
Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Cafe di Kota Gorontalo)

Amirudin Ramli Saleh¹, Hais Dama², Idris Yanto Niode³

Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Negeri Gorontalo

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Cafe di Kota Gorontalo secara parsial maupun simultan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 40 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 24,60%. (2) Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 23,90%. (3) Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Nilai koefisien determinasi 48,50% sehingga sisanya sebesar 52,50% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kemampuan manajemen, strategi bisnis, modal sosial, kearifan lokal dan efektivitas bauran pemasaran.

Kata Kunci: *Kinerja Bisnis, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar*

Copyright (c) 2022 Wahyu Prasetyo

✉ Corresponding author :

Email Address : 1810631020127@student.unsika.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Cafe menjadi salah satu yang menarik perhatian konsumen dan pelaku usaha saat ini. Menjamurnya kafe ini khususnya di Kota Gorontalo tidak diragukan lagi salah satu peluang bisnis potensial yang sekarang sedang digemari oleh masyarakat perkotaan, dan kopi merupakan salah satu komoditas utama di Indonesia, namun dengan menjamurnya kafe, yang sejak mengalami perkembangan dalam hal suasana dan kemasan. Fasilitas menarik, termasuk Wi-Fi gratis, TV kabel, bahkan home band, akan menjadi masalah yang berpotensi merongrong keberadaan kafe tradisional dengan kemasan dan sajian menu yang ala kadarnya.

Persaingan usaha yang ketat inilah yang membuat para pelaku Usaha Cafe dituntut untuk mampu melakukan proses manajemen usaha yang produktif dan efisien mungkin, serta dapat menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan preferensi pasar dengan standar kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Para pelaku Usaha Cafe masih mengalami beberapa kendala dalam

mengembangkan bisnis, seperti berkurangnya pekerja yang kompeten, rendahnya kemampuan teknologi dalam memasarkan produk, dan berkurangnya daya beli pelanggan akibat persaingan. Kendala-kendala tersebut akan memengaruhi kinerja yang dihasilkan, maka perlu suatu pengukuran untuk melihat seberapa baik atau buruk kinerja suatu bisnis. Pengukuran kinerja suatu bisnis penting dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan perusahaan dalam mengelola bisnis.

Kinerja bisnis merupakan prestasi yang diraih oleh perusahaan yang menjadi kunci utama perusahaan untuk bertahan dalam era global (Hartini, 2013). Kinerja bisnis mengarahkan pada pelaku bisnis agar menjalankan usaha menjadi lebih baik, dengan menerapkan sistem manajemen yang tersusun untuk mencapai goal perusahaan (Zuliyanti et al., 2017). Hasil penelitian Indra Kurniawan (2020) pada UMKM menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Penelitian lain yang mengaitkan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dengan kinerja bisnis adalah I Made Sukaryawan (2013). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar, dan orientasi inovasi orientation kewirausahaan, dan orientasi pasar terkena dampak langsung, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis menunjukkan memberikan angka korelasi yang signifikan.

KAJIAN TEORI

A. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar dan sumber daya untuk mencari peluang untuk menuju kesuksesan. Beberapa literatur manajemen memberikan tiga landasan dimensi dari kecenderungan organisasional untuk proses manajemen kewirausahaan yakni kemampuan inovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif (Weerawerdeena, 2016).

B. Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah suatu aspek dimensi dari kultur organisasi dan sifat dari orientasi belajar serta lebih banyak penelitian untuk memahami norma dari nilai yang dapat dipertahankan serta pembelajaran secara organisasional (Ferdinand dan Pelhan, 2015).

C. Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis suatu organisasi usaha pada dasarnya perlu untuk diukur secara multidimensional. Secara garis besar pengukuran kinerja bisnis dapat dari aspek keuangan dan non keuangan (Skrinjar et al, 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini di laksanakan pada Pengusaha Cafe di kota Gorontalo yang berlangsung dari bulan November 2020 sampai dengan selesai. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 40 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi berganda

HASIL PENELITIAN

A. Deskriptif Variabel

Hasil analisis deskriptif untuk setiap variabel dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

1. Variabel orientasi kewirausahaan (X_1)

Hasil jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel orientasi kewirausahaan dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4 : Analisis Jawaban Responden variabel orientasi kewirausahaan (X₁)

No	Skor Pernyataan		Skor Indikator	Kriteria	
	Total Skor	Rata-Rata		Pernyataan	Indikator
X1-1	163	4.08	4.13	Baik	Baik
X1-2	167	4.18		Baik	
X1-3	165	4.13		Baik	
X1-4	174	4.35	4.31	Baik	Baik
X1-5	170	4.25		Baik	
X1-6	173	4.33		Baik	
X1-7	165	4.13	3.98	Baik	Cukup Baik
X1-8	153	3.83		Cukup Baik	
Rata-Rata	166.25	4.16		Baik	

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan terletak pada kriteria yang baik dengan skor 4,16 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo memiliki kecenderungan jiwa kewirausahaan yang baik terlebih lagi usaha yang digeluti merupakan usaha yang mudah untuk dilakukan karena ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh.

2. Variabel orientasi pasar (X₂)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel orientasi pasar dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5 : Analisis Jawaban Responden variabel orientasi pasar (X₂)

No	Skor Pernyataan		Skor Indikator	Kriteria	
	Total Skor	Rata-Rata		Pernyataan	Indikator
X2-1	125	3.13	3.46	Kurang Baik	Cukup Baik
X2-2	138	3.45		Cukup Baik	
X2-3	152	3.80		Cukup Baik	
X2-4	144	3.60	3.90	Cukup Baik	Cukup Baik
X2-5	155	3.88		Cukup Baik	
X2-6	151	3.78		Cukup Baik	
X2-7	165	4.13		Baik	
X2-8	165	4.13		Baik	
X2-9	177	4.43	4.18	Baik	Baik
X2-10	170	4.25		Baik	
X2-11	155	3.88		Cukup Baik	
X2-12	171	4.28	4.03	Baik	Baik
X2-13	156	3.90		Cukup Baik	
X2-14	157	3.93		Cukup Baik	
Total	155.79	3.89		Cukup Baik	

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel orientasi pasar terletak pada kriteria yang cukup baik dengan skor sebesar 3,89 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo memiliki stigma yang menganggap pasar menjadi aspek penting untuk keberhasilan suatu usaha sehingga pelaku usaha cafe terus berupaya untuk memenangkan pasar.

3. Variabel kinerja bisnis (Y)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk setiap variabel kinerja bisnis. Hal ini dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6 : Analisis Jawaban Responden variabel kinerja bisnis

No	Skor Pernyataan		Skor Indikator	Kriteria	
	Total Skor	Rata-Rata		Pernyataan	Indikator
Y-1	127	3.18	3.23	Cukup Baik	Cukup Baik
Y-2	131	3.28		Cukup Baik	
Y-3	130	3.25		Cukup Baik	
Y-4	138	3.45	3.40	Cukup Baik	Cukup Baik
Y-5	133	3.33		Cukup Baik	
Y-6	137	3.43		Cukup Baik	
Y-7	133	3.33	3.13	Cukup Baik	Cukup Baik
Y-8	117	2.93		Kurang Baik	
Y-9	163	4.08	4.19	Baik	Baik

Y-10	166	4.15		Baik	
Y-11	168	4.20		Baik	
Y-12	174	4.35		Baik	
Y-13	90	2.25	2.68	Kurang Baik	Kurang Baik
Y-14	124	3.10		Cukup Baik	
Y-15	114	2.85		Kurang Baik	Cukup Baik
Y-16	131	3.28	3.14	Cukup Baik	
Y-17	132	3.30		Cukup Baik	
Total	135.76	3.39		Cukup Baik	

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kinerja bisnis terletak pada kriteria yang cukup baik dengan skor 3,39 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa capaian keberhasilan usaha dari pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo belum maksimal dimana hal ini terlihat dari kurang maksimalnya pertumbuhan aset, pertumbuhan pasar bahkan yang terendah adalah pertumbuhan karyawan.

B. Penaksiran Model Regresi

Hasil analisis dengan bantuan program SPSS ditampilkan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10: Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.830	6.707		1.167	.250
1 Orientasi Kewirausahaan	.791	.244	.419	3.242	.003
Orientasi Pasar	.440	.139	.411	3.176	.003

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2022

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linear sederhana yang bangun adalah:

$$\hat{Y} = 7,830 + 0,791X_1 + 0,440X_2 + e$$

C. Pengujian Hipotesis Parsial

Adapun hasil Pengujian hipotesis dengan bantuan program SPSS 21 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11: Hasil Uji Parsial

No	Variabel	t _{tabel}	t _{hitung}	P-Value
0	Constant		1.167	.250
1	Orientasi kewirausahaan	2,026	3.242	.003
2	Orientasi pasar	2,026	3.176	.003

^{ns} Not Signifikan

*Significant at the 0.1 level (2-tailed)

** Significant at the 0.05 level (2-tailed)

***Significant at the 0.01 level (2-tailed)

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2022

Hasil pengujian pengaruh Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh orientasi kewirausahaan Terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel orientasi kewirausahaan diperoleh sebesar 3,242 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas n-k-1 atau 40-2-1=37 sebesar 2,026. Jika kedua nilai t tersebut dibandingkan maka nilai t_{hitung} masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (3,242 > 2,026). Kemudian nilai signifikansi nilai t_{hitung} sebesar 0,003 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 (0,003 < 0,05). Maka dari itu disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo.

2) Pengaruh orientasi pasar Terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel orientasi pasar diperoleh sebesar 3,176 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat signfikansi 5% dan derajat bebas $n-k-1$ atau $40-2-1=37$ sebesar 2,026. Jika kedua nilai t tersebut dibandingkan maka nilai t_{hitung} masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($3,176 > 2,026$). Kemudian nilai signifikansi nilai t_{hitung} sebesar 0,003 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,003 < 0,05$). Maka dari itu disimpulkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo.

D. Pengujian Hipotesis Simultan

Adapun hasil Pengujian simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12: Hasil Pengujian Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	1920.055	2	960.028	17.455	.000 ^b
	Residual	2034.986	37	55.000		
	Total	3955.041	39			

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2022

Berdasarkan tabel di atas didapat nilai F_{hitung} penelitian ini sebesar 68,402. Sementara itu nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dan df_1 sebesar $k = 2$ dan df_2 sebesar $N-k-1=40-2-1=37$ adalah sebesar 3,252. Jika kedua nilai F ini dibandingkan, maka nilai F_{hitung} yang diperoleh jauh lebih besar F_{tabel} sehingga orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo.

E. Koefisien Determinasi

Besarnya koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13: Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 ^a	.485	.458	7.41617

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2022

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas maka dapat dilihat bahwa pengujian besar pengaruh (kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat) menggunakan nilai *R Square*, sebesar 0,485. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 48,50% variabilitas kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, sedangkan sisanya sebesar 52,50% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kemampuan manajemen, strategi bisnia, modal sosial, kearifan lokal dan efektivitas bauran pemasaran.

Selanjutnya dilakukan pengujian koefisien parsial. Hasil pengujian untuk koefisien determinasi parsial dijabarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.29: Koefisien Determinasi Parsial

Model	Standardized Coeficient (β)	Korelasi (r)	Determinasi	
			$\beta * r$	%
Orientasi kewirausahaan	0.419	0.588	0.246	24,60%
Orientasi pasar	0.411	0.582	0.239	23,90%
	Total		0,485	48,50%

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2022

PEMBAHASAN

A. Pengaruh orientasi kewirausahaan Terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo

Hasil pengujian statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel orientasi kewirausahaan terletak pada kriteria yang baik dengan skor 4,16 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo memiliki kecenderungan jiwa kewirausahaan yang baik terlebih lagi usaha yang digeluti merupakan usaha yang mudah untuk dilakukan karena ketersediaan bahan baku yang mudah diperoleh. Jiwa kewirausahaan ini akan mendorong terjadinya inovasi dalam usaha yang akan berdampak pada kinerja usaha yang lebih baik. Meski dalam kriteria yang baik, namun jiwa kewirausahaan yang perlu untuk dioptimalkan oleh pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo yakni kemampuan dalam mengambil resiko yang tentunya hal ini akan berdampak pada makin besarnya peluang untuk memperoleh keuntungan dalam kegiatan usaha.

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis pertama ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 24,60%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang baik akan berdampak positif dalam peningkatan kinerja bisnis Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Melalui hasil ini maka penting bagi pemerintah Kota Gorontalo untuk mengoptimalkan pelaku usaha Cafe dengan pengembangan kapasitas terutama dalam kemampuan wirausaha sehingga dampaknya bukan hanya meningkatnya hasil usaha pelaku usaha cafe namun juga berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah Kota Gorontalo.

Hasil ini sejalan dengan pernyataan dari Sigauw, Simpson dan Baker (2017), kompetensi kewirausahaan dibutuhkan dalam implementasi strategi pemasaran agar diperoleh keunggulan bersaing yang mantap melalui nilai responsive atas kebutuhan pelanggan. Sedangkan jiwa kewirausahaan sendiri meliputi 5 hal yakni, otonomi, keinovatifan, pengambilan risiko, proaktivitas, dan agresifitas kompetitif. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan memantau trend pasar dan bertindak cepat untuk memanfaatkan peluang yang muncul di depan persaingan. Mereka proaktif dalam memberikan kombinasi produk/layanan baru ke pasar dan mengambil risiko bisnis yang diperhitungkan saat mereka berinovasi dan meremajakan perusahaan untuk mendahului persaingan. Secara bersama-sama, kombinasi kemampuan ini memberi mereka keunggulan kompetitif yang diterjemahkan ke dalam kinerja keuangan yang unggul.

B. Pengaruh orientasi pasar Terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo

Hasil pengujian statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel orientasi pasar terletak pada kriteria yang cukup baik dengan skor sebesar 3,89 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo memiliki stigma yang menganggap pasar menjadi aspek penting untuk keberhasilan suatu usaha sehingga pelaku usaha cafe terus berupaya untuk memenangkan pasar terutama dengan mengkoordinasikan berbagai fungsi dan keunggulan secara komparatif dan kompetitif usaha yang mampu memberikan manfaat untuk keberlangsungan usaha. Meski dalam keadaan yang sudah cukup baik

namun masih perlu adanya pembenahan pada aspek orientasi pelanggan dimana dengan orientasi dan perhatian besar pada pelanggan maka pengsa pasar usaha akan semakin baik dan mampu mempertahankan pelanggan potensial.

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis kedua ditemukan bahwa Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 23,90%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik peluang dari orientasi pasar maka akan semakin tinggi pula kinerja bisnis dari Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Melalui hasil ini maka penting bagi pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo untuk menjaga segmentasi pasarnya dan terus berorientasi pada pelanggan karena pelanggan merupakan sasaran utama dalam pasar, sehingga faktor kepuasan pelanggan harus senantiasa dijaga dan diperhatikan untuk kemudian ditingkatkan dengan berbagai model pelayanan dan promo yang sesuai.

Hasil ini sesuai dengan pernyataan dari Narver dan Slater (2015) bahwa penerapan orientasi pasar pada suatu usaha akan membawa konsekuensi sangat luas bagi usaha tersebut, diantaranya pada: kinerja usaha, konsumen, karyawan dan inovasi usaha. Orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk menciptakan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Pendekatan berorientasi pasar berfokus terutama pada peningkatan hubungan pelanggan-penyedia dan, itu tercermin dalam budaya organisasi, nilai-nilai bersama, dan keyakinan tentang fokus pertama pada kepentingan pelanggan untuk mencapai kinerja bisnis yang lebih meningkat secara kompetitif maupun komparatif.

C. Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar Terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo

Hasil pengujian statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel kinerja bisnis terletak pada kriteria yang cukup baik dengan skor 3,39 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa capaian keberhasilan usaha dari pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo belum maksimal dimana hal ini terlihat dari kurang maksimalnya pertumbuhan aset, pertumbuhan pasar bahkan yang terendah adalah pertumbuhan karyawan. Kinerja bisnis yang baik dari suatu usaha bukan hanya terlihat dari aspek finansial namun juga pada aspek non finansial yang berarti bahwa pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo harus lebih mengembangkan capaian usahanya agar benar-benar mampu untuk memberikan nilai tambah ekonomis (*Economic Value Added*) yang semakin baik bagi pelaku usaha tersebut.

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis ketiga ditemukan bahwa Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya dampak yang baik dari orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Nilai koefisien determinasi 48,50% sehingga sisanya sebesar 52,50% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kemampuan manajemen, strategi bisnis, modal sosial, kearifan lokal dan efektivitas bauran pemasaran. Melalui hasil ini maka penting bagi pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo untuk terus bertumbuh dalam hal kinerja bisnis, dimana ketika usaha sudah semakin meningkat kinerjanya secara finansial maka selanjutnya berfokus pada kinerja non finansial seperti peningkatan jumlah karyawan yang tentunya akan

membawa dampak baik kembali pada peningkatan penjualan dan laba usaha, dimana selama ini pelanggan sangat enggan datang kembali jika pelayanannya lambat karena kekurangan karyawan baik pramusaji maupun juru masak cafe tersebut

Secara keseluruhan maka penelitian ini mendukung pernyataan dari Kurniawan (2020) bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis sedangkan Sukaryawan (2013) menemukan bahwa terdapat pengaruh orientasi pasar, dan orientasi inovasi orientation kewirausahaan, dan orientasi pasar terkena dampak langsung, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis menunjukkan memberikan angka korelasi yang signifikan. Ukuran kinerja digunakan untuk memonitor apakah manajemen dapat menggunakan input yang digunakan untuk menghasilkan output secara baik. Scott dan Tiessen (2009: 38) beranggapan bahwa pengukuran kinerja secara positif berhubungan langsung dengan pencapaian kinerja organisasi, baik organisasi sektor swasta maupun organisasi non-profit. Keberhasilan pencapaian strategik yang menjadi basis pengukuran kinerja perlu ditentukan ukurannya, dan ditentukan inisiatif strategik untuk mewujudkan sasaran-sasaran tersebut. Sasaran strategik beserta ukurannya kemudian digunakan untuk menentukan target yang dijadikan basis penilaian kinerja. Oleh karena itu, pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dapat dilakukan terhadap aktivitas dari berbagai rantai nilai yang ada pada bisnis.

SIMPULAN

Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 24,60%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang baik akan berdampak positif dalam peningkatan kinerja bisnis Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 23,90%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin baik peluang dari orientasi pasar maka akan semakin tinggi pula kinerja bisnis dari Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Sehingga dapat dikatakan bahwa adanya dampak yang baik dari orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dalam meningkatkan kinerja bisnis pada Pelaku usaha Cafe di Kota Gorontalo. Nilai koefisien determinasi 48,50% sehingga sisanya sebesar 52,50% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kemampuan manajemen, strategi bisnis, modal sosial, kearifan lokal dan efektivitas bauran pemasaran.

Referensi :

- Anggai, Anraini Mulya. 2020. Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. Skripsi. Gorontalo: Program S1 Manajemen Universitas Negeri Gorontalo.
- Asad, Muzaffar. Chethiyar, Saralah Devi Mariamdarana dan Ali, Ahsan. 2020. Total Quality Management, Entrepreneurial Orientation, and Market Orientation: Moderating Effect of Environment on Performance of Smes. 14(1): 102-108.
- Djodjobo, Cynthia V dan Tawas, Hendra N.. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi kuning Di Kota Manado. Journal Emba. 2 (3): 1214 -1224.

- Fatmawati, Rossa A. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucing/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*. Vol.2: 23 – 35.
- Haryono, Tulus. Marniyati, Sabar. (2017). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. 17(2): 51-68.
- Helia, Renita., Farida, Naili dan Prabawani, Bulan. 2015. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Antara. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*. 1 – 11.
- Irawan, Beni. 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. Skripsi. Gorontalo: Program S1 Manajemen Universitas Negeri Gorontalo.
- Irwanti.S. 2017. Cafe dan gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*. Vol.3. Hal. 33 – 47
- Jogaratnam, Giri. 2017. The Effect of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation and Human Capital on Positional Advantage: Evidence From The Restaurant Industry. 60: 104 – 113
- Kurniawan, Indra. 2020. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Lingkungan Eksternal Bisnis dan Kapasitas Penyerapan Terhadap Kinerja Bisnis. *jmd: Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara*. 3(2): 132-147
- Niode, Idris Yanto. 2021. Peran Kemampuan Manajemen dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis dengan Strategi Bisnis Sebagai Variabel Intervening. Disertasi. Palu: Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi. Universitas Tadulako
- Nuvriasari, Audita., Wicaksono, Gumirlang dan Sumiyarsih. 2015. Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 19(2): 241 – 259
- Prakosa, Bagas. 2005. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. 12(1): 35 – 57
- Puspita Sari, Nurul. 2020. Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Kinerja Bisnis Pada Ukm Di Kabupaten Sidoarjo (Studi Empiris pada ukm di Bidang Industri). *akunesa: Jurnal Akuntansi Unesa*. 8(3): 77-89
- Satwika, i Ketut Pertiwi. Dewi, Ni Made Wulandari Kusuma. 2018. Pengaruh orientasi pasar serta inovasi terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(3): 1481-1509.
- Scott, T. W. dan Tiessen, P. (2009). Performance measurement and managerial teams. *Accounting, Organizations and Society*, 24, Pp 263-285
- Setyawati, Harini A. 2013. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing Dan Persepsi Ketidak Pastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Modersasi. *Jurnal Fokus Bisnis*. 12(2): 20 – 32
- Srimindarti, Ceacilia. (2004). Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja. *Fokus Ekonomi*. Vol. 3, No. 1, April
- Sukaryawan, I Made. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar, Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Perusahaan Aspal-Beton (Hotmix) Di Jabodetabek. *Jurnal mix*, 3(2): 231-246

- Suryana. 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syukron, Muhamad Zidni dan Ngatno. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Umkm Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 5(1): 24 - 34
- Udriyaha. Thama, Jacqueline. dan Azam, S. M. Ferdous. 2019. The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and Business Performance of Textile Smes. *Management science letters* 9: 1419-1428.
- Wajdi. M. Farid. Mangifera, Liana. Wahyuddin, M. Isa, Muzakar. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis & Manajemen*. 20(2): 104-111
- Yamin, Shahid. A. Gunasekaran dan Mavondo, Felix T. 1999. Relationship Between Generic Strategies, Competitive Advantage And Organizational Performance: An Empirical Analysis. *Jurnal Internasional. Technovation*. 19: 507 - 518.
- Zeebaree, Mohammed R. Yaseen dan Siron, Rusinah Bt. 2017. The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in Smes. *International Review of Management and Marketing*. 7(1) 43-52.