

INTISARI

Meningkatnya pertumbuhan bisnis coffee shop dengan ekspansi yang cepat dan menarik sebagai industri makanan & minuman di wilayah perkotaan Indonesia, khususnya Daerah Istimewa Yogyakarta telah menyebabkan persaingan bisnis antara usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sehingga dituntut untuk menggunakan kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan lingkungan bisnis, menciptakan peluang, kompetitif, memuaskan pelanggan dan mempertahankan posisi pasarnya. UMKM coffee Shop dapat mengambil langkah strategis melalui penerapan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan inovasi yang akan berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) tingkat orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi, dan kinerja usaha 2) menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha 3) menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha 4) menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha. Penelitian ini dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pemilihan lokasi secara purposive di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik convenience sampling pada 80 pemilik/pengelola UMKM coffee shop. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hipotesis yang telah dibangun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi, dan kinerja usaha UMKM coffee shop tergolong tinggi. Penelitian ini juga menemukan bahwa dimensi orientasi kewirausahaan yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha adalah dimensi proaktif, agresivitas kompetitif, dan otonomi, sedangkan dimensi inovasi dan pengambilan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Selain itu, dimensi orientasi pasar yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha adalah dimensi orientasi pelanggan, sedangkan orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Terakhir, dimensi inovasi yang berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja usaha ditunjukkan oleh inovasi produk dan inovasi proses.

Kata kunci: Coffee shop, Kinerja UMKM, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi

ABSTRACT

The increasing growth of the coffee shop business with a fast and attractive expansion as a food & beverage industry in urban areas of Indonesia, especially the Special Region of Yogyakarta has led to business competition between micro, small and medium enterprises (MSMEs) required to use their abilities in adapting to the business environment, to create opportunities, be competitive, satisfy customers and maintain its market position. The Coffee Shop MSMEs can take strategic steps through the application of entrepreneurial orientation, market orientation, and innovation that will have an impact on improving business performance. This study aims to determine 1) the level of entrepreneurial orientation, market orientation, innovation, and business performance 2) analyze the effect of entrepreneurial orientation on business performance 3) analyze the effect of market orientation on business performance 4) analyze the effect of innovation on business performance. This research was conducted in the Special Region of Yogyakarta with a purposive selection of locations in Sleman Regency and Yogyakarta City. The sampling method used a convenience sampling technique on 80 coffee shop MSMEs owners/managers. The analytical method used is descriptive analysis and quantitative analysis of Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to test the hypotheses that have been built. The results showed that the level of entrepreneurial orientation, market orientation, innovation, and business performance of coffee shop MSMEs was high. This study also found that the dimensions of entrepreneurial orientation that have a significant and positive effect on business performance are the dimensions of proactiveness, competitive aggressiveness, and autonomy, while the dimensions of innovation and risk-taking have no significant effect on business performance. In addition, the dimension of market orientation that has a significant and positive effect on business performance is the dimension of customer orientation, while competitor orientation and coordination between functions have no significant effect on business performance. Finally, the dimensions of innovation that have a significant and positive effect on business performance are indicated by product innovation and process innovation.

Keywords: Coffee shop, MSMEs Performance, Entrepreneurial orientation, Market orientation, Innovation

