

ACISE

by Mon Krist

Submission date: 07-Mar-2022 12:40PM (UTC+0700)

Submission ID: 1778277638

File name: cek_plagiarism.doc (205K)

Word count: 3321

Character count: 22382

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA DEPOT KULINER TRADISIONAL INDONESIA DI SURABAYA

Herry Christian Palit¹, Monika Kristanti², Debora Anne Yang Aysia³

^{1,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Kristen Petra

²Program Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

Telp. (031) 2983140, 2983433

E-mail: herry@petra.ac.id

ABSTRAKS

Maraknya kuliner asing yang bertumbuh sangat pesat menyebabkan tergesernya kuliner tradisional Indonesia. Salah satu yang terkena dampak yaitu depot/gerai yang menjual makanan tradisional Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian awal untuk memperbaiki kinerja depot makanan tradisional agar tetap dapat bersaing dengan kuliner asing. Dari beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah orientasi kewirausahaan. Penelitian ini melihat pengaruh orientasi kewirausahaan dari pemilik depot terhadap kinerja depot. Orientasi kewirausahaan diukur dari beberapa variabel, yaitu inovasi, proaktif, berani mengambil resiko, dan keagresifan. Kinerja depot diukur dari aspek finansial dan non finansial (internal bisnis proses, learning and growth, konsumen) menurut Balanced Scorecard (BSC). Pengolahan data menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan program SmartPLS (v.3.2.1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel dari orientasi kewirausahaan yang berpengaruh secara signifikan ($\alpha = 0,05$) terhadap kinerja depot adalah pengambilan resiko saja, sedangkan inovasi, proaktif dan keagresifan tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci: kinerja depot, orientasi kewirausahaan, BSC, SEM

1. PENDAHULUAN

Perkembangan kebudayaan manusia membuat definisi makan bukan lagi sekedar aktivitas memasukkan makanan pokok atau sesuatu ke dalam mulut serta mengunyah dan menelannya (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, n.d.), melainkan menjadi sederet peristiwa sosial budaya. Makan melibatkan pemenuhan kebutuhan sosial agar merasa aman, tentram, sejahtera; menunjukkan identitas kelompok dan kebanggaan; menyatakan status sosial; menyatakan tingkat kepuasan dan kerinduan serta menjadikan sarana komunikasi vertikal dan horisontal, disamping memberikan zat gizi yang cukup bagi kesehatan (Kittler dan Sucher, 2000). Makan menjadi kebutuhan pokok sehingga tidak mengherankan apabila bisnis makanan terus berkembang dan menjadi salah satu penopang terbesar pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Ketua Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur, Haryono mengatakan potensi makanan dan minuman di Jawa Timur cukup besar. Tercatat lebih dari 2.000 kafe dan restoran terdapat di Surabaya hingga tahun 2012 dengan rata-rata pertumbuhan 20% setiap tahunnya. Pertumbuhan tersebut meliputi jumlah waralaba/gerai maupun pelaku usahanya.

Pertumbuhan tersebut di atas menunjukkan bahwa bisnis makanan memiliki prospek yang baik, namun bila dilihat lebih lanjut, ternyata bisnis kuliner asing bertumbuh sangat pesat di Indonesia sehingga mengancam bisnis kuliner tradisional (Hen, 2014). Menurut Achyaruddin, Direktur Pengembangan Minat Khusus, Konvensi, Insentif, dan Even Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pertumbuhan gerai asing turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia. Banyak konsumen yang memilih makanan asing daripada makanan tradisional Indonesia, sehingga makanan tradisional semakin tersisih. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dalam upaya untuk memperbaiki kinerja unit usaha yang menjual kuliner tradisional Indonesia. Unit usaha yang digunakan sebagai objek analisis pada penelitian ini adalah depot/gerai yang menjual kuliner tradisional Indonesia di Surabaya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa salah satu aspek penting untuk melihat kinerja suatu usaha adalah orientasi kewirausahaan dari pihak manajemen atau pengelola. Baker dan Sinkula (2009) menyatakan bahwa aspek orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh tidak langsung pada peningkatan kinerja suatu usaha/organisasi dengan orientasi pasar sebagai variabel mediasi. Hal ini dinyatakan juga dalam penelitian yang dilakukan oleh Kumalaningrum (2011) dan Risnawati & Noermijati (2011). Halim dkk (2012) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja organisasi melalui kapabilitas pemasaran sebagai variabel mediasinya, dimana ditinjau dari kinerja pemasaran Beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh

langsung terhadap kinerja organisasi (Wiklund dan Shepherd, 2005; Pangeran, 2011). Pada penelitian-penelitian tersebut kinerja usaha diukur dari aspek finansial atau kinerja pemasaran. Orientasi kewirausahaan sangat penting bagi keberlangsungan hidup organisasi karena orientasi ini menggambarkan bagaimana pelaku usaha atau pihak manajemen mengidentifikasi dan mengeksploitasi kesempatan.

Penelitian ini merupakan penelitian awal untuk memperbaiki kinerja depot kuliner tradisional Indonesia yang ada di Surabaya, dimana penelitian dilihat dari sudut pandang pengelola/pemilik depot kuliner tradisional Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja depot kuliner tradisional Indonesia, dimana orientasi kewirausahaan diukur dari beberapa variabel, yaitu inovasi, proaktif, berani mengambil resiko, dan keagresifan. Pengukuran kinerja depot bukan hanya ditinjau dari aspek profit atau kinerja pemasaran saja seperti pada penelitian-penelitian sebelumnya, melainkan dari aspek-aspek lainnya. Kinerja depot diukur dari aspek (perspektif) finansial dan non finansial (internal bisnis proses, *learning and growth*, konsumen) menurut konsep Balanced Scorecard (BSC).

2. ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Bakat dan pengetahuan tentang segala aspek usaha yang ditekuni diperlukan untuk keberhasilan wirausaha. Pelaku wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan pengaruh yang lebih cepat dari pesaingnya. Orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) memiliki perbedaan dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Orientasi kewirausahaan di definisikan sebagai penggambaran bagaimana *new entry* dilaksanakan oleh perusahaan. Kewirausahaan didefinisikan sebagai *new entry* yang dapat dilakukan dengan memasuki pasar yang tetap ataupun pasar yang baru dengan produk/jasa yang telah ada ataupun yang baru ataupun meluncurkan perusahaan baru (Lumpkin dan Dess, 1996). Orientasi kewirausahaan mengarah pada perencanaan strategi bisnis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memperkenalkan produk/layanan baru kepada konsumen. Orientasi kewirausahaan dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Menurut Dess dan Lumpkin (2005), orientasi kewirausahaan mempunyai beberapa dimensi:

- Otonomi merupakan kebebasan individu untuk berpikir dan bertindak kreatif dalam mengatasi berbagai persoalan atau dalam mengoptimalkan peluang baru yang menarik di pasar.
- Inovatif merupakan keinginan perusahaan untuk memperkenalkan hal-hal baru dan mempunyai nilai kebaharuan (*novelty*) melalui eksperimen dan proses yang kreatif yang bertujuan untuk pengembangan produk baru atau jasa, yang diikuti pula dengan pengembangan prosesnya.
- Proaktif merupakan cara pandang kedepan dari seorang *market leader* dengan mengantisipasi dan mengejar peluang baru serta berpartisipasi dalam pasar yang muncul.
- Pengambilan resiko merupakan kemampuan aktif perusahaan untuk mengejar peluang meskipun mengandung resiko dan hasilnya tidak pasti.
- Keagresifan merupakan usaha/pengorbanan terus-menerus yang dilakukan perusahaan untuk bersaing dengan pesaing agar dapat menunjukkan kinerja yang lebih baik dari para pesaingnya.

3. PENGUKURAN KINERJA DENGAN BALANCED SCORECARD

Kinerja didefinisikan sebagai sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, n.d.). Armstrong dan Baron (1998) dalam Wibowo (2008) berpendapat bahwa kinerja adalah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi organisasi/perusahaan. Day dan Wenslay (1988) dalam Idrus (2008) menyebutkan bahwa kinerja bisnis dapat dilihat melalui kepuasan pelanggan, pertumbuhan penjualan serta profitabilitas. Kinerja perusahaan adalah hasil pekerjaan yang dicapai perusahaan, yang diukur melalui perspektif *financial* dan *non-financial*. Manajemen dan organisasi memandang perusahaan dari empat perspektif yang menghubungkan pengendalian operasional jangka pendek ke dalam visi dan strategi bisnis jangka panjang dalam *Balanced Scorecard* (Kaplan dan Norton, 1996). Empat perspektif tersebut adalah perspektif *financial*, *customer*, *internal business process*, dan *learning and growth*.

4. PENGUKURAN KINERJA DEPOT

Kinerja didefinisikan sebagai sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, n.d.). Armstrong dan Baron (1998) dalam Wibowo (2008) berpendapat bahwa kinerja adalah hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan

konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi organisasi/perusahaan. Day dan Wenslay (1988) dalam Idrus (2008) menyebutkan bahwa kinerja bisnis dapat dilihat melalui kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, pertumbuhan penjualan serta profitabilitas. Kinerja perusahaan adalah hasil pekerjaan yang dicapai perusahaan, yang diukur melalui perspektif *financial* dan *non-financial*. Manajemen dan organisasi memandang perusahaan dari empat perspektif yang menghubungkan pengendalian operasional jangka pendek ke dalam visi dan strategi bisnis jangka panjang dalam *Balanced Scorecard* (Kaplan dan Norton, 1996). Empat perspektif tersebut adalah perspektif *financial*, *customer*, *internal business process*, dan *learning and growth*. Penelitian ini mengukur kinerja depot dengan menggunakan keempat perspektif tersebut sebagai variabel pengukuran.

5. METODE PENELITIAN

Sebagai langkah awal untuk menentukan depot kuliner tradisional yang digunakan sebagai unit analisis, maka dilakukan survey Top of Mind (TOM) untuk melihat makanan Indonesia yang menjadi favorit bagi masyarakat Surabaya. Hasil survey TOM dari 453 responden memberikan informasi 10 makanan favorit masyarakat Surabaya, yaitu pecel, rawon, gado-gado, rujak cingur, gudeg, soto ayam, nasi goreng jawa, semanggi, bakso, dan tahu campur. Penentuan sampel diambil dari depot-depot yang menjual minimum salah satu dari makanan-makanan favorit tersebut. Selain itu kriteria lain yang digunakan adalah interior depot minimalis, maksimum mempunyai satu cabang, tampilan list menu sederhana, mempunyai bangunan sendiri yang permanen (bukan PKL atau pujasera), bukan memiliki konsep warung kopi atau cafe, range harga makanan berkisar antara Rp. 8000 – Rp. 25.000, sebagian besar menu makanan adalah kuliner tradisional Indonesia (minimum 80%). Instrumen pengukuran menggunakan kuesioner dengan skala likert 1 – 7, dengan menggunakan dua macam jenis pengukuran yaitu tingkat keseringan/frekuensi dan tingkat persetujuan. Jenis pengukuran tingkat keseringan hanya digunakan untuk indikator pernyataan untuk mengukur variabel inovasi, sedangkan variabel lain diukur dengan tingkat persetujuan. Responden penelitian ini adalah pemilik/pengelola depot dengan pemilihan depot berdasarkan kriteria yang sudah dijelaskan, dan disebar keempat wilayah Surabaya, yaitu Surabaya Utara & Pusat, Surabaya Timur, Surabaya Barat, dan Surabaya Selatan. Pengambilan sampel dilakukan secara non probability sampling menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana penentuan sampel berdasarkan pertimbangan/kriteria tertentu. Jumlah sampel yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 37 depot. Pengolahan data menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program *SmartPLS (v.3.21.) student version*. Indikator-indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel konstruk dari penelitian seperti yang terlihat pada Tabel 1. Pada penelitian ini tidak memasukkan variabel otonomi karena jumlah karyawan depot relatif sedikit dan belum diperlukan pendelegasian untuk pengambilan keputusan, sehingga semua pengambilan keputusan langsung dari pemilik depot. Hal ini juga didukung dari hasil wawancara dengan pemilik depot yang mengatakan bahwa semua ide dan pengambilan keputusan untuk mengatasi masalah berasal dari mereka sendiri.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

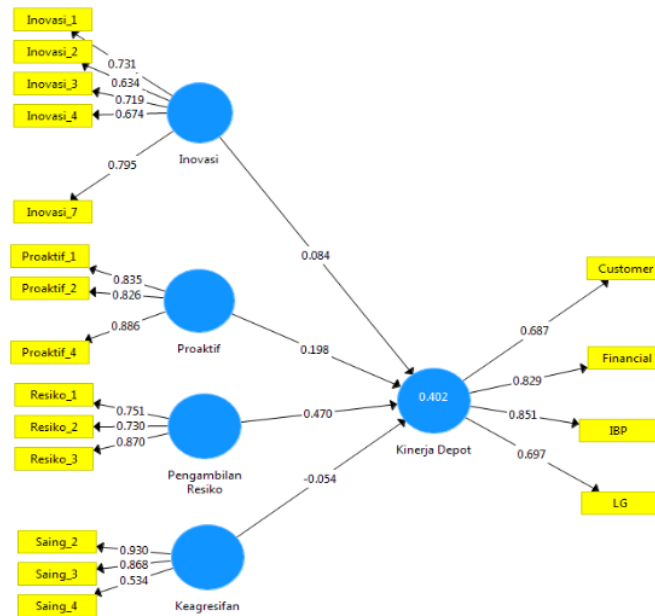
Semua kuesioner diisi oleh pemilik responden dan semua profil dan pernyataan setiap indikator terisi dengan lengkap. Berikut ini adalah penjelasan profil responden dari 37 depot yang menjadi sampel penelitian. Usia rata-rata pemilik depot paling banyak adalah berada di kisaran 35 – 50 tahun (37,8%) dengan tingkat pendidikan terakhir paling banyak adalah SMA/SMK (37,8 %) dan diikuti oleh Sarjana/S1 (32,4%) yang tidak berbeda jauh. Artinya secara tingkat pendidikan, sebagian besar pemilik depot (70,2%) dapat dikatakan memiliki tingkat pendidikan yang memadai. Kebanyakan depot sudah cukup lama berdirinya, yaitu diatas 15 tahun (40,5%). Jenis kepemilikan usaha sebagian besar adalah milik pribadi (86,5%). Jumlah karyawan yang dimiliki depot sebagian besar berada di kisaran 2 – 5 orang (78,4%), dimana status karyawan paling banyak adalah orang luar (59,5%). Rata-rata tingkat pendapatan depot per bulan paling banyak adalah antara > 15 juta – 25 juta (29,7%) dan > 25 juta – 30 juta (29,7%). Berdasarkan Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 mengenai batasan UMKM (Pasal 6), dimana untuk kategori usaha mikro memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000, sedangkan untuk kategori usaha kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000. Dengan ketentuan tersebut, maka 54,05% dari sampel depot adalah usaha mikro dan sisanya 45,95% adalah usaha kecil.

Tabel 1. Variabel Konstruk dan Indikator Penelitian dari Tiap Aspek

No.	Aspek	Variabel Konstruk	Indikator
1.	Orientasi Kewirausahaan	Inovasi	Menciptakan makanan baru (Inovasi_1)
			Menyediakan variasi lauk (Inovasi_2)
			Menciptakan makanan dengan rasa yang unik (Inovasi_3)
			Cara melayani yang unik (Inovasi_4)
			Mengembangkan makanan dengan pemanfaatan teknologi (Inovasi_5)
			Mengembangkan layanan dengan pemanfaatan teknologi (Inovasi_6)
			Mencari cara baru yang lebih baik & kreatif untuk meningkatkan kepuasan tamu (Inovasi_7)
		Proaktif	Menjadi pelopor dalam menciptakan makanan (Proaktif_1)
			Menjadi pelopor dalam menciptakan cara pelayanan (Proaktif_2)
			Berusaha mengikuti arah perkembangan selera konsumen (Proaktif_3)
			Berusaha mengikuti perkembangan teknologi di bidang kuliner (Proaktif_4)
		Pengambilan Resiko	Berani melakukan investasi dana besar untuk meningkatkan pendapatan (Resiko_1)
			Berani mengambil resiko melakukan percobaan makanan (Resiko_2)
			Berani mengambil resiko melakukan percobaan pemberian layanan baru (Resiko_3)
		Keagresifan	Menjual makanan dengan harga lebih rendah (Saing_1)
			Gencar melakukan tindakan agresif untuk mendapatkan konsumen (Saing_2)
			Mengikuti <i>best practice</i> (Saing_3)
			Mempercepat waktu peluncuran makanan / layanan baru (Saing_4)
2.	Kinerja Depot	Financial	Peningkatan pendapatan
			Penghematan biaya akibat perbaikan operasional depot
			Peningkatan keuntungan
		Customer	Kepuasan konsumen
			Penurunan jumlah complain
			Kesetiaan pelanggan
		Internal business process	Peningkatan jumlah konsumen
			Pelayanan yang cepat
			Peningkatan jumlah penjualan makanan
			Peningkatan kualitas layanan
			Peningkatan kualitas makanan
			Pengembangan makanan / layanan yang berdampak pada kepuasan konsumen
			Pengembangan makanan / layanan yang berdampak pada pendapatan
		Learning & Growth	Keinginan & semangat karyawan untuk bekerja lebih baik
			Peningkatan kemampuan karyawan pada bidangnya

Analisis Model Pengukuran

Semua indikator dari tiap variabel konstruk untuk Orientasi Kewirausahaan diperhitungkan sebagai indikator individu, sedangkan indikator dari setiap variabel konstruk pada Kinerja Depot datanya digabung menjadi satu indikator gabungan, sehingga setiap variabel hanya akan muncul satu indikator, seperti terlihat pada Gambar 1. Hal ini dilakukan agar menghasilkan *Goodness of Fit model* yang lebih baik, mengingat jumlah responden yang tidak banyak.



Gambar 1. Model SEM Kinerja Depot beserta Factor Loading dan Path Coefficient

Evaluasi awal yang dilakukan adalah evaluasi model pengukuran (outer model). Evaluasi model pengukuran bertujuan untuk melihat validitas dan reliabilitas dari variabel konstruk. Pada penelitian ini menggunakan indikator reflektif, sehingga evaluasi model pengukuran yang digunakan yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity* untuk menguji validitasnya, sedangkan untuk menguji reliabilitasnya digunakan *composite reliability* dan *cronbach alpha*.

Convergent validity dari model pengukuran dinilai berdasarkan korelasi antara *score* indikator dengan *score* konstraknya, dimana pengukuran tersebut dilihat dari nilai *factor loading*. Suatu indikator dikatakan valid, apabila memiliki *factor loading* diatas 0,5. Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa indikator inovasi 5, inovasi 6, proaktif 3, dan saing 1 dikeluarkan dari model, karena memiliki *factor loading* dibawah 0,5. *Discriminant validity* dapat dilihat pada koefisien rerata ekstraksi varian (*average variance extracted/AVE*) dari variabel konstruk. Koefisien AVE menggambarkan interkorelasi internal yaitu korelasi antar indikator di dalam model. Besarnya nilai AVE minimal yang direkomendasikan adalah 0,5. Jika nilai AVE didapatkan lebih besar dari 0,5 maka indikator-indikator di dalam model yang dikembangkan terbukti benar-benar mengukur variabel konstruk yang ditargetkan dan tidak mengukur variabel konstruk yang lain. Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai AVE dari semua variabel konstruk berada di atas 0,5. Hal ini berarti, semua variabel konstruk sudah memenuhi kriteria *Discriminant validity*.

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Hasil *composite reliability* akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika di atas 0,7. Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk semua konstruk adalah di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk pada model memenuhi syarat. Uji reliabilitas juga diperkuat dengan *Cronbach Alpha* di mana nilai yang disarankan adalah di atas 0,6. Tabel 2 menunjukkan semua konstruk berada diatas 0,6 dan ini berarti juga bahwa semua konstruk model memiliki reliabilitas yang baik.

Tabel 2. Hasil Pengukuran Outer Model

Variabel Konstruk	AVE	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Inovasi	0,508	0,837	0,773
Keagresifan	0,635	0,832	0,738
Kinerja Depot	0,592	0,852	0,771
Pengambilan Resiko	0,619	0,829	0,694
Proaktif	0,722	0,886	0,810

9

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Apabila model yang diestimasi memenuhi kriteria model pengukuran (*Outer Model*), maka langkah berikut adalah melakukan pengujian model struktural (*Inner model*). Pengujian ini untuk melihat *Goodness of fit* dari model, dimana dilihat dari nilai R-Square. Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai R-Square pada konstruk kinerja depot adalah 0,402. Hal ini berarti varians Kinerja Depot sebesar 40,2% dapat dijelaskan oleh variabel inovasi, keagresifan, pengambilan resiko, dan proaktif, sedangkan sisanya (59,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

Tabel 3. Nilai R-Square Pada Konstruk Kinerja Depot

Konstruk yang diukur	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	P-values
Kinerja depot	0,402	0,481	0,088	4,553	0,000

Selain itu juga dilakukan analisis jalur struktural (path analysis) untuk melihat hubungan antara variabel konstruk dan sekaligus dapat dilihat apakah pengaruh hubungan tersebut signifikan atau tidak. Tabel 4 menjelaskan bahwa semua hubungan antar konstruk bernilai positif, kecuali hubungan antar variabel keagresifan terhadap kinerja depot yang bernilai negatif. Akan tetapi, bila dilihat dari signifikansi hubungan antar variabel, maka hanya variabel pengambilan resiko yang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja depot. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung (3,011) yang lebih besar dari nilai t-tabel untuk tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (1,96) atau dapat juga dilihat dari nilai *P-values* yang berada di bawah tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

Tabel 4. Hasil Pengujian Pengaruh Hubungan Antar Konstruk

Hubungan antar konstruk	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	P-values
Inovasi -> Kinerja depot	0,084	0,162	0,226	0,372	0,710
Keagresifan -> Kinerja depot	-0,054	-0,055	0,185	0,295	0,768
Pengambilan resiko -> Kinerja depot	0,470	0,489	0,156	3,011	0,003
Proaktif -> Kinerja depot	0,198	0,145	0,184	1,077	0,282

Analisis Hasil

Analisis dari Tabel 4 memberikan gambaran bahwa aspek orientasi kewirausahaan tidak dianggap terlalu penting bagi pemilik depot, karena hanya dipengaruhi oleh variabel pengambilan resiko. Hal ini didukung dengan nilai *mean* dari setiap variabel konstruk pada aspek orientasi kewirausahaan yang berada pada kisaran 1,53 – 3,67, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 5. Untuk memudahkan analisis dari nilai *mean* konstruk, maka dibuat pengkategorian kelas menjadi 5 kelas dengan interval masing-masing kelas sebesar 1,2 yang didapatkan dari pembagian antara selisih nilai tertinggi (7) dan terendah (1) dari skala likert dengan jumlah kelas yang diinginkan yaitu 5 kelas. Tabel 5 menunjukkan bahwa semua nilai *mean* konstruk masuk dalam kategori rendah dan cukup rendah, kecuali pengambilan resiko yang masuk kategori sedang. Artinya, peningkatan kinerja depot dari setiap variabel konstruk/perspektif tidak banyak dipengaruhi (*R-Square* = 0,402) oleh orientasi kewirausahaan dari pemilik depot. Tabel 5 juga menunjukkan bahwa kinerja depot yang paling baik dari variabel *customer*, dimana nilai *mean customer* masuk pada kategori tinggi. Peningkatan kinerja dari variabel *customer* ini lebih disebabkan karena

Tabel 5. Kategori Kelas dari Nilai Mean Konstruk

Aspek	Variabel Konstruk	Mean	Kategori Kelas
Orientasi kewirausahaan	Inovasi	1,53	Rendah
	Proaktif	3,35	Cukup rendah
	Pengambilan resiko	3,67	Sedang
	Daya saing	3,22	Cukup rendah
Kinerja depot	Financial	4,65	Cukup tinggi
	Customer	5,87	Tinggi
	Internal business process	4,82	Cukup tinggi
	Learning & growth	5,19	Cukup tinggi

Keterangan: 1 - 2,2 = rendah; 2,2 - 3,4 = cukup rendah; 3,4 - 4,6 = sedang; 4,6 - 5,8 = cukup tinggi; 5,8 - 7 = tinggi

depot mempunyai konsumen yang loyal, dimana nilai *mean* tertinggi (6,13) berasal dari indikator kesetiaan pelanggan. Hal ini bisa dipahami karena mayoritas depot sudah berdiri lebih dari 5 tahun (78,38%), dimana paling banyak adalah depot yang sudah berdiri lebih dari 15 tahun (40,5%).

Apabila dilihat dari rata-rata prosentase responden yang tidak melakukan upaya orientasi kewirausahaan (responden yang menjawab pernyataan dari indikator dengan skor 1 – 3), maka diketahui bahwa 91,5% tidak pernah/sangat jarang/jarang melakukan inovasi; 65,54% tidak berupaya untuk proaktif; 54,95% tidak berani mengambil resiko; 77,48% tidak berupaya untuk agresif. Bahkan pada salah satu pernyataan indikator untuk keagresifan, yaitu menjual makanan dengan harga lebih rendah dari pesaing (Saing_1), sebanyak 20 orang (54%) tidak tahu apakah makanan yang dijual lebih murah dibanding pesaing, karena mereka selama ini tidak pernah melakukan perbandingan harga dengan pesaing dan belum memahami siapa pesaingnya. Dari hasil wawancara diketahui pula bahwa pengembangan yang mereka lakukan lebih didasarkan pada masukan konsumen dari depot mereka, bukan karena melakukan survey pasar dan pesaing. Selain itu, pengembangan yang dilakukan oleh responden lebih banyak pada produk makanan dan kurang menyentuh pada kualitas layanan depot, dimana dapat dilihat dari rendahnya nilai *mean* untuk tiap indikator yang berhubungan dengan kualitas layanan apabila dibandingkan dengan indikator yang berhubungan dengan produk makanan.

Pada variabel pengambilan resiko yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja depot, diketahui bahwa nilai *mean* terbesar (4,13) berasal dari indikator berani mengambil resiko melakukan percobaan makanan (Resiko_2) dan *mean* terendah (3,13) berasal dari indikator berani melakukan investasi dana besar untuk meningkatkan pendapatan (Resiko_1). *Mean* terendah pada Resiko_1 ini dikarenakan karena sebagian besar depot (54,05%) masuk dalam kategori usaha mikro, sehingga mereka kurang berani mengambil resiko untuk investasi dana yang besar. Untuk percobaan makanan baru (Resiko_2) lebih mungkin untuk dilakukan karena tidak membutuhkan dana yang besar dan risikonya lebih kecil. Dengan melakukan crosstab yang menghubungkan antara depot yang sudah berdiri lebih dari 15 tahun dan setiap indikator pengambilan resiko, didapatkan bahwa hanya 6,67% saja depot yang sudah berdiri lebih dari 15 dan berani melakukan indikator Resiko_1, sebesar 46,67% depot yang berdiri lebih dari 15 tahun dan berani melakukan indikator Resiko_2 dan Resiko_3.

7. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel dari aspek orientasi kewirausahaan yang berpengaruh secara signifikan ($\alpha = 0,05$) terhadap peningkatan kinerja depot adalah hanya pengambilan resiko. Hal ini berarti aspek orientasi kewirausahaan belum dianggap penting oleh pemilik depot. Hasil temuan ini juga diperkuat dengan nilai *R-Square* = 0,402 yang berarti bahwa varians peningkatan kinerja depot hanya bisa dijelaskan sebesar 40,2% oleh variabel-variabel dari orientasi kewirausahaan dan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar variabel yang diteliti. Agar dihasilkan nilai *R-Square* atau *goodness of fit model* yang lebih baik, maka pada penelitian berikutnya akan ditambahkan variabel mediasi ke dalam model dan memperbanyak jumlah responden penelitian.

ACISE

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Brunel University

Student Paper

1%

2

repository.umi.ac.id

Internet Source

1%

3

jurnal.unmer.ac.id

Internet Source

1%

4

Delta Lexi Arbawa, Paulus Wardoyo.
"KEUNGGULAN BERSAING : BERPENGARUH
TERHADAP KINERJA PEMASARAN (STUDI
PADA UMKM MAKANAN DAN MINUMAN DI
KABUPATEN KENDAL)", Jurnal Riset Ekonomi
dan Bisnis, 2018

Publication

1%

5

repository.stiemahardhika.ac.id

Internet Source

1%

6

Submitted to Higher Education Commission
Pakistan

Student Paper

1%

7

Ni Nyoman Wulan Antari. "PERAN
ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR

1%

DALAM MEMEDIASI PENGARUH KOMITMEN
DAN KOMPETENSI TERHADAP KINERJA
GURU", Journal of Applied Management and
Accounting Science, 2021

Publication

8	aliminiaincirebon.blogspot.com Internet Source	1 %
9	eprints.ums.ac.id Internet Source	1 %
10	jurnal.lpkia.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.uinib.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1 %