

**ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
TERHADAP PENINGKATAN KINERJA USAHA PADA UMKM
RESTO DAN CAFE DI PONTIANAK**

Elvin Setiawan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Dharma Pontianak
elvin.setiawan@rocketmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap peningkatan kinerja usaha UMKM resto dan cafe di Pontianak. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausalitas, Teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan, kuisioner dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif, dengan menggunakan skala rating dan untuk memproses data pada penelitian ini menggunakan program spss 22. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja penjualan. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan kepada pelaku bisnis resto dan cafe di Pontianak adalah meningkatkan kualitas pelayanan, menciptakan inovasi menu baru serta peningkatan terhadap kualitas menu untuk tujuan membuat pelanggan ingin kembali untuk berkunjung kembali.

KATA KUNCI : Orientasi kewirausahaan, inovasi, kinerja usaha

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bisnis resto dan cafe di Indonesia kian meningkat dari tahun ke tahun. Bisnis resto dan cafe terus tumbuh pesat sehingga patut diperhitungkan sebagai salah satu bisnis yang menguntungkan. Saat ini di Indonesia, pemerintah gencar untuk meningkatkan sector UMKM, selain itu pemerintah juga menjaga daya beli masyarakat khususnya kalangan menengah ke bawah yang merupakan pangsa pasar utama dari para pelaku UMKM. Kesempatan mulai meningkat bagi para pelaku UMKM, dengan adanya dorongan dari pemerintah yang memicu masyarakatnya untuk terus menciptakan usaha mereka sendiri dan membantu masyarakatnya supaya mencapai kehidupan yang lebih sejahtera dan bahkan meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia. Keadaan tersebut menyebabkan pelaku bisnis pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan usaha, memperoleh laba optimal, serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi pesaing, hal ini membuat semakin tinggi pula daya persaingan di dalam diri masyarakat, terutama di dalam bidang ekonomi. Salah satu strategi yang dapat

dilakukan oleh perusahaan ialah dengan berorientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan hal yang penting untuk kelangsungan hidup bisnis yang dijalankan, dimana para wirausahawan melakukan survey atau pencarian informasi mengenai bisnis atau produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan selain itu pelaku usaha harus memahami dengan baik mengenai segala informasi tentang pasar, pelanggan dan bahkan mengetahui pesaingnya. Hal ini akan menciptakan sebuah nilai unggul yang mana tentu saja akan meningkatkan kinerja usaha. (Hiong, et al., 2020).

Setelah memahami dan melakukan orientasi kewirausahaan dengan baik, pelaku usaha wajib melakukan tindakan yang tepat demi merealisasikan tujuan utamanya, yakni dengan melakukan inovasi yang menjadi salah satu strategi lainnya yang dimana inovasi tidak hanya pengembangan produk atau jasa baru saja tetapi inovasi juga termasuk pada pemikiran bisnis baru dan proses baru dalam membangun orientasi kewirausahaan sehingga bisa meningkatkan kinerja usaha. Inovasi juga dipandang sebagai mekanisme dimana pebisnis ini mengembangkan kedekatan dengan calon konsumen maka kita dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen sehingga UMKM resto dan cafe ini dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif.

KAJIAN TEORITIS

Orientasi Kewirausahaan

Bagi pelaku UMKM, sangatlah penting orientasi kewirausahaan ini, dikarenakan orientasi kewirausahaan merupakan unsur penting dalam keberlangsungan suatu usaha, dengan menerapkan sifat *entrepreneur orientation* yang tepat dan baik sehingga meningkatkan kinerja usaha yang bertujuan untuk mencapai laba semaksimal mungkin. Orientasi kewirausahaan memiliki peran yang penting dalam suatu model yang terintegrasi dan terpadu yang menjelaskan hubungan antara perilaku kewirausahaan perusahaan dengan lingkungan, strategi, faktor internal perusahaan dan dengan kinerja perusahaan serta menyatakan kewirausahaan akan menunjukkan perilaku standar tertentu dalam keberlangsungan suatu usaha, dengan menerapkan sifat *entrepreneur orientation* yang tepat dan baik sehingga meningkatkan kinerja usaha yang bertujuan untuk mencapai laba semaksimal mungkin, tercermin dalam filosofi strategis dalam praktek manajemen yang efektif dengan menerapkan sifat *entrepreneur orientation*

yang tepat dan baik sehingga meningkatkan kinerja usaha yang bertujuan untuk mencapai laba semaksimal mungkin untuk mengatasi ancaman kompetitif dan menghindari tekanan kompetitif (Chen, Li, & Evans, 2012). Melalui orientasi kewirausahaan, sistem nilai perusahaan yang nantinya akan menentukan arah gerak atau strategi perusahaan, orientasi kewirausahaan menyatakan bahwa ada lima dimensi *Corporate Entrepreneurship* yang mempengaruhi kinerja usaha, yaitu keinovatifan, pengambilan resiko, proaktif, keagresifan bersaing, dan kebebasan (Rauch, Wiklund, Lumpkin, & Frese, 2009). Orientasi kewirausahaan memiliki strategis yang menonjol orientasi yang secara historis menjelaskan dengan signifikan varians dalam konstruksi seperti analisis, pengumpulan dan akuisisi informasi, diratakan struktur organisasi dan pemberdayaan garis depan karyawan untuk mengejar perubahan strategis dan mempengaruhi produk kegiatan pembangunan (Morgan, Anokhin, & Wincent, 2016).

Berdasarkan pembahasan pada kajian teoritis diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM resto dan cafe di Pontianak

Inovasi

Inovasi menjadi salah satu strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing, dengan mengumpulkan berbagai informasi terlebih dahulu mengenai keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kelemahan pesaing akan membantu dalam melakukan pembaruan usaha yang dapat menarik perhatian konsumen, inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Pelaku usaha dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru yang sesuai kebutuhan pelanggan, memiliki nilai yang berbeda, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan (Gallouj & Windrum, 2009). Inovasi adalah kesuksesan ekonomi dan sosial berkat diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan/atau pengguna, komunitas, sosietas dan lingkungan (Fontana, 2009). Dalam melakukan usaha salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi usahanya tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini

disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus sehingga akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya (Larsen, P & Lewis, A, 2009).

Berdasarkan pembahasan pada kajian teoritis diatas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

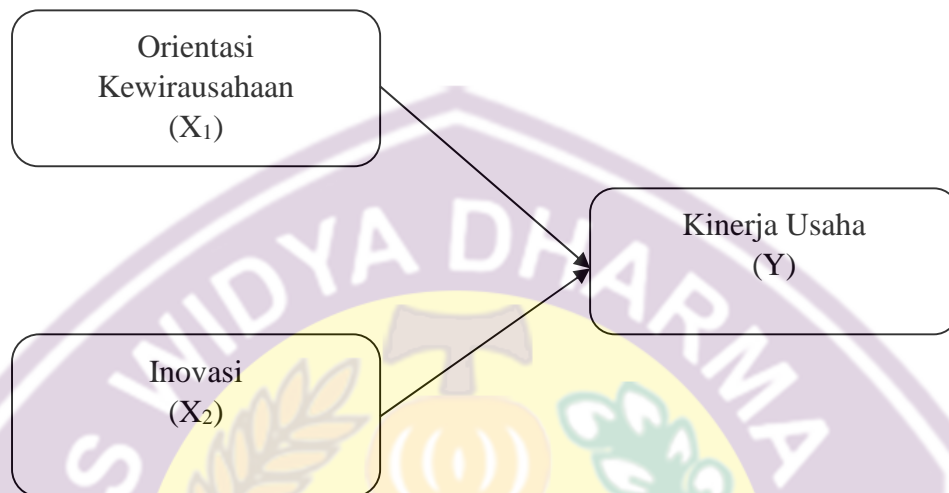
H₂ : Inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM resto dan cafe di Pontianak

Kinerja Usaha

Kinerja merupakan tolak ukur dalam menilai proses ataupun output dari suatu usaha, maka penting bagi suatu usaha untuk terus mengevaluasi kinerjanya agar dapat mengendalikan usahanya sesuai dengan tujuan dan perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya, serta saling keterkaitan antara variabel perilaku (*processess*), *ouput* dan *outcomes* (*value added or impact*) dalam mensukseskan produk baru dalam pengembangan pasar, di mana kinerja perusahaan dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan dan porsi pasar. Kinerja bisnis juga dapat dilihat pemilik usaha yang telah menanamkan modalnya pada suatu perusahaan memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur kinerja perusahaan yaitu imbalan atas investasi modalnya dan risiko dari investasi modal mereka. Karena strategi bisnis yang harus dilaksanakan oleh manajer harus ditujukan untuk memuaskan pemilik bisnis. Para manajer harus menentukan strategi bisnis yang dilakukan akan berpengaruh imbalan atas investasi modal perusahaan dan resikonya (Vidyatmoko, Husni, & Rosadi, 2015). Kinerja usaha mengacu pada tingkat capaian prestasi perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Kinerja (*performance*) pada perusahaan dapat dilihat dari tingkat penjualan perusahaan, tingkat margin, tingkat pengembalian modal, tingkat *turnoover* dan pangsa pasar yang diraih (Sulistyowati & Lestari, 2016). Kinerja usaha diukur dari profitabilitas, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan pangsa pasar sebagai pengukuran kinerja paling penting dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan (Lofian, 2016). Kinerja usaha merupakan serangkaian dari

berbagai kegiatan manajemen yang memberikan gambaran tentang sejauh mana hasil kegiatan yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa kemajuan, keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi (Lanang, Kirya, & Cipta, 2015).

GAMBAR 1
MODEL PENELITIAN



Hubungan Orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha

Orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai sikap dan perilaku wirausaha dalam mengelola sumber daya agar mampu melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga memperoleh keunggulan kompetitif. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Galetic dan Milovanovic 2009), peneliti menggunakan istilah orientasi kewirausahaan untuk merujuk pada proses pembuatan strategi dan gaya perusahaan yang terlibat dalam kegiatan wirausaha agar dapat mengembangkan usahanya, sehingga peneliti menjelaskan bahwa dalam hubungannya dengan kinerja perusahaan terdapat hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja. Serta penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hui Li, Yong, Jing-Wen Huang dan Ming-Tien Tsai 2009) mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan berhubungan secara positif dengan kinerja perusahaan melalui mediasi proses penciptaan pengetahuan.

Hubungan Inovasi dan kinerja usaha

Inovasi didefinisikan sebagai hasil kreativitas yang dibangun berdasarkan keinovatifan seseorang untuk berinovasi dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu usaha. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prajogo 2011) mengeksplorasi hubungan antara inovasi dan kinerja usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) tidak ada perbedaan

signifikan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa baik dari inovasi produk maupun inovasi proses, (2) inovasi proses menunjukkan hubungan relatif lebih kuat dari kinerja usaha daripada inovasi produk dalam sektor manufaktur.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis terdiri dari wawancara, dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha resto dan cafe di Kota Pontianak dengan jumlah populasi pelaku usaha resto dan cafe 150 populasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan karakteristik responden adalah responden berdomisili di Pontianak. Bentuk penelitian kausalitas disusun untuk meneliti adanya hubungan sebab akibat antar variabel, dengan teknik analisis data yang digunakan adalah kualitatif yakni menggunakan skala rating dan kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji F dan uji T. Dimana alat analisis menggunakan SPSS versi 22.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis menyebarkan 100 lembar kuesioner kepada pelaku usaha resto dan cafe dengan tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mengetahui bagaimana dan seberapa besar pengaruh variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap peningkatan kinerja usaha UMKM resto dan cafe di Pontianak. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kriteria (*three-box method*) untuk mendapatkan dasar interpretasi nilai indeks. Hasil indeks responden yang telah diperoleh sebagai berikut:

TABEL 1
HASIL INDEKS JAWABAN RESPONDEN

Variabel	Hasil Indeks	Temuan Penelitian
Orientasi Kewirausahaan (X₁) 1. Inovatif dan kreatif 2. Berani menghadapi resiko 3. Mencari dan memanfaatkan peluang 4. Agresif dalam bersaing 5. Kemandirian	78,30 78,66 78,50 77,10 76,90	1. Mampu merespon sesuai keinginan pelanggan 2. Mencari informasi mengenai pesaingnya 3. Mengambil tindakan yang tepat untuk menghadapi resiko
Kesimpulan berdasarkan hasil jawaban responden menyatakan jawaban paling tinggi pada indikator berani menghadapi resiko dengan indeks rata-rata jawaban responden 78,66 persen		
Inovasi (X₂) 1. Inovasi varian menu makanan dan minuman 2. Inovasi terhadap desain interior dan exterior 3. Mempunyai nilai yang berbeda 4. Fleksibel dalam berinovasi 5. Memberikan apa yang dibutuhkan pelanggan	76,30 79,00 75,30 77,00 76,40	1. Memberikan berbagai varian menu makanan dan minuman 2. Memberikan sesuatu yang baru dan berbeda 3. Mendengarkan keluhan dan berikan apa yang diinginkan pelanggan
Kesimpulan berdasarkan hasil jawaban responden menyatakan jawaban paling tinggi pada indikator inovasi terhadap desain interior dan exterior dengan indeks rata-rata jawaban responden 79,00 persen		
Kinerja Usaha (Y) 1. Jumlah tenaga kerja semakin meningkat 2. Pendapatan laba semakin meningkat 3. Pelanggan baru semakin meningkat 4. Pelanggan setia semakin Meningkat 5. Kebutuhan bahan baku semakin meningkat	78,50 77,90 79,20 79,30 76,40	1. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan 2. Melakukan promosi pengurangan harga dengan minimal pembelian 3. Mampu menjaga cita rasa makanan dan minuman
Kesimpulan berdasarkan hasil jawaban responden menyatakan jawaban paling tinggi pada indikator pelanggan setia semakin meningkat dengan indeks rata-rata jawaban responden 79,30 persen		

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan Tabel 1 mengenai tanggapan responden untuk setiap indikator dapat disimpulkan bahwa pada variabel orientasi kewirausahaan Indeks jawaban responden

yang tertinggi terletak pada pernyataan kedua yakni sebesar 78,66 persen, mengenai pelaku usaha harus berani dalam mengambil keputusan untuk menghadapi resiko. Persaingan yang semakin ketat sehingga pelaku usaha harus berani pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang untuk menciptakan usaha baru atau dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri dalam menghadapi tantangan-tantangan persaingan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, membuat inovasi menu baru, dan membuat inovasi baru desain interior maupun exterior semenarik mungkin.

Variabel inovasi dapat disimpulkan, bahwa Indeks jawaban responden yang tertinggi terletak pada pernyataan kedua yakni sebesar 79,00 persen, mengenai inovasi dekorasi desain interior dan exterior dapat menarik perhatian konsumen. Pelaku usaha harus mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dengan menciptakan suatu desain tempat yang kreatif dan inovatif. Generasi milenial saat ini sudah banyak sekali yang memanfaatkan resto dan cafe sebagai sarana untuk berkumpul bersama teman-teman. Tidak hanya sekedar mencari makanan yang enak, tetapi juga tempat yang nyaman serta koneksi wifi yang bisa mereka gunakan untuk bermain game, untuk mengakses media sosial, dan memberikan spot-spot yang bagus untuk berfoto bersama.

Variabel kinerja usaha dapat disimpulkan bahwa Indeks jawaban responden yang tertinggi terletak pada pernyataan keempat yakni sebesar 79,30 persen, mengenai pelanggan setia mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun lalu. apabila pelanggan setia semakin meningkat maka akan mengalami peningkatan volume penjualan dan laba juga akan mengalami peningkatan setiap tahunnya. Semakin meningkatnya volume penjualan berarti membuktikan bahwa pelaku usaha telah memberikan keunggulan bersaing dibandingkan pesaing lainnya melalui pelanggan yang lebih setia meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan bantuan program olahan data statistik yaitu *SPSS 22* dalam melakukan pengujian terhadap data yang diperoleh untuk mempermudah pengolahan data bagi keperluan penelitian kuantitatif. Berikut ini merupakan data dari hasil uji statistik :

TABEL 2
HASIL UJI STATISTIK

ANALISIS DATA				
1. Uji Validitas				
Orientasi Kewirausahaan : $X_{1.1} = 0,860$; $X_{1.2} = 0,731$; $X_{1.3} = 0,873$; $X_{1.4} = 0,674$; $X_{1.5} = 0,659$				
Inovasi : $X_{2.1} = 0,713$; $X_{2.2} = 0,670$; $X_{2.3} = 0,728$; $X_{2.4} = 0,775$; $X_{2.5} = 0,714$				
Kinerja Usaha : $Y_1 = 0,626$; $Y_2 = 0,679$; $Y_3 = 0,605$; $Y_4 = 0,707$; $Y_5 = 0,720$				
Kesimpulan: Semua pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid karena semua indikator yang digunakan mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.				
2. Uji Reliabilitas				
Orientasi Kewirausahaan : $X_{1.1} = 0,881$; $X_{1.2} = 0,881$; $X_{1.3} = 0,881$; $X_{1.4} = 0,884$; $X_{1.5} = 0,883$				
Inovasi : $X_{2.1} = 0,884$; $X_{2.2} = 0,885$; $X_{2.3} = 0,883$; $X_{2.4} = 0,881$; $X_{2.5} = 0,883$				
Kinerja Usaha : $Y_1 = 0,884$; $Y_2 = 0,885$; $Y_3 = 0,882$; $Y_4 = 0,884$; $Y_5 = 0,882$				
Kesimpulan: Berdasarkan hasil uji Reliabilitas, hasil <i>Cronbach's Alpha</i> variabel orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja usaha lebih besar dari pada batas minimal <i>Cronbach's Alpha</i> 0,60 sehingga masing-masing variabel dapat dikatakan reliabel.				
ASUMSI KLASIK				
Alat Uji		Cut Off	Hasil	Kesimpulan
1. Normalitas				
Metode <i>One Sample Kolmogorov</i>		>0,05	0,200	Terdistribusi normal
2. Multikolinearitas				
Nilai <i>tolerance</i>		>0,1	0,810	Tidak terjadi multikolinearitas
Nilai VIF		<10	1,235	
3. Heterokedastisitas				
Orientasi Kewirausahaan Inovasi		>0,05	0,395 0,404	Tidak terjadi heterokedastisitas
4. Autokorelasi				
DU		>1,715	DW	$DU < DW < 4 - DU$
4-DU		<2,284	1,898	Maka tidak terjadi Autokorelasi
ANALISIS PENGARUH VARIABEL PENELITIAN				
1. Uji Koefisien Korelasi				
Orientasi Kewirausahaan		0,05	0,602	Berkorelasi kuat terhadap Y
Inovasi			0,759	Berkorelasi kuat terhadap Y
2. Uji Determinasi (R^2) Adjusted R Square (%)		100	66	Variabel X1 dan X2 berpengaruh 66 persen terhadap variabel Y.
3. Uji regresi Linear Berganda		-	-	$Y = 7,320 + 0,255 X_1 + 0,570 X_2 + e$
4. Uji ANOVA (F)				
f_{hitung}		>3,09	97,125	Terdapat pengaruh signifikan antara X1 dan X2 terhadap Y.
Sig.		<0,05	0,000	
5. Uji Hipotesis (t)				
Orientasi Kewirausahaan		>1,660	5,140	Variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh signifikan terhadap Y.
Inovasi			9,414	

Sumber data: Data olahan 2019

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa H_1 : ada pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha diterima dikarenakan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi. Hal ini menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Artinya bahwa dengan menerapkan orientasi kewirausahaan yang tepat dan baik sehingga meningkatkan kinerja usaha yang bertujuan untuk mencapai laba semaksimal mungkin sehingga usaha yang dikelola berkembang menjadi besar dan mandiri.

Pengujian yang dilakukan juga menunjukkan bahwa H_2 : ada pengaruh positif dan signifikan inovasi terhadap kinerja usaha diterima dikarenakan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi. Hal ini menunjukkan variabel inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Artinya semakin banyak berinovasi bisa menjadi salah satu strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing, dengan mengumpulkan berbagai informasi terlebih dahulu mengenai keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kelemahan pesaing akan membantu dalam melakukan pembaruan usaha yang dapat menarik perhatian konsumen.

Orientasi kewirausahaan dan inovasi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dapat diindikasikan melalui pelaku usaha resto dan cafe ini dengan melakukan survei atau pencarian informasi apa yang diinginkan pelanggan sehingga para pelaku usaha bisa menawarkan apa yang diinginkan tersebut kepada pelanggan, selain itu juga para pelaku usaha juga harus mencari informasi mengenai pesaingnya juga dan menawarkan tempat yang nyaman sehingga membuat pengunjung betah dan merasa nyaman untuk datang lagi di lain waktu dengan menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru yang sesuai kebutuhan pelanggan, memiliki nilai yang berbeda, dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

PENUTUP

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu orientasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kinerja usaha pada UMKM resto dan cafe di Pontianak.

Adapun saran yang ingin diberikan oleh penulis adalah sebaiknya pelaku bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang resto dan cafe di Pontianak melakukan peningkatan kualitas menu, membuat inovasi menu baru, dan juga dengan meningkatkan kualitas pelayanan para barista untuk senantiasa memberi kepuasan kepada pelanggannya serta melakukan strategi untuk merangsang pelanggannya agar ingin berkunjung kembali pelaku usaha harus menyediakan tempat yang begitu nyaman dengan ruang berAC, koneksi jaringan yang bagus untuk para gamer, iringan lagu jazz, menyediakan proyektor untuk nonton bareng pertandingan sepak bola, serta mengadakan live musik setiap akhir pekan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Y, Li, & Evans, K. R. (2012). Effects of interaction and entrepreneurial orientation on organizational performance: Insights into market driven and market driving. *Industrial Marketing Management*, 41(6), 1019-1034.
- Fontana. 2009. Manajemen Inovasi dan Penciptaan Nilai. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Galetic, Fran dan Bojan Moric Milovanovic, 2009. *Linking Entrepreneurial Orientation With The Performance Of Croatian Hotel Industry, Faculty of Economics and Business, Working Paper*
- Gallouj, F., & Windrum, P. (2009). Services and services innovation. *Journal of Evolutionary Economics*, 19 (2), 141-148.
- Hui Li, Yong, Jing-Wen Huang dan Ming-Tien Tsai, 2009, *Entrepreneurial Orientation And firm Performance: The Role Of Knowledge Creation Process, Industrial Marketing Management*, 38 pp. 440–449.
- Lanang, I. P. E. S., Kirya, I. K., & Cipta, I. W. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bangli. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 11–21.
- Larsen, P. & A. Lewis. 2009. “How Award Winning SMEs Manage The Barriers to Innovation”, *Journal Creativity and Innovation Management*, page: 141-151.
- Lofian. (2016). Identifikasi Faktor Eksternal Dan Faktor Internal Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja UKM Mebel dan Rotan di Jepara. *Disprotek*, 5(2), 8–15.
- Morgan, T., Anokhin, S., & Wincent, J. (2016). Entrepreneurial orientation, firm market power and opportunism in network. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 31(1), 99-111.
- Hiong, L.S., Ferdinand, A.T., dan Listiana, E. (2020). Techno-resonance Innovation Capability for Enhancing Marketing Performance: A Perspective of RA-Theory. *Jurnal Business: Theory and Practice*, 21(1), 329-339.

- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Sulistyowati, E., & Lestari, N. S. (2016). Faktor Faktor penentu keberhasilan usaha kecil dan Menengah di Kota Yogyakarta. *Jurnal MAKSIPRENEUR*, VI (1), 24-36.
- Vidyatmoko, D., Husni, A., & Rosadi, Y. (2015). Faktor Utama Kesuksesan Wirausaha di Industri Pangan. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14 (1), 47-65.

