

BAB IV

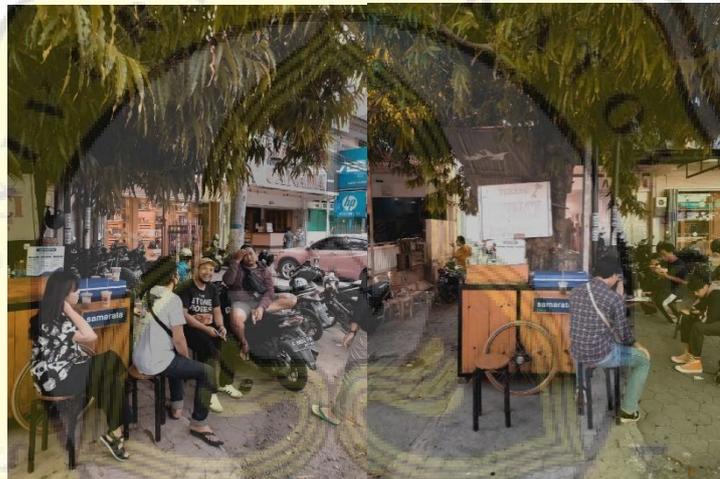
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kedai Kopi Tegal

Keberadaan kedai kopi di kota Tegal ini sesuai dengan kebutuhan masyarakatnya terkhusus kaum lelaki. Kaum lelaki di daerah ini membutuhkan tempat nongkrong, tempat meluapkan masalah dan berbagi dengan yang lainnya. Bahkan tidak jarang kedai kopi menjadi pengikat komunikasi antara dua tetangga yang jarang saling bertegur sapa. Menu utama yang disediakan adalah menu kopi. Kopi yang dibuat oleh beberapa barista, mereka ahli dan terlatih dalam memproduksi bahan yang tepat untuk membuat kopi yang nikmat. Bahan baku kopi didatangkan langsung dari Italia melalui pemasok Tegal. Adapun bahan minuman selain kopi berasal dari pemasok lokal Tegal. Waktu berlalu, ketika Muhammad Fardani masih kuliah, dia juga berpikir untuk membuka kedai kopi dan tempat pertemuan yang asik bagi pecinta kopi di Tegal. Berikut ini adalah gambaran umum tentang "Kopi Tegal" :



samarata
Bikin Melek & Bikin Seger



Gambar 4.1. Kedai Kopi Samarata





Gambar 4.2. Dr.coffe saat malam hari



Gambar 4.3. Penjual Kedai Dr.coffe

Pemilik kedai kopi di Kota Tegal berjenis laki-laki dan perempuan tetapi lebih banyak di domisili oleh laki-laki, usia pemilik dari kedai kopi di Tegal lebih banyak

berusia sekitar 21-30 tahun, pendidikan lebih banyak lulusan SMA, dan status dari pemilik kedai di Kota Tegal rata-rata sudah menikah. Berikut nama-nama kedai kopi yang ada di kota Tegal Teng-Teng Kopi, WIJIKOPI, Kedai Faedah, El coffe DeBe Mall Tegal, Kopi Soe Tegal, Jono Seduh Kopi, Demen Coffe, Kedai Kopi Macapat, dan lain-lain.

4.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia responden, pendidikan serta status perkawinan mereka yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah (orang)	%
a. Laki-laki	23	65.7%
b. Perempuan	12	34.3%
TOTAL:	35	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa responden pada penelitian mayoritas berjenis kelamin laki-laki berjumlah 23 orang (65.7%) dan sisanya 12 orang atau 34.3% adalah perempuan.

Tabel 4.2. Usia Responden

Keterangan	Jumlah (orang)	%
>50 Tahun	4	11.4%
21-30 Tahun	19	54.3%
31-40 Tahun	9	25.7%
41-50 Tahun	3	8.6%
Total	35	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa mayoritas responden yang berusia 21-30 tahun berjumlah 19 orang (54.3%).

Tabel 4.3. Pendidikan Responden

Keterangan	Jumlah (Orang)	%
D3	14	40%
S1	8	22.8%
SMA	13	37.14%
Total	35	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian berpendidikan D3 berjumlah 14 orang (40%).

Tabel 4.4. Status Perkawinan Responden

Keterangan	Jumlah (Orang)	%
Belum Menikah	13	37.1%
Menikah	22	62.9%
Total	35	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah

Berdasarkan pada tabel tersebut diketahui bahwa responden pada penelitian yang belum menikah berjumlah 13 orang (37.1%) dan yang sudah menikah berjumlah 23 orang (62.9%).

4.3. Analisis Deskriptif

4.3.1. Tanggapan Responden

Untuk mengetahui tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Keterangan:

Score	Kategori
1-1,8	Sangat Tidak Setuju
1,81-2,6	Tidak Setuju
2,61-3,4	Netral
3,41-4,2	Setuju
4,21-5	Sangat Setuju

Tabel 4.5. Tanggapan Responden terhadap Orientasi Kewirausahaan

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5			
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Saya tidak puas bila yang saya inginkan belum diperoleh	0	0	2	4	9	27	17	68	7	35	3.83	Setuju
2	Saya terus berusaha meski orang lain mengatakan tidak mungkin	0	0	2	4	10	30	17	68	6	30	3.77	Setuju
3	Saya terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan	0	0	3	6	3	9	15	60	14	70	4.14	Setuju
4	Apa yang saya capai adalah hasil kerja keras	0	0	0	0	8	24	22	88	5	25	3.91	Setuju
5	Untung atau ruginya usaha ditentukan oleh saya sendiri	0	0	0	0	6	18	23	92	6	30	4.00	Setuju
6	Saya mampu menguasai diri	0	0	5	10	8	24	15	60	7	35	3.69	Setuju
7	Orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya	0	0	2	4	8	24	21	84	4	20	3.77	Setuju
8	Saya suka mengambil keputusan sendiri	0	0	0	0	1	3	26	104	8	40	4.20	Setuju
9	Saya suka berjumpa dengan orang baru	0	0	5	10	8	24	15	60	7	35	3.69	Setuju

10	Saya berinisiatif untuk memulai pembicaraan	0	0	2	4	8	24	21	84	4	20	3.77	Setuju
11	Saya menyukai banyak kesibukan	0	0	4	8	3	9	17	68	11	55	4.00	Setuju
Rata-rata :											3.89	Setuju	

Berdasarkan pada tabel diatas untuk variabel orientasi kewirausahaan pada Pertanyaan pertama Saya tidak puas bila yang saya inginkan belum diperoleh responden rata-rata memperoleh skor 3.83 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan kedua Saya terus berusaha meski orang lain mengatakan tidak mungkin memperoleh skor 3.77 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan ketiga Saya terus bekerja sampai mencapai tujuan yang diinginkan memperoleh skor 4.14 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan keempat Apa yang sayacapai adalah hasil kerja keras memperoleh skor 3.19 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan kelima Untung atau ruginya usaha ditentukan oleh saya sendiri memperoleh skor 4.00 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan keenam Saya mampu menguasai diri rata-rata memperoleh skor 3.69 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan ketujuh Orang lain banyak yang dapat bekerja sebaik saya memperoleh skor 3.77 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan kedelapan Saya suka mengambil keputusan sendiri memperoleh skor 4.20 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan kesembilan Saya suka berjumpa dengan orang baru memperoleh skor 3.69 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan kesepuluh Saya berinisiatif untuk memulai pembicaraan memperoleh skor 3.77 masuk dalam kategori setuju. Pertanyaan kesepuluh Saya menyukai banyak kesibukan rata-rata memperoleh skor 4.00 masuk dalam

kategori setuju. Kesimpulan dari variabel orientasi kewirausahaan ini adalah bahwa responden menjawab setuju.

Tabel 4.5. Tanggapan Responden terhadap OrientasiPasar

No.	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata	Kategori
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5		Skor	
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
1	Saya selalu memahami kebutuhan pelanggan	0	0	5	10	8	24	15	60	7	35	3.69	Setuju
2	Saya selalu memahami keinginan pelanggan	0	0	2	4	8	24	21	84	4	20	3.77	Setuju
3	Saya selalu meminta tanggapan terhadap kepuasan pelanggan	0	0	0	0	1	3	26	104	8	40	4.20	Setuju
4	Saya selalu membandingkan strategi bisnis sendiri dengan pesaing	0	0	0	0	1	3	23	92	1	55	4.29	Sangat Setuju
5	Saya selalu membandingkan kinerja bisnis sendiri dengan pesaing	0	0	4	8	13	39	9	36	9	45	3.66	Setuju
6	Saya selalu mengantisipasi perubahan-perubahan strategi pesaing	1	1	0	0	4	12	24	96	7	35	4.11	Setuju
Rata-rata :											3.95	Setuju	

Berdasarkan tabel diatas tentang tanggapan responden terhadap orientasi pasar dari pertanyaan pertama mengenai pemahaman kebutuhan pelanggan memperoleh skor 3,69 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan kedua mengenai selalu memahami keinginan pelanggan memperoleh skor 3,77 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan ketiga mengenai tanggapan terhadap kepuasan pelanggan memperoleh skor 4,20 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan keempat mengenai perbandingan strategi bisnis sendiri dengan pesaing memperoleh skor

4,29 masuk dalam kategori sangat setuju, pertanyaan kelima mengenai perbandingan kinerja bisnis sendiri dengan pesaing memperoleh skor 3,66 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan keenam mengenai antisipasi perubahan strategi pesaing memperoleh skor 4,11 masuk dalam kategori setuju. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju, kecuali pada pertanyaan perbandingan strategi bisnis dengan pesaing responden menjawab sangat setuju

Tabel 4.6. Tanggapan Responden terhadap KinerjaUMKM

No	Pernyataan	Jawaban										Rata-rata Skor	Kategori		
		Skor 1		Skor 2		Skor 3		Skor 4		Skor 5					
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S				
1	Usaha ini mengalami peningkatan hasil pendapatan setiap bulannya	0	0	5	10	8	24	1	5	60	0	0	3.69	Setuju	
2	Modal yang saya dapat selalu meningkat	0	0	2	4	8	24	2	1	84	0	0	3.77	Setuju	
3	Banyak calon karyawan yang melamar disini	0	0	0	0	1	3	2	6	10	4	0	0	4.20	Setuju
4	Saya melakukan kegiatan pemasaran dalam kota dan luar kota	0	0	3	6	13	39	9	36	0	0	0	0	3.74	Setuju
5	Kuntungan pertumbuhan / laba usaha setiap bulan	0	0	2	4	8	24	1	5	60	0	0	3.94	Setuju	
Rata-rata :												3.87	Setuju		

Berdasarkan tabel diatas tentang tanggapan responden terhadap kinerja UMKM dari pertanyaan pertama yaitu usaha ini mengalami pendapatannya setiap bulan memperoleh skor 3,69 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan kedua mengenai modal yang selalu meningkat memperoleh skor 3,77 masuk dalam

kategori setuju, pertanyaan ketiga mengenai banyaknya calon karyawan yang ingin melamar memperoleh skor 4,20 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan keempat melakukan pemasaran dalam kota dan luar kota memperoleh skor 3,74 masuk dalam kategori setuju, pertanyaan kelima mengenai keuntungan pertumbuhan laba usaha setiap bulan memperoleh skor 3,94 masuk dalam kategori setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa keseluruhan untuk variabel kinerja UMKM responden menjawab setuju.

4.4. Pengujian Hipotesis

Tabel 4.7. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.801	1.359		-2.061	.047
	OrientasiKewirausahaan	.295	.062	.577	4.801	.000
	OrientasiPasar	.401	.121	.399	3.318	.002

a. Dependent Variable: KinerjaUMKM

Sumber: Data Primer yang Diolah menggunakan SPSS versi 22 (2019)

Persamaan regresinya adalah

$$Y = a + \beta X_1 + \beta X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja UMKM

a = Konstanta

β = Konstanta Regresi

X₁ = Orientasi kewirausahaan

X_2 = Orientasi pasar

e = eror

1. Pengujian Hipotesis Pertama

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada bidang kedai kopi di Kota Tegal

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Artinya orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis pertama diterima.

2. Pengujian Hipotesis Kedua

H2 : Orientasi pasar berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada bidang kedai kopi di Kota Tegal.

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan pada tabel tersebut diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel orientasi pasar sebesar 0,002 yang nilainya $< 0,05$. Artinya orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis kedua diterima.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga

H3: Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM

Tabel 4.8. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.344	2	152.672	141.439	.000 ^b
	Residual	34.541	32	1.079		
	Total	339.886	34			

a. Dependent Variable: KinerjaUMKM

b. Predictors: (Constant), OrientasiPasar, OrientasiKewirausahaan

Sumber: Data Primer yang Diolah menggunakan SPSS versi 22 (2019)

Hasil pada pembahasan diatas menunjukkan bahwa kinerja UMKM memiliki pengaruh terhadap sebuah orientasi pasar dan perusahaan dengan nilai diatas $0.000 < 0,05$ dengan hasil model fit.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,000 yang nilainya $< 0,05$. Artinya orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis pertama diterima. Hal tersebut juga diperkuat dengan hasil tanggapan responden pada penelitian ini terkait dengan orientasi kewirausahaan bahwa pemilik kedai kopi di Tegal ini lebih menyukai mengambil keputusannya sendiri dalam membangun bisnis kopinya, selain itu para pemilik kedai kopi ini juga memiliki semangat yang tinggi untuk menciptakan inovasi-inovasi terbaru guna untuk menaikkan omset kedai kopinya.

Menurut Lumpkin & Dess (1996) mengemukakan bahwa Orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) adalah orientasi perusahaan yang memiliki prinsip pada upaya untuk mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berorientasi pada kewirausahaan memiliki ketrampilan untuk menilai kebutuhan konsumen, sehingga mungkin menjadi yang pertama menawarkan produk dan jasa pada pasar serta membuat perluasan lini dan merek terhadap pasar target baru. Dari kesimpulan di atas, penelitian ini memberikan implikasi bahwa pimpinan perusahaan atau Usaha Kecil dan Menengah (UKM) perlu untuk lebih meningkatkan komitmennya terhadap penerapan orientasi kewirausahaan karena telah terbukti dalam penelitian empiris bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan dan berpengaruh positif terhadap orientasi pasar. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan orientasi kewirausahaan yang kuat, akan mengembangkan konsep produk baru yang menuju kepada kebutuhan pelanggan yang ada. Maka Usaha Kecil dan Menengah (UKM) perlu semakin menumbuhkan jiwa dan semangat kewirausahaan, sehingga selalu muncul semangat untuk mengem-bangkan produk-produk baru.

4.5.2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.13. diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel orientasi pasar sebesar 0,002 yang nilainya $< 0,05$. Artinya orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Jadi hipotesis kedua diterima. Hal tersebut juga diperkuat dengan tanggapan responden pada penelitian ini bahwa dalam mengembangkan bisnis kopinya, para pemilik selalu memperhatikan strategi

bisnis yang dikembangkan oleh pesaingnya agar mereka mampu mengatur strategi untuk menghadapi persaingan tersebut.

Menurut Lamb *et al*, 2001 menyatakan bahwa sebuah strategi pada pemasaran dengan strategi yang digunakan dengan penjualan dengan pembelian produk pada keputusan sebuah konsumen. Orientasi yang dibutuhkan dengan keinginan konsumen dengan memberikan sebuah nilai yang terbaik. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Fajrin Amrulloh (2017) yang menyatakan bahwa orientasi pasar memiliki hubungan signifikan dengan kinerja pemasaran. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi orientasi pasar maka semakin tinggi inovasi. Orientasi pasar yang diterapkan UMKM kedai kopi Tegal sudah baik namun masih terdapat indikator yang dibawah rata-rata yaitu mencari tahu kelebihan / kekurangan pesaing dan mempelajari strategi yang digunakan pesaing serta cepat tanggap dan agresif dalam menghadapi aktivitas pesaing.

4.5.3. Pengaruh Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai sig.F sebesar $0.000 < 0,05$ yang artinya model fit. Artinya, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Orientasi pasar meliputi: orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar fungsi, sedangkan strategi bersaing meliputi: inovasi, peningkatan kualitas dan strategi biaya rendah. Ditunjukkan bahwa orientasi pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keseluruhan strategi bersaing. Orientasi pesaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi inovasi dan strategi

biaya rendah. Tetapi orientasi pesaing tidak berpengaruh terhadap strategi peningkatan kualitas.

Orientasi kewirausahaan yang berupa dimensi inovasi berhubungan positif terhadap strategi bersaing yang berupa strategi biaya rendah dan diferensiasi. Akan tetapi orientasi kewirausahaan yang berupa dimensi pengambilan resiko dan keagresifan bersaing tidak berpengaruh terhadap strategi keunggulan bersaing (Lecher dan Gudmundsson, 2014).

Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Ge dan Ding (2005) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara orientasi pasar dan kewirausahaan terhadap kinerja.

4.6. Implikasi manajerial

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM, berarti upaya pemilik kedai kopi tegal untuk meningkatkan komitmennya terhadap penerapan orientasi kewirausahaan karena telah terbukti dalam penelitian empiris bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan dan berpengaruh positif terhadap orientasi pasar. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dengan orientasi kewirausahaan yang kuat, akan mengembangkan konsep produk baru yang menuju kepada kebutuhan pelanggan yang ada. Maka Usaha Kecil dan Menengah (UKM) perlu semakin menumbuhkan jiwa dan semangat kewirausahaan, sehingga selalu muncul semangat untuk mengem-bangkan produk-produk baru.

1. Pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap kinerja

Hasil analisis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja. Hal ini berarti bahwa kinerja UKM meningkat secara signifikan apabila pelaku UMKM terus berperilaku secara inovatif. Artinya situasi inovasi mempunyai hubungan yang erat dengan kinerja UKM (Jenatabadi, 2014). Dengan kata lain, apapun sektor usaha yang digeluti oleh para pelaku UKM sebaiknya mampu menciptakan suasana dan tindakan-tindakan inovatif dalam mendorong kinerja usaha yang lebih baik serta mencari peluang baru dan berani mencoba sesuatu yang baru untuk menjawab kejenuhan pasar.

2. Pengaruh Orientasi pasar terhadap kinerja Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan diketahui bahwa

Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Strategi orientasi pasar dengan memberikan sebuah kemauan pada persaingan pada perusahaan. Hal ini telah diterapkan dengan kelebihan dengan kebutuhan dengan pelanggan serta keinginan yang disesuaikan. Selain itu hasil ini juga mendukung pandangan Bharadwaj et al (1993, p. 92) yang menyatakan bahwa budaya perusahaan yang menekankan pada pentingnya perusahaan untuk memperhatikan pasar (berorientasi pasar) akan mengarah pada penguatan keunggulan bersaing perusahaan tersebut.

3. “Pengaruh Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap Kinerja“

Pengaruh kinerja UMKM terhadap orientasi kewirausahaan dengan orientasi. Perusahaan yang berorientasi pasar, biasanya menjadi lebih inovatif dan cenderung mencapai kinerja yang unggul (Agrawal, Erramilli, dan Dev, 2003). Ciri perusahaan yang menerapkan orientasi pasar dapat dilihat dari seberapa besar pemahaman mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini dan masa depan serta menggunakan kemampuan mereka untuk menawarkan solusi kebutuhan yang lebih unggul daripada pesaing (Slater dan Narver, 2000)

Perusahaan yang berorientasi pasar juga akan memiliki kinerja yang lebih baik dalam memahami pelanggan dan pesaingnya (Lings dan Greenley, 2010). Orientasi pasar sangat penting untuk kinerja perusahaan karena dapat mendorong dan mendukung pengembangan produk baru untuk memenuhi kebutuhan pasar saat ini dan masa depan.

Perusahaan yang menerapkan konsep orientasi kewirausahaan umumnya efektif untuk meningkatkan kinerja organisasi (Madsen, 2005). Orientasi kewirausahaan juga dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan menanggapi pasar lebih awal dari pesaing sehingga dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan mencapai kinerja yang lebih baik.