



**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK DAN
KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KAFE DI
KEC. LOWOKWARU KOTA MALANG**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

Diajukan oleh:

Dyah Nur Uswatun Hasanah

NPM: 22002081018



**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
2022**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kafe. Populasi penelitian ini adalah pemilik kafe yang berada di kecamatan Lowowaru Kota Malang. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sehingga disesuaikan oleh peneliti menjadi 62 responden. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* dengan teknik kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan SmartPLS. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Selanjutnya inovasi produk juga mampu meningkatkan kinerja pemasaran. Begitu juga dengan keunggulan bersaing juga berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Hal tersebut menggambarkan bahwa dengan adanya jiwa yang berorientasi kewirausahaan pada pemilik kafe mampu membuat mereka selalu berfikir kreatif dan inovatif baik dalam pengembangan produk maupun pelayanan yang terbaik dan selalu mengedepankan tren.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Kinerja Pemasaran





ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of entrepreneurial orientation, product innovation and competitive advantage on the marketing performance of a cafe usaha business. The population of this study is the owner of a cafe located in the Lowowaru sub-district, Malang City. This study applies Slovin formula as the sampling technique so that the researchers adjust it to be 62 respondents. The type of the research conducted in this research is explanatory research with quantitative techniques. Quantitative analysis is performed using SmartPLS. In this study, the results show that entrepreneurial orientation have a positive and significant effect on marketing performance. Furthermore, product innovation is also able to improve marketing performance. Likewise, competitive advantage also affects marketing performance. This illustrates that the existence of an entrepreneurial-oriented spirit in cafe owners is able to make them always think creatively and innovatively, both in developing the best products and services or prioritizing the trends.

Keywords: Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, Competitive Advantage, Marketing Performance.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, Indonesia sebagai negara berkembang sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan disegala bidang, terutama pada bidang ekonomi. Perkembangan tersebut juga terjadi pada jasa penyedia makanan di Indonesia, yang telah berkembang dengan pesat, terutama dikota-kota besar. Bisnis kuliner sendiri terdiri atas bisnis kafe dan bisnis restoran. Banyaknya bisnis kuliner yang ada saat ini, salah satunya disebabkan karena adanya peluang pasar, serta perubahan gaya hidup masyarakat, dimana gaya hidup masyarakat saat ini yang menginginkan serba praktis.

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) juga memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan pemerataan distribusi hasil-hasil pembangunan, dengan adanya UKM pengangguran akibat angka kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang.

Kafe merupakan salah satu UKM yang bergerak di bidang kuliner. Kafe adalah tempat yang mudah dijumpai hampir di seluruh wilayah, mulai dari warung kopi tradisional sampai kafe modern sekelas *Starbucks*. Kebiasaan minum kopi dan menghabiskan waktu di warung kopi sambil menikmati berbagai fasilitas yang tersedia seakan telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat dari berbagai kalangan. Kafe tidak hanya menyediakan minuman kopi dengan cita rasa yang nikmat, namun juga berbagai fasilitas seperti *free Wi-Fi*, TV satelit, layar lebar

untuk menonton pertandingan sepak bola dunia, ruang pertemuan, live music dan lain sebagainya. Masyarakat menjadikan kafe sebagai tempat yang nyaman untuk melakukan berbagai aktivitas selain *ngopi* seperti mengerjakan tugas kelompok, rapat organisasi, reuni dan lain-lain. Fenomena ini makin mempertegas makna *ngopi* dalam tradisi masyarakat yang merupakan media interaksi antar masyarakat dari berbagai kalangan. Kebiasaan sebagian masyarakat tersebut dalam mengisi waktu luang dengan minum kopi di kafe menjadikan kegiatan tersebut sekarang sebagai salah satu gaya hidup.

Kondisi ini menunjukkan bahwa fungsi kafe kini telah berubah dari tempat minum kopi menjadi sejenis ruang sosial, tempat tukar-menukar informasi. Ruang yang menjadi milik semua elemen masyarakat serta ruang yang memberi mereka untuk cangkruk, bercengkrama, termasuk melepas lelah dan stres. Maraknya warung kopi “ber-merek” yang berbentuk waralaba atau *franchise*, masih ada banyak kafe yang punya ciri khasnya sendiri dan biasanya warung-warung kopi seperti ini rasanya lebih “homey”.

Munculnya persaingan dalam berwirausaha merupakan hal yang tidak dapat dihindari, maka wirausahawan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman baik yang berasal dari luar maupun dari dalam. Wirausaha setiap waktunya dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada di lingkungan bisnis sehingga mampu bersaing dengan dunia bisnis. Ketika konsumen melakukan pembelian, produsen dengan cermat memperhatikan faktor

apa saja yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Beberapa faktor tersebut adalah Produk, Harga, Lokasi dan Promosi (Alma:2012).

Jumlah penikmat kopi di Indonesia mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir. Berdasarkan data dari Kementerian Pertanian, konsumsi kopi nasional mengalami peningkatan pada periode 2016-2021. Pada 2016, konsumsi kopi mencapai sekitar 250 ribu ton, naik menjadi 276 ribu ton pada 2017. Pada 2021 naik lagi hingga 370.000 ribu ton. Jika dibagi jumlah penduduk Indonesia 270 juta, rata-rata konsumsi kopi di Indonesia hanya 1.3 kg per tahun. Kecil sekali. Sekitar 3,5 gram per hari. (Hidayat:2022).

Persaingan usaha memaksa para pelaku usaha yang ada didalamnya untuk memiliki keunggulan dan strategi dalam bersaing, agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan, tidak terkecuali UKM maupun para pelaku usaha kafe. Mereka yang mampu menyajikan produk yang lebih unggul melalui orientasi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki peluang lebih besar untuk menarik konsumen.

Melalui inovasi besar harapan mereka untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam usaha kafe ini memiliki risiko operasional yang tinggi jadi, pengusaha harus berinovasi dan memiliki keunggulan kompetitif terkait untuk bertahan hidup. Strategi bersaing memiliki pengaruh yang signifikan pada keunggulan posisi dan kinerja perusahaan. Penerapan strategi positif akan membantu perusahaan yang

berkinerja tinggi mencapai kinerja operasional yang lebih tinggi (Jogaratnam, 2017).

Saat ini, inovasi berperan penting dalam mendukung kinerja operasional suatu bisnis. Perkembangan bisnis tumbuh sangat dinamis dan terus mengalami peningkatan. Para pebisnis disini harus mempersiapkan strategi untuk pengembangan lebih lanjut ketika semakin banyak pesaing baru yang bermunculan gar dapat terus bersaing dan survive. Meliputi bisnis usaha yang berkecimpung di bidang makanan dan minuman bisa ditemukan dalam skala dari yang terkecil sampai yang terbesar. Karena itu, pengusaha kafe mencari cara membangun keunggulan kompetitif seperti mengadopsi kustomisasi massal, meningkatkan proses produksi dan menggunakan teknologi inovatif untuk menciptakan kinerja tinggi (Al-Zaidi, 2016).

Kafe yang akan peneliti teliti yaitu usaha kafe di Kecamatan Lowokwaru kota Malang. Usaha di bidang makanan/minuman (kuliner) yang merupakan usaha yang selalu laku dan tidak pernah ketinggalan jaman. Usaha makanan/minuman menjadi sektor yang sangat strategis dalam meningkatkan perekonomian daerah dan menyerap tenaga kerja, sebab hal tersebut telah menjadi takdir manusia yang selalu membutuhkan makanan setiap harinya. Kendati telah banyak dilakukan, namun tetap saja relevan untuk diteliti sebab alasan logisnya yaitu UKM diberbagai daerah mempunyai karakteristik yang berbeda, dan cara mengolahnya juga berbeda.

Dilansir dari Wikipedia, kota Malang merupakan salah satu kota yang memiliki perguruan tinggi dengan total 59, terlebih lagi kampus besar yang ada di

kecamatan Lowokwaru menjadikan usaha kafe bertambah setiap tahunnya. Angka yang tidak sedikit tersebut sangat mempengaruhi target pasar dari usaha kopi itu sendiri, banyak pengusaha kafe yang menaruh target pangsa pasarnya adalah mahasiswa dan mahasiswi.

Adapun variabel yang akan digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan dalam penelitian ini yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing. Adapun alasan peneliti menggunakan variabel ini, karena variabel tersebut telah digunakan oleh beberapa peneliti terdahulu namun mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat rancangan judul penelitian “PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA PEMASARAN USAHA KAFE DI KEC. LOWOKWARU KOTA MALANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini akan menganalisis “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kafe Di Kec. Lowokwaru Kota Malang”. dengan demikian, rumusan masalahnya tersusun sebagai berikut:

1. Bagaimana orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing secara simultan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada usaha kafe di Kec. Lowokwaru Kota Malang?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha kafe di Kec. Lowokwaru Kota Malang?

3. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha kafe di Kec. Lowokwaru Kota Malang?
4. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran usaha kafe Di Kec. Lowokwaru Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kafe
2. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran usaha kafe.
3. Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran usaha kafe.
4. Untuk menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kafe.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian karya ilmiah ini diharapkan dapat memberi manfaat terhadap UMKM, usaha kafe, akademisi, peneliti selanjutnya.

1. Untuk UMKM, penelitian ini di harapkan memberikan manfaat kepada pelaku UMKM, sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menganalisis aktifitas pemasaran dalam usaha mereka.

2. Untuk usaha kafe, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran secara jelas bauran pemasaran, sehingga berdampak positif terhadap usaha kafe.
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam melakukan penelitian dengan objek ataupun masalah yang sama dimasa yang akan datang dengan menambah variabel-variabel lainnya.
4. Untuk menambah wawasan dalam bidang yang diteliti baik secara teori maupun aplikasi.



BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Sesuai dengan hasil penelitian dan pengujian hipotesis terkait pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kafe di kecamatan Lowowaru Kota Malang, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara simultan variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing secara bersama-sama dapat meningkatkan kinerja pemasaran, sehingga pemilik berpengaruh secara positif dan signifikan kecamatan Lowokwaru Kota Malang dapat terus konsisten mempertahankan jiwa kewirausahaan yang dimilikinya, terus berinovasi dalam produknya dan memiliki ciri khas dalam berpengaruh secara positif dan signifikan nya dalam meningkatkan penjualannya.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kafe di kecamatan Lowowaru Kota Malang.
3. Inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kafe di kecamatan Lowowaru Kota Malang.

4. Keunggulan bersaing juga berpengaruh berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kafe di kecamatan Lowowaru Kota Malang.

6.2 Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan sesuai dengan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Dari penelitian yang peneliti lakukan pada kafe yang ada di kecamatan lowokwaru ada beberapa hal yang harus dipertimbangan sebagai masukan dalam hal ini saran yang dapat disampaikan adalah meningkatkan inovasi produk dan mengoptimalkan system pelayanan yang baik dan cekatan.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja pemasaran. Kemudian metode pengumpulan data dilengkapi dengan metode wawancara sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap



University of Islam Malang
REPOSITORY



Hak Cipta Milik UNISMA

DAFTAR PUSTAKA

- Andwiani, Sinarasri.2013. *Analisi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. jurnal, Prosiding Seminar Nasional 2013, ISBN :978-979-98438-8-3
- Anggraeni, Adisty Cynthia. (2012). *Asuhan Gizi Nutritional Care Process*. Bandung: Graha Ilmu
- Anoraga dan Sudantoko, 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arbawa, Delta Lexi dan Paulus Wardoyo. “Keunggulan Bersaing : Berpengaruh terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Kendal)”. Jurnal Program Studi Magister Manajemen. Universitas Semarang. ISSN : 1979 4800 (cetak), ISSN : 2580-8451 (online).
- Armanto Witjaksono dan Monica Nathalia (2014). *Pengaruh Tingkat Kesehatan Bank Berdasarkan Metode RGEK Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Perbankan Go Public Di Indonesia Stock Exchange (IDX) Tahun 2011-2012*
- Audita Nuvriasari, Gumirlang Wicaksono, dan Sumiyarsih. 2015. *Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm*. Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Vol 19, No 2, Juni. Hal. 241-259. ISSN 1411-0393
- Baer, Markus dan Michael Frese. 2003. *Innovation Is Not Enough: Climates For Initiative And Psychological Safety, Process Innovations, And Firm Performance*, *J. Organiz. Behav.* p.24, 45–68.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado*. Jurnal Emba ISSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780
- Cynthia. 2018. *Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sepatu Bellagio Di Manado*. Jurnal EMB, Riset Ekonomi, Dan Akuntansi. Vol.03, No.03.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. 2017. “Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk”. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No.1 2017. ISSN : 2407- 2648 (Print), ISSN : 2407-263X (Online).
- Dewi, Ni Putu Diah Erna dan Ni Ketut Seminari. 2017. “Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing

pada hotel Alila Ubud". E-jurnal Manajemen Ubud. Universitas Udayana Bali. Vol.6, no. 11, 2017. ISSN : 2302-8912

Fadhillah, Y. (2021). *Sistem Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Penentuan Harga Produksi Furniture Menggunakan Metode Sugeno*. Jurnal Education And Development, 9(1), 474-474.

Fandy Tjiptono, 2008 .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Fatmawati, Rossa Amalia. 2014. *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran Pada Warung Kucingan/Angkringan Di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.

Heri Setiawan (2012). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil di Kota Palembang*. Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII, November 2012 ISSN: 2085-1375

<https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>.(di akses pada 12 juli 2022)

https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_perguruan_tinggi_di_Kota_Malang (di ases pada 12 juli 2022)

<https://surabaya.lokanesia.com/daftar-cafe-di-lowokwaru-malang/> (di akses pada 27 februari 2022)

<https://www.google.com/amp/s/news.detik.com/kolom/d-5943275/agenda-riset-kopi-inovatif/amp> (di akses pada 14 juli 2022)

Irawati, Metti, dkk. 1999. *Campuran Kapas dan Kelaras Pisang Sebagai Media Tanam Jamur Merang*. Jurnal Mikrobiologi Indonesia, Volume 4, No.1, Halaman 27-29. Bogor: Jurusan Biologi FMIPA Institut Pertanian Bogor.

Iskandar 2017, "*pengruh kewirausahaan dan peluang pasar terhadap kinerja usaha perdagangan mikro kecil dan menengah,Aceh timur*" Vol.8 No 1.

Kuratko, Donald F. & Hodgetts, Richard M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practise*. 7th ed. (South - Western/Thomson Publisher).

Lastianto, A., Pradhanawarti, A., & Widiartanto. (2016). *Pengaruh Promosi, Intensitas Persaingan dan Kebijakan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Bandeng Presto Pada Sentra Usaha Bandeng Presto Kelurahan Tambakrejo Semarang*. Ilmu Administrasi Bisnis, 1-7

- Lee D Y and Tsang E W K. (2001). *The Effect of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth*, *Journal of Management Studies* 38-4. Page 599.
- Michael E. Porter. (2008). *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Kharisma Publishing. Tangerang.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2015). *Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (studi pada ukm sentra kabupaten malang)*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 23-37.
- Nurdianah, I. (2019). *Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Cafe Di Semarang)*. Universitas Diponegoro
- Pattipeilohy, Victor Ringhard. Rofiaty, M.S. Idrus. 2013. *The Influence of the availability of Money and Time, Fashion Involvement, Hedonic Consumption Tendency and Positive Emotions towards Impulse Buying Behavior in Ambon City (Study on Purchasing Products Fashion Apparel)*. *International Journal of Business and Behavioural Sciences*. Yogyakarta: CV.ANDI OFFSET.
- Prieto, L. C. 2010, *Proactive Personality And Entrepreneurial Leadership: Exploring The Moderating Role Of Organizational Identification And Political Skill*. *Academy Of Entrepreneurship Journal*, Vol 16 : Hal 107 - 121.
- Purnamasari, Ayunda Afifah. 2020. *Sampah Minimasi Pada Proses Produksi Keju Mozarella Dengan Pendekatan Lean Manufacturing*. Skripsi Sarjana (S1). Universitas Muhammadiyah Malang
- Sayekti, T.I. & Soliha, E., 2016. *Competitiveness , Marketing Access, Network Capability And Its*. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(36).
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung:Alfabeta.
- Syukron, M. Z. dan Ngatno. 2016. *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus*

