan arahan dalam menjalankan tugasnya. 2. Menegur karyawan yang salah.	Pemilik mencari karyawan yang sebelumnya sudah bekerja dibidang kuliner lalu diberi tahu jobdesc sebelum mulai bekerja.	1.Pemilik mencari karyawan yang memilik pengalaman di bidang kuliner. 2. memberi pelatihan akan tugas karyawan lain untuk berjaga-jaga jika sibuk atau tidak masuk.	Memberikan pelatihan kepada karyawan sesuai tugasnya.	Pemilik mengontrol dan memberi arahan kepada karyawannya dengan cara memberikan pelatihan, dan menegur karyawan jika ada salah.

INOVASI

NO	PERTANYAAN	R1 (GEPREK KAMPUS)	R2 (G-PUX)	R3 (NICARA-GUA)	R4 (BOS ANNON)	R5 (49 FC)	KESIMPULAN
1	Apakah pemilik melakukan inovasi dalam usahanya? Berikan	Ya, Pemilik melakukan inovasi produk melalui penambahan	Ya, Pemilik melakukan inovasi produk dengan menambahkan	Ya, Pemilik melakukan inovasi produk melalui penambahan	Ya, Pemilik melakukan inovasi produk dengan menambahkan	Ya, pemilik melakukan inovasi produk dengan menambahkan	Pemilik melakukan inovasi dalam usahanya seperti memberi harga produk,

	penjelasan inovasi apa saja yang dilakukan?	varian menu antara lain: Paket 1-9, Paket DEMB, Noodle Coffee, Makan Enak 1, Makan Enak 2, Makan Enak 3, dll.	varian menu antara lain: Pak Rem, Bombastis, Ktt, Pak Babe, Pak Gemes, Pak LE, Pak Lebar, Pak Lemes, Pak Man, dll.	varian menu antara lain: ayam geprek kecil hingga jumbo, Paket Keju, Paket Mozzarella, Paket Mozza Keju, Paket Ayam Mie, Paket Nutrisari, dll.	varian menu antara lain: Geprek original biasa dan jumbo, geprek bakar biasa dan jumbo, dan ayam geprek panggang biasa dan jumbo.	paket antara lain: Paket Hemat, Paket Komplit, Paket Alor, dll.	menambahkan variasi terhadap produk, dan bergabung dengan layanan pesan antar online seperti gofood atau grabfood.
2	Bagaimana cara pemilik melakukan inovasi tersebut? Dalam prosesnya apakah pemilik melibatkan karyawan?	Pemilik melakukan inovasi tersebut dengan melihat tren nama-nama makanan unik, lalu pemilik mengikuti dengan memberi nama menu pemilik dengan nama yang unik. Pemilik tidak melibatkan karyawan dalam melakukan inovasi.	Pemilik melihat bahwa nama makanan yang unik akan menarik minat konsumen sehingga pemilik mengikuti hal itu dengan memberi nama menu varian pemilik dengan nama yang unik. Pemilik meminta karyawan untuk membantu dalam menciptakan nama yang unik.	Pemilik bersama karyawan melakukan inovasi pemberian nama baru yang unik pada varian menu yang bertujuan agar mudah diingat oleh konsumen.	Pemilik melakukan pengamatan dari para pesaing lalu mengajak karyawan untuk melakukan inovasi yang sama yaitu menambah varian menu sehingga menarik minat konsumen.	Pemilik melakukan inovasi dengan mengamati pesaing lalu meniru sehingga muncul ide untuk membuat menu paket tambahan. Pemilik tidak melibatkan karyawan dalam melakukan inovasi.	Pemilik melakukan inovasi dengan cara mengamati tren maupun pesaing lalu melakukan inovasi tersebut. Dalam proses inovasi, 3 responden melibatkan karyawan didalamnya.

3	Mengapa pemilik mau melakukan inovasi dalam usahanya?	Supaya usaha semakin ramai sehingga pendapatan usaha dapat meningkat.	Agar menarik minat pembeli dan jumlah pembeli bertambah.	Supaya menarik konsumen baru serta meningkatkan pendapatan.	Agar pembeli bertambah sehingga usaha dapat lebih berkembang.	Agar pembeli tidak bosan dan konsumen meningkat.	Pemilik melakukan inovasi agar usaha semakin berkembang, meningkatkan pendapatan, serta meningkatkan jumlah konsumen.

BERANI AMBIL RISIKO

NO	PERTANYAAN	R1 (GEPREK KAMPUS)	R2 (G-PUX)	R3 (NICARA-GUA)	R4 (BOS ANNON)	R5 (49 FC)	KESIMPULAN

1	Apakah pemilik pernah melakukan tindakan pengambilan resiko dalam usahanya? Berikan contohnya?	Ya. Pemilik melakukan penambahan porsi jualan untuk usahanya.	Ya. Pemilik melakukan renovasi terhadap tempat usaha dan menaikkan harga.	Ya. Pemilik melakukan inovasi terhadap usahanya.	Ya. Pemilik melakukan inovasi terhadap usahanya serta menaikkan harga.	Ya. Pemilik menambah jumlah porsi pada usahanya.	Pemilik pernah melakukan tindakan pengambilan resiko seperti menambah porsi jualan, berinovasi terhadap produk, renovasi tempat, dan menaikkan harga.
2	Bagaimana proses pengambilan resiko yang dilakukan pemilik?	Proses yang dilakukan pemilik yaitu melihat rata-rata jumlah kekurangan produk setiap harinya.	Pemilik mengeluarkan biaya untuk menambah jumlah meja kursi.	Pemilik menambahkan menu baru dengan varian baru seperti geprek keju, geprek mozzarella, geprek recheese, paket kecil, sedang, dan besar.	Pemilik menambahkan menu baru seperti geprek bakar, geprek panggang, paket kecil, paket besar dan melakukan peningkatan kualitas bahan baku sehingga harga mengalami peningkatan juga.	Pemilik menambahkan jumlah porsi dengan melihat rata-rata jumlah kekurangan setiap harinya.	Proses yang dilakukan pemilik antara lain: 1.. menambah jumlah produk dengan melihat rata-rata kekurangan setiap harinya. 2. Menambah jumlah meja kursi. 3. Menambah menu baru dengan berbagai varian.

3	Mengapa pemilik berani untuk melakukan tindakan pengambilan resiko dalam usahanya?	Agar usaha yang dimiliki oleh pemilik penjualannya meningkat.	Untuk meningkatkan jumlah kapasitas konsumen yang dapat dimuat.	Untuk memperbesar peluang terjadinya peningkatan minat konsumen terhadap produk usaha pemilik.	Untuk memperbesar minat dan ketertarikan konsumen.	Untuk meningkatkan pendapatan usaha pemilik.	Alasan pemilik dalam melakukan tindakan pengambilan resiko juga bervariasi seperti meningkatkan penjualan, meningkatkan kapasitas, dan menarik minat konsumen.

PROAKTIF

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

1	Apakah pemilik memiliki inisiatif dalam memantau tren usaha olahan ayam? Bagaimana caranya?	Ya. Pemilik mencari informasi mengenai tren yang sedang berjalan.	Ya. Pemilik meminta mendapat kepada konsumen terhadap produknya.	Ya. Pemilik mengamati perkembangan dan strategi pesaing untuk memperoleh informasi	Ya. Pemilik mencari informasi melalui media online tentang tren yang sedang berjalan.	Ya. Pemilik menanyakan kepada konsumen tren yang sedang berjalan.	Memantau tren dengan cara : 1. Mencari informasi tren yang sedang berjalan. 2. Mengamati perkembangan dan strategi pesaing 3. Meminta pendapat konsumen.
2	Apa usaha yang dilakukan pemilik untuk mengembangkan usahanya?	Pemilik bergabung dalam layanan pesan antar (GoFood dan GrabFood) untuk menjangkau konsumen lebih luas.	Pemilik bekerja sama dengan GoFood untuk mengembangkan usahanya.	Pemilik bekerja sama dengan GoFood. Selain itu pemilik juga menghadirkan penawaran paket dengan harga promo untuk menarik minat beli konsumen.	Pemilik bekerja sama dengan GrabFood serta meningkatkan pelayanan konsumen.	Pemilik membuat penawaran menarik yaitu paket menu dengan harga spesial untuk menarik minat beli konsumen.	Usaha yang dilakukan untuk mengembangkan usaha antara lain : 1. Bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood. 2. Meningkatkan pelayanan konsumen. 3. Membuat paket menu dengan harga promo.
3	Bagaimana cara pemilik mengenalkan maupun mempromosikan produknya kepada masyarakat?	Pemilik memilih tempat yang ramai serta bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood.	Pemilik memasang MMT untuk menarik perhatian konsumen serta bekerja sama dengan	Pemilik bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood untuk mempromosikan usahanya.	Pemilik memilih tempat yang mudah dilihat konsumen serta mempromosikan usahanya dengan bekerja	Pemilik memilih tempat yang strategis sehingga banyak orang yang melihat usaha pemilik serta	Cara pemilik mempromosikan produknya antara lain: 1. Bekerja sama dengan GoFood dan GrabFood. 2. Pemilihan lokasi usaha yang strategis.

			GoFood.		sama dengan GrabFood.	mempromosikan usahanya dari mulut ke mulut.	
4	Apakah pemilik pernah mendapat kritik dan saran dari konsumen? Bagaimana cara pemilik menanggapinya?	Pernah. Pemilik menggunakan kritik dan saran itu sebagai ide untuk mengembangkan usaha.	Pernah. Pemilik menanggapi kritik dan saran dengan memperbaiki hal yang masih kritik dan menerima saran untuk pengembangan usaha.	Pernah. Pemilik menanggapinya dengan mengevaluasi hal yang dikritik agar bisa menjadi lebih baik.	Pernah. Pemilik menanggapi kritik dan saran dengan memperbaiki hal yang dikritik dan diberi saran oleh konsumen.	Pernah. Pemilik memperbaiki hal yang dikritik serta melakukan saran yang diberikan oleh konsumen.	Pemilik menggunakan kritik dan saran sebagai ide untuk mengembangkan usaha menjadi lebih baik.

AGRESIVITAS DALAM BERSAING

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN
1	Apa teknis bisnis yang pemilik ikuti dari pesaing?	Pemilik mengikuti harga yang bersaing dengan pesaing lainnya.	Pemilik memberi nama menu paket produknya dengan unik sehingga dapat mudah diingat dan berkesan bagi konsumen.	Pemilik menjual produknya dengan menyediakan berbagai macam varian dan menu paket.	Pemilik menawarkan berbagai macam varian ke dalam menu usahanya.	Pemilik menetapkan harga jual produk yang bersaing dengan pesaing lainnya.	Teknik bisnis yang diikuti pemilik antara lain: 1.. Mengikuti harga jual yang bersaing. 2. Menyediakan berbagai varian menu 3. Memberi nama paket produk dengan unik sehingga mudah diingat.
2	Bagaimana pemilik meyakinkan konsumen untuk	Pemilik menawarkan berbagai	Pemilik selalu menjaga kualitas produk	Pemilik menawarkan produk	Pemilik selalu menjaga kualitas	Pemilik menawarkan produk ayam	Pemilik meyakinkan konsumennya dengan cara menjaga kualitas

	memilih produknya daripada produk pesaing?	macam menu paket dengan harga yang terjangkau.	ayam gepuknya yang sudah berdiri 15 tahun.	berkualitas, harga bersaing, dan menawarkan fasilitas yang nyaman.	kerenyahan produk ayam gepreknya..	goring berkualitas dengan harga yang terjangkau.	produk, menawarkan berbagai macam menu serta fasilitas yang nyaman untuk konsumen.

IDENTIFIKASI PENGETAHUAN

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN
1	Apa bentuk keaktifan pemilik dalam mencari referensi ?	Bentuk keaktifan pemilik dalam mencari referensi adalah menonton youtube yang berhubungan dengan ayam geprek.	Pemilik mencari referensi melalui berita dari Google mengenai perkembangan bisnis ayam.	Pemilik menambah referensi dalam usahanya dengan cara mencari berita dari internet seperti Google, dan Facebook.	Pemilik mencari referensi dari internet yaitu melalui youtube.	Pemilik mencari referensi melalui buku resep serta tutorial dari youtube.	Bentuk keaktifan pemilik dalam mencari referensi antara lain: 1.. Melalui youtube. 2. Mencari berita dari Google dan Facebook 3. Melalui Buku resep.
2	Bagaimana cara pemilik menganalisa peluang ?	Pemilik mengalanisa dengan melihat bahwa usaha ayam banyak diminati sehingga pemilik mencoba usaha tersebut.	Pemilik melihat produk pesaing sehingga pemilik dapat menjual produk yang berbeda dengan pesaing. Hal ini dilakukan agar pemilik tidak memiliki	Pemilik mengamati lokasi sekitar lalu mencari usaha yang belum ada yaitu usaha ayam geprek.	Pemilik melihat tren yang berjalan yaitu ayam geprek sehingga pemilik ikut membuka usaha ayam geprek.	Melihat lokasi sekitar belum banyak yang membuka usaha ayam saat itu jadi pemilik membuka usaha ayam goreng.	Pemilik menganalisa peluang dengan cara melihat jumlah peminat ayam, melihat peluang menjual produk yang belum ada di lingkungan usaha pemilik, mengikuti tren yang sedang berjalan, dan melihat dari produk pesaing lalu

			pesaing dengan produk yang sama.				menginovasinya menjadi produk baru yang tidak memiliki pesaing.

PENCIPTAAN PENGETAHUAN

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN
1.	Apa saja pengetahuan baru yang diciptakan oleh pemilik ?	Pemilik bergabung dengan layanan pesan antar untuk menjangkau konsumen lebih banyak.	Membuat jenis produk baru yaitu ayam gepuk untuk menarik minat konsumen dan menghindari pesaing dengan produk yang sama.	Membuat varian menu baru agar konsumen tidak merasa bosan.	Pemilik bergabung dengan layanan pesan antar online serta menambahkan varian menu untuk menarik minat konsumen.	Menambah menu paket agar jumlah porsi yang terjual semakin banyak.	Pengetahuan baru yang diciptakan pemilik yaitu bergabung dengan layanan pesan antar, membuat produk baru, membuat varian menu baru serta menu paket.
2.	Apakah pengetahuan baru dibutuhkan dalam upaya pengembangan usaha? Mengapa ?	Ya, pengetahuan baru dibutuhkan sebagai inspirasi inovasi dalam meningkatkan teknik dalam usaha.	Ya, dengan pengetahuan baru maka akan tercipta inovasi yang berguna untuk mengembangkan usaha.	Ya, dengan adanya pengetahuan baru maka tercipta inovasi yang dapat berguna bagi pengembangan usaha.	Ya. Dengan adanya pengetahuan baru maka kita meningkatkan hal dalam usaha yang membuat usaha pemilik menjadi lebih maju.	Iya, dengan adanya pengetahuan baru maka akan muncul ide-ide untuk mengembangkan usaha.	Pengetahuan baru dibutuhkan dalam pengembangan usaha karena pengetahuan baru dibutuhkan sebagai inspirasi, modal, dasar dalam setiap usaha untuk melakukan inovasi guna mengembangkan usaha.
3.	Apakah pemilik yakin inovasi berdampak baik	Ya. Dengan adanya inovasi seperti	Ya. Dengan adanya inovasi seperti	Ya. Dengan inovasi seperti	Ya. Dengan berinovasi seperti	Ya. Dengan inovasi memberi tambahan paket	Pemilik yakin inovasi berdampak baik dalam pengembangan usaha

	dalam pengembangan usaha ?	penambahan varian maka akan meningkatkan daya tarik konsumen.	pemberian nama paket unik kepada produk maka akan menarik minat konsumen sehingga usaha semakin berkembang.	memberi berbagai macam varian menu maka akan meningkatkan minat konsumen.	penambahan varian menu serta seni dalam penyajian maka daya tarik konsumen akan meningkat sehingga usaha akan berkembang.	menu maka konsumen lebih mudah dalam memilih serta tidak mudah merasa bosan sehingga penjualan meningkat dan usaha akan berkembang.	karena dengan inovasi maka daya tarik konsumen akan meningkat sehingga penjualan akan meningkat dan usaha akan berkembang.

BERBAGI PENGETAHUAN

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN
1.	Apakah pemilik dan karyawan pernah melakukan sharing ? Bagaimana sharing dilakukan dan tentang apa ?	Ya. Sharing biasa dilakukan dengan cara percakapan ringan mengenai kritik dan saran yang diterima dari konsumen seperti takaran bumbu yang terlalu asin untuk konsumen.	Ya. Karyawan melakukan sharing kepada pemilik untuk menyampaikan kritik ataupun saran yang diterima dari konsumen seperti jumlah porsi yang tidak sama.	Ya. Pemilik dan karyawan saling sharing mengenai kritik yang didapat dari konsumen. Contohnya: tingkat kepedasan antar level tidak signifikan.	Ya. Karyawan menyampaikan kritik yang diberikan dari konsumen mengenai ketidaksamaan jumlah porsi dan tingkat kepedasan cabai yang tidak menentu.	Ya. Pemilik dan karyawan sharing mengenai kritik dari konsumen seperti penyajian yang kurang rapi.	Pemilik dan karyawan pernah melakukan sharing, sharing yang dilakukan yaitu tentang kritik dan saran seperti bumbu yang tidak sesuai selera konsumen, jumlah porsi yang tidak konsisten, penyajian yang kurang rapi, dan perbedaan bumbu yang tidak signifikan tiap levelnya.
2.	Apakah ada pengetahuan baru yang didapat dari hasil sharing ? Beri contohnya ?	Ada, dari kritik dan saran konsumen, pemilik menjadi tahu selera	Ada, menyamakan jumlah porsi menggunakan takaran seperti	Ada, Membuat ketentuan takaran kepedesan untuk setiap	Ada, menyamakan jumlah porsi menggunakan takaran agar	Ada. Pemilik belajar tentang cara penyajian yang rapi dan menarik minat	Pengetahuan baru yang didapat dari hasil sharing yaitu pemilik mengetahui selera konsumen, pemilik

		masyarakat seperti apa.	porsi nasi, bumbu, dan sambal.	level.	jumlah porsinya sama. Contohnya menyajikan nasi dengan mangkok yang sama.	konsumen.	menyadari bahwa konsistensi dalam usaha sangat diperlukan, dan hal yang dianggap penting oleh konsumen seperti cara penyajian serta tingkat kepedasan yang berbeda.
3.	Apakah pengetahuan baru yang didapat digunakan untuk mengembangkan usaha? Beri penjelasannya ?	Ya, dengan mengetahui selera konsumen dari kritik dan sara, kedepannya pemilik dapat mengembangkan usaha sesuai apa yang diminati konsumen.	Ya, dengan adanya takaran pada setiap porsinya maka usaha pemilik akan terlihat lebih konsisten dalam segi cita rasa.	Tidak, pengetahuan baru yang didapat digunakan agar tingkat kepedasan antar level berbeda supaya konsumen tidak bingung.	Ya, dengan adanya jumlah porsi yang sama, konsumen melihat usaha pemilik lebih konsisten.	Ya, dengan penyajian yang rapi maka dapat meningkatkan minat beli konsumen.	Pengetahuan baru yang didapat dapat digunakan untuk mengembangkan usaha, dengan adanya pengetahuan baru maka pemilik dapat melakukan perbaikan atau pengembangan dalam hal yang masih dinilai kurang sehingga usaha dapat lebih berkembang.

PENGGUNAAN PENGETAHUAN

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN
1.	Apakah pemilik menggunakan pengetahuan untuk mengembangkan usaha ?	Ya, karena pengetahuan penting dalam proses pembentukan ide-ide dimana dapat digunakan untuk	Ya, pengetahuan digunakan sebagai inspirasi dalam berinovasi.	Ya, pengetahuan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada dalam usaha.	Ya, pengetahuan digunakan untuk mengikuti perkembangan tren yang ada.	Ya, pemilik menggunakan pengetahuan dalam berinovasi guna bersaing dengan penjual lainnya.	Pemilik menggunakan pengetahuan dalam mengembangkan usaha, pengetahuan digunakan sebagai inspirasi, bekal, modal bagi pemilik untuk melakukan inovasi dalam proses

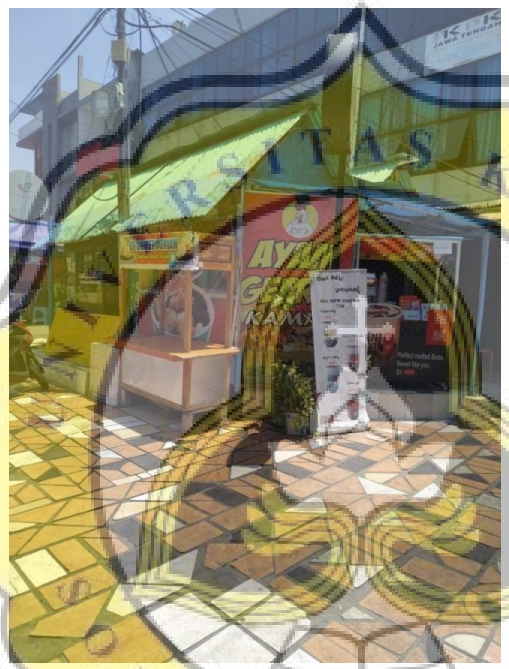
		mengembangkan usaha.					pengembangan usaha.
2.	Bagaimana cara pemilik menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk mempermudah pekerjaan?	Pemilik bergabung dengan GoFood dan GrabFood untuk mempermudah pemilik mencari konsumen untuk usaha pemilik.	Pemilik dan karyawan belajar cara pengaplikasian GoFood sehingga dalam proses usaha pemilik dan karyawan tidak kesulitan melakukan transaksi melalui GoFood.	Pemilik menggunakan cetakan sebagai takaran dalam porsi jualan sehingga proses penjualan menjadi lebih mudah dan cepat.	Pemilik membuat tempat takaran dalam menjual produknya sehingga prosesnya dapat berjalan lebih cepat serta porsi yang diberikan sama.	Pemilik memilih lokasi berjualan yang strategis untuk menjangkau banyak konsumen.	Pemilik menggunakan cara yang berbeda seperti bergabung dengan GoFood dan GrabFood, cara pengaplikasian GoFood, membuat tempat cetakan dan takaran, dan mengaplikasikan pengetahuan dalam memilih lokasi usaha.

KINERJA ORGANISASI

NO	PERTANYAAN	R1	R2	R3	R4	R5	KESIMPULAN
1.	Apakah terjadi peningkatan omset dari waktu ke waktu? Berikan penjelasannya?	Ya. Terjadi peningkatan omset ketika mulai bergabung dengan GoFood dan GrabFood.	Ya. Usaha mengalami peningkatan omset setelah mulai bergabung dengan GoFood dan melakukan renovasi.	Ya. Usaha mengalami peningkatan omset setelah bergabung dengan GoFood dan GrabFood serta menambahkan varian menu.	Ya. Usaha pemilik mengalami peningkatan pendapatan sebesar 20% dari awal membuka usaha.	Ya. Usaha mengalami peningkatan omset karena lokasi usaha yang semakin ramai sehingga konsumen juga semakin meningkat.	Terjadi peningkatan omset dari waktu ke waktu, pemilik melakukan inovasi yaitu bergabung dengan layanan pesan antar, dan juga lokasi usaha yang semakin ramai konsumen juga berpengaruh terhadap peningkatan omset

							usaha.
3.	Berapa omset usaha 3 bulan terakhir ini?	Sekitar 23 juta tiap bulannya.	Rata-rata 25 juta per bulannya.	Sekitar 32 juta tiap bulannya.	Sekitar 55 juta per bulannya.	Sekitar 15 juta per bulannya.	Omset usaha rata-rata dalam 3 bulan terakhir ini yaitu sebesar 30 juta tiap bulannya.

LAMPIRAN 8

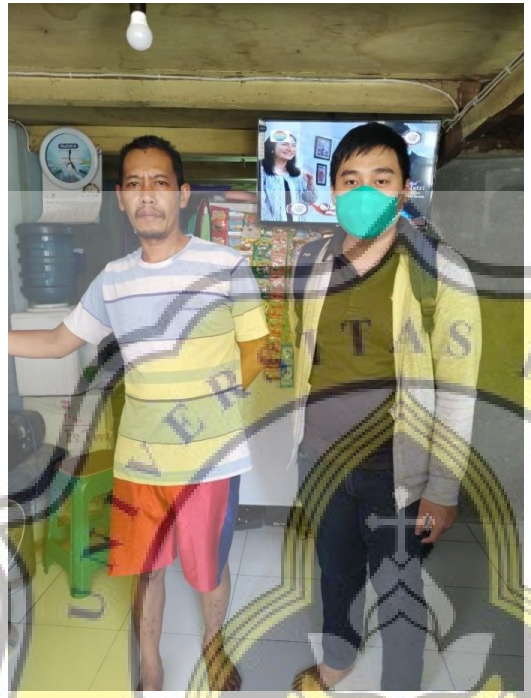


Debit
MINGGU
Tetap Buka
SILAHKAN
PESAN
DISINI

Ayam G-Pux, Pleburan
LebiHepi) pesan di
gofood
gojek
AYAM G-PUX
GORENG BIASA

NutriSari
AYAM GEPREK NICARAGUA
Ayo Coba!!!
Paket Baru Geprek Nicaragua!!!
Paket Sedang
Rp 14.000
Paket Jumbo
Rp 17.000
Paket Geprek Keju
Rp 17.000
Paket Geprek Mozarella
Rp 20.000
Paket Geprek Spesial
Rp 22.000

Sambal Bawang
Sambal Ijo
Sambal Matah
Sambal Terasi
10.000
LAMONGAN
AYAM GORENG BEBEK GORENG
gofood
TAHU TEMPE LELE GORENG



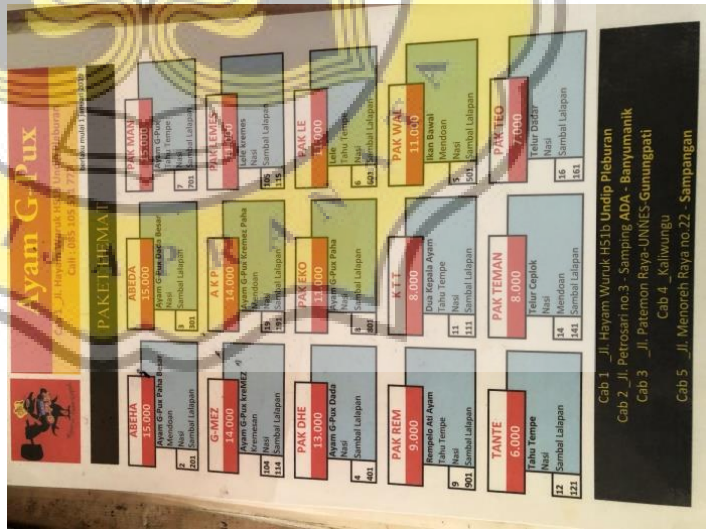
NutriSari
AYAM GEPREK NICARAGUA
Ayo Cobain!!!
Paket Baru Geprek Nicaragua!!!
Paket Sedang
Paket Besar
Rp 14.000
Rp 16.000
Paket Jumbo
Paket Mozarella Keju
Rp 17.000

AYAM GEPREK "49"
SEDIA : PAKET HEMAT
~ AYAM GEPREK KOMPLIT
~ AYAM PENYET KOMPLET
~ AYAM GORENG COCA-COLA + SAMBAL DABU-DABU
~ NASI RAMES
~ NASI PECEL
Rp. 10.000,-
Rp. 10.000,-
TERIMA PESANAN
Le Minerale

AYAM GEPREK
NICARAGUA

ROEMANI
BOS ANNOT
Menu
Terima Pesanan (Rapat, Arisan, dll)
0859-50-4000-56
GEPREK ORIGINAL
Nasi Putih + Ayam Geprek + Lalapan + Es Teh
1. Geprek Original Biasa : Rp. 10.000
2. Geprek Original Jumbo : Rp. 13.000
GEPREK BAKAR
Nasi Putih + Ayam Geprek Bakar + Lalapan + Es Teh
1. Geprek Bakar Biasa : Rp. 12.000
2. Geprek Bakar Jumbo : Rp. 15.000
Nb : Ayam geprek original yang dibakar menggunakan bumbu panggang rahasia
AYAM PANGGANG
Nasi Putih + Ayam Panggang + Lalapan + Es Teh
1. Ayam Panggang Biasa : Rp. 13.000
2. Ayam Panggang Jumbo : Rp. 15.000

PENYET - GEPREK - BAKAR - PANGGANG
GO FOOD
ANNOT
Rp.10.000,-
Nasi Sepuasaya
Free ES TEH
Jual Beli
Service
Isi Game & Filr


Ayam G-Pux
PAKET HEMAT
ABEDA 15.000
Ayam G-Pux besar
Nasi
Sambal Lalapan
7 201
PAK MAN 15.000
Ayam G-Pux
Nasi
Tahu Tempe
Sambal Lalapan
7 201
A K P 14.000
Ayam G-Pux Kremes Paha
Mendoan
Nasi
Sambal Lalapan
13 195
PAK EMS 13.000
Lele kremes
Nasi
Sambal Lalapan
10 155
PAK EKO 11.000
Ayam G-Pux Paha
Nasi
Sambal Lalapan
8 401
PAK LE 11.000
Lele
Tahu Tempe
Nasi
Sambal Lalapan
6 601
A.T.T 8.000
Dua Kepala Ayam
Tahu Tempe
Nasi
Sambal Lalapan
11 111
PAK WA 11.000
Ikan Bawal
Mendoan
Nasi
Sambal Lalapan
5 501
PAK TEO 7.000
Telur Dadar
Nasi
Sambal Lalapan
16 161
ABEHA 15.000
Ayam G-Pux Paha Besar
Mendoan
Nasi
Sambal Lalapan
2 201
G-MEZ 14.000
Ayam G-Pux kreMEZ
Tempe kremes
Mendoan
Nasi
Sambal Lalapan
10 114
PAK DHE 13.000
Ayam G-Pux Dada
Nasi
Sambal Lalapan
4 401
PAK REM 9.000
Rempelo Ati Ayam
Tahu Tempe
Nasi
Sambal Lalapan
9 901
PAK TEMAN 8.000
Telur Ceplok
Nasi
Mendoan
Sambal Lalapan
14 141
TANTE 6.000
Tahu Tempe
Nasi
Sambal Lalapan
12 121
Cab 1 _Jl. Hayam Wuruk H51b Undip Pleburan
Cab 2 _Jl. Petrosari no.3 - Samping ADA - Banyumanik
Cab 3 _Jl. Patemon Raya-UNNES Gunungpati
Cab 4 _Kaliwungu
Cab 5 _Jl. Menoreh Raya no.22 - Sampangan

PLAGIARISM CHECK.ORG

6.72% PLAGIARISM APPROXIMATELY | **0.13%** IN QUOTES

Report #11275370

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan perekonomian negara yang kontribusinya sudah terlihat secara nyata. Dilansir dari tribunnews.com pada tahun 2018, pertumbuhan UMKM di Indonesia mencapai 5,3% setiap tahunnya, hal ini membuktikan bahwa UMKM menjadi salah bisnis yang dinilai berhasil dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia.Pada provinsi Jawa Tengah sendiri, pemerintah juga memberi perhatian dan upaya serius guna meningkatkan perkembangan UMKM di Jawa Tengah. Dibuktikan dengan adanya bantuan pemerintah dalam memudahkan peminjaman akses modal untuk memulai usaha yang pada tahun 2018 lalu telah menjamin lebih dari 130.000 UMKM di Jawa tengah yang tentunya di tahun 2019 program ini akan terus dilanjutkan. Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa di Provinsi Jawa Tengah, perkembangan UMKM dari tahun 2008 sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hingga 2019 yang membuktikan bahwa UMKM di Jawa Tengah mengalami perkembangan yang pesat dalam membantu peningkatan perekonomian di Indonesia. Pada Kota Semarang sendiri, Walikota Semarang langsung turun tangan dalam membantu perkembangan UMKM di Kota Semarang dengan meluncurkan Pusat Layanan Usaha Mikro Kota Semarang pada