

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KINERJA BISNIS WARUNG KOPI DI KOTA MAKASSAR

Muhammad Hidayat

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) NOBEL Indonesia

Email : hidayat@stienobel-indonesia.ac.id

Citra

STIE Nobel Indonesia

Email ; citrayundar@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar dan motivasi berwirausaha, terhadap kinerja bisnis warung kopi di Kota Makassar, penelitian ini dilaksanakan pada pengusaha warung kopi di Kota Makassar dengan mengambil 80 pelaku usaha warung kopi sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial terbukti jika kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis warung kopi. Penelitian ini juga membuktikan secara simultan kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis warung kopi di Kota Makassar Penelitian ini juga menghasilkan nilai r^2 sebesar 0,924 atau 92,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 92,4% variabel kinerja bisnis warung kopi (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas X_1 , X_2 , dan X_3 sedangkan sisanya sebesar 7,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : “Kompetensi, motivasi , pasar, kinerja”

ABSTRACT

This study was intended to determine the effect of entrepreneurship competence, market orientation and entrepreneurial motivation to business performance Warung Kopi in Makassar this study was conducted at Business actors of Warung Kopi in Makassar by taking 80 warung kopi as research samples. The results of this study prove that partially proven if entrepreneurship competence, market orientation and entrepreneurial motivation affected to business performance Warung Kopi This study also proves simultaneously the affect entrepreneurship competence, market orientation and entrepreneurial

motivation affected to business performnace Warung Kopi. Coeficient determination of this study was 92,4% which shows that the model of this study can explain that the business performance influenced by 92.4% by the variables of this study and 7.6% is influenced by other variables that not examined in this study.

Keyword : Competence, Motivation, Market, Performance

PENDAHULUAN

Perubahan lingkungan yang mempengaruhi perkembangan pasar serta perkembangan informasi dan teknologi, akan mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing dan bukan hanya untuk mempertahankan diri, tetapi perubahan tersebut bagi para wirausahawan sejati akan menjadi tantangan untuk memajukan usahanya menjadi perusahaan terbaik diantara para pesaingnya. Perubahan ini juga menstimulus masyarakat tertarik untuk beralih ke dunia usaha dengan alasan semakin sedikitnya lapangan kerja akibat transformasi teknologi. Seiring dengan dinamika tersebut dari waktu ke waktu sektor usaha terutama Usaha Kecil Menengah (UKM) juga mengalami perubahan dan perkembangan yang cukup signifikan.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu pendorong yang signifikan pada pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di dunia terutama di negara-negara maju. Negara-negara yang sering dikenal dengan sebutan *Newly Industrializing Countries* (NICs) seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah contoh dari negara yang memiliki laju pertumbuhan PDB yang tinggi karena kinerja UKM mereka yang sangat efisien, produktif, dan memiliki tingkat daya saing global yang tinggi. Begitu pula di Indonesia, UKM telah mendapatkan perhatian lebih karena pertumbuhannya yang semakin pesat dan merupakan salah satu pelaku ekonomi yang memiliki peran, kedudukan serta potensi yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi baik secara regional maupun nasional. Selain itu, daya tahan terhadap krisis telah membuktikan Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai penyelamat bangsa Indonesia dari krisis moneter yang berkepanjangan.

Terdapat beberapa keuntungan strategik bagi para pelaku usaha yang bergerak dibidang usaha kecil menengah tentang pentingnya penilaian kinerja dalam pelaksanaan bisnis. Dimana penilaian kinerja dilakukan untuk mengetahui tingkat efisiensi dan efektifitas suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja bisnis sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu organisasi/perusahaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi/perusahaan dalam periode waktu tertentu. Faktor tersebut adalah faktor eksternal yang terdiri dari faktor politik, faktor ekonomi, dan faktor sosial, sementara itu faktor internal terdiri

dari tujuan organisasi, struktur organisasi, sumber daya manusia dan budaya organisasi.

Pengukuran kinerja suatu perusahaan sangat berguna untuk membandingkan perusahaan dengan perusahaan yang sejenis sehingga dapat dilakukan suatu tindakan yang dianggap perlu untuk memperbaikinya. Tanpa perbandingan, tidak akan diketahui apakah kinerja mengalami perbaikan atau sebaliknya yaitu menunjukkan penurunan. Kompetensi wirausaha merupakan faktor mendasar yang dimiliki seseorang yang mempunyai kemampuan lebih, yang membuatnya berbeda dengan seorang yang mempunyai kemampuan rata-rata. Sama halnya dengan usaha lainnya, permasalahan yang dihadapi Warung Kopi di Kota Makassar pada dasarnya meliputi sulitnya pengembangan usaha dikarenakan kurangnya informasi mengenai perkembangan dan perubahan lingkungan usaha, kebanyakan usaha kecil ini juga hanya mengandalkan faktor insting dan keberuntungan dalam menjalankan usahanya, sehingga ketika usaha berkembang dan persaingan semakin ketat, tidak ada pembinaan khusus atau kemampuan lebih untuk menghadapinya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan adalah merupakan ability yang dimiliki seseorang dalam penciptaan kegiatan kewirausahaan (Saiman, 2009);(Suryana, 2003); (Echdar,2013) kemampuan (*ability*) yang mendukung kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif, mampu menciptakan sesuatu yang berbeda (*ability to create the new and different*), mampu memulai usaha (*start up*), mampu membuat sesuatu yang baru (*creative*), mampu mencari peluang (*opportunity*), berani menanggung risiko (*risk bearing*), dan mampu mengembangkan ide dan meramu sumber daya. (Eddy Soeryanto Soegoto, 2009:8).banyak sekali kemampuan kewirausahaan yang ditemukan dalam serangkain penelitian oleh para pemerhati kewirausahaan seperti yang dilakukan oleh Eddy Soeryanto Soegoto Mangkunegara (2005:113 (2009:9) ;), Kasali 2010 , Echdar (2013) bahkan Hidayat melalui penelitian terhadap sifat dasar kewirausahaan menemukan 48 sifat dasar kewirausahaan (Hidayat et al, 2016) yang kemudian disarikan menjadi empat kemampuan yang diselaraskan dengan konsep Balanced Scorecard yaitu (1) keahlian dasar kewirausahaan (*learning and growth perspektiv*) (2) keahlian dalam penanganan proses bisnis(*Proses business Internal Perspective*) (3) keahlian dalam orientasi pada pelanggan (*Customers Perspective*) dan (4) keahlian dibidang pengelolaan keuangan (*Financial perspective*) . Senada degan Hidayat, Suryana (2006:91), berpendapat bahwa untuk mengukur kompetensi kewirausahaan terdapat 4 (Empat) kemampuan utama yang diperlukan untuk mencapai pengalaman yang seimbang agar tercapai keberhasilan usaha, yaitu (1) *Technical competence*, (2)

Marketing competence, . (2) *Financial competence*, dan (4) *Human relation competence*,

Orientasi Pasar

Para peneliti dalam bidang pemasaran yang dikutip oleh Tim Marknesis (2009:10) menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan seperangkat aktivitas dan perilaku yang khas (Kohli dan Jaworski, 1990), orientasi pasar merupakan sumber daya (Hunt dan Morgan, 1995), orientasi pasar merupakan dasar untuk pengambilan keputusan (Shapiro, 1998), atau orientasi pasar merupakan budaya organisasi (Day, 1994; Deshpande, *et al.*, 1993) Slater dan Narver, 1995). Slater dan Narver (1995) menyatakan dengan jelas bahwa orientasi pasar merupakan aspek dari budaya organisasi tidak dapat dipisahkan dengan pembelajaran organisasional, orientasi pasar memerlukan adanya penelitian untuk memahami norma dan nilai sehingga mencapai pembelajaran organisasional.

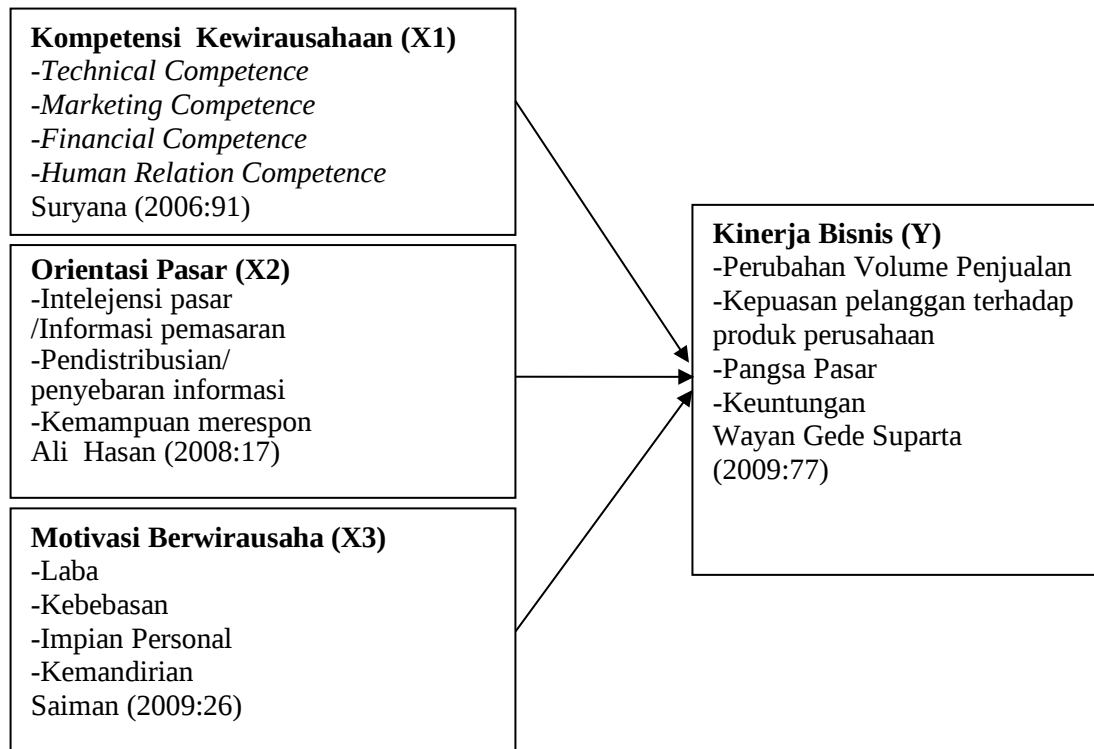
Berdasarkan penjelasan diatas, Tim Marknesis (2009:10) menyimpulkan bahwa Orientasi Pasar (Market Orientation) merupakan upaya untuk menerjemahkan filosofi pemasaran kedalam praktik pemasaran. Sedangkan menurut Fandy Dkk. (2008:85) orientasi pasar (*Market Orientation=MO*) merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran.

Motivasi Berusaha

Para peneliti dalam bidang pemasaran yang dikutip oleh Tim Marknesis (2009:10) menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan seperangkat aktivitas dan perilaku yang khas (Kohli dan Jaworski, 1990), orientasi pasar merupakan sumber daya (Hunt dan Morgan, 1995), orientasi pasar merupakan dasar untuk pengambilan keputusan (Shapiro, 1998), atau orientasi pasar merupakan budaya organisasi (Day, 1994; Deshpande, *et al.*, 1993) Slater dan Narver, 1995). Slater dan Narver (1995) menyatakan dengan jelas bahwa orientasi pasar merupakan aspek dari budaya organisasi tidak dapat dipisahkan dengan pembelajaran organisasional, orientasi pasar memerlukan adanya penelitian untuk memahami norma dan nilai sehingga mencapai pembelajaran organisasional.

Berdasarkan penjelasan diatas, Tim Marknesis (2009:10) menyimpulkan bahwa Orientasi Pasar (Market Orientation) merupakan upaya untuk menerjemahkan filosofi pemasaran kedalam praktik pemasaran. Sedangkan menurut Fandy Dkk. (2008:85) orientasi pasar (*Market Orientation=MO*) merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran.

Berdasar pada uraian diatas maka konsep penelitian untuk mengetahui kinerja bisnis dilihat dari pengaruh tiga factor utama yaitu : Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Motivasi berwirausaha dapat dilihat melalui kerangka konsep Penelitian sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian

Hipotesis Penelitian :

1. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis Warung Kopi di Kota Makassar
2. Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis Warung Kopi di Kota Makassar
3. Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis Warung Kopi di Kota Makassar
4. Kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, dan motivasi berwirausaha berpengaruh simultan terhadap kinerja bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 1994:4). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada Januari – Maret 2020. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling dan menetapkan kriteria warung kopi yang telah

beroperasi minimal 3 tahun serta memiliki pengelolaan administrasi dan keuangan yang baik dengan kriteria ini didapatkan sebanyak 80 warung kopi sebagai sampel penelitian

Teknik analisis data menggunakan analisa regresi linier berganda yang didahului dengan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap data penelitian uji hipotesis digunakan uji t untuk menguji pengaruh secara parsial dan uji f untuk mengetahui pengaruh secara simultan. Analisis kebermaknaan dalam penelitian ini digunakan melalui uji koefisien determinasi (R square) Analisis data statistika dilakukan dengan menggunakan Soft ware IBM SPSS Versi 25

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer IBM *SPSS for Windows* versi 23. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T hitung	Signifikansi	Ket
Kompetensi Kewirausahaan	0,451	9,869	0,000	Signifikan
Orientasi Pasar	0,330	8,357	0,000	Signifikan
Motivasi Berwirausaha	0,338	7,425	0,000	Signifikan
Konstanta		1,483		
R		0,961		
R Square		0,924		
F hitung		309,558		

Sumber: Hasil Uji Regresi Linear Berganda, 2017

$$Y = 1,483 + 0,380 X_1 + 0,403 X_2 + 0,378 X_3 + e$$

- Variabel Kompetensi kewirausahaan (X_1) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,380, menunjukkan besarnya pengaruh kompetensi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja bisnis warung kopi di kota Makassar adalah positif. Jika terjadi peningkatan kompetensi

kewirausahaan ditambah 1 maka akan mempengaruhi motivasi mahasiswa sebesar 0,380.

- b. Variabel Orientasi pasar (X_2) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,403, menunjukkan besarnya pengaruh orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja bisnis warung kopi di kota Makassar adalah positif. Jika terjadi peningkatan orientasi pasar ditambah 1 maka akan mempengaruhi motivasi mahasiswa sebesar 0,403.
- c. Variabel Motivasi berwirausaha (X_3) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,378, menunjukkan besarnya pengaruh motivasi berwirausaha (X_3) terhadap kinerja bisnis warung kopi di kota Makassar adalah positif. Jika terjadi peningkatan motivasi berwirausaha ditambah 1 maka akan mempengaruhi motivasi mahasiswa sebesar 0,378.

Uji Pengaruh Secara Parsial

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan (X_1) Terhadap Kinerja Bisnis Warung Kopi (Y)

Dari hasil perhitungan statistik uji t diperoleh t_{hitung} variabel kompetensi kewirausahaan (X_1) sebesar 3,531 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,66515 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y). Dengan demikian setiap perubahan variabel kompetensi kewirausahaan (X_1) sebesar 1, berkontribusi terhadap meningkatnya kinerja bisnis warung kopi (Y) sebesar 9,869.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh kompetensi kewirausahaan (X_1) terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y) dapat diketahui dengan hasil uji statistik dan membandingkan dengan nilai signifikansi (α) sebagai berikut:

Jika $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Terlihat pada kolom signifikansi bahwa nilai α dari X_1 adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh kompetensi kewirausahaan (X_1) ternyata berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi di kota Makassar (Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh kompetensi kewirausahaan (X_1) sangat berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y), yang dapat ditunjukkan dari hasil data yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,869 > 1,66515$ dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,000 < 0,05.

Pengaruh Orientasi pasar (X_2) Terhadap Kinerja bisnis warung kopi (Y)

Dari hasil perhitungan statistik uji t diperoleh t_{hitung} variabel orientasi pasar (X_2) sebesar 8,357 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,66515, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh orientasi pasar (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y). Dengan demikian setiap perubahan variabel orientasi pasar (X_2) sebesar 1, berkontribusi terhadap meningkatnya kinerja bisnis warung kopi (Y) sebesar 8,357.

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh orientasi pasar (X_2) terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y) dapat diketahui dengan hasil uji statistik dengan cara membandingkan nilai signifikansi (α) sebagai berikut:

Jika $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Terlihat pada kolom signifikansi bahwa nilai α dari X_2 adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti pengaruh orientasi pasar (X_2) ternyata berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y).

Dengan demikian dari data statistik yang ada dapat disimpulkan bahwa pengaruh orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y), yang dapat ditunjukkan dari hasil data yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,357 > 1,66515$ dengan tingkat signifikansi (α) sebesar $0,000 < 0,05$.

Pengaruh Motivasi berwirausaha (X_3) Terhadap Kinerja bisnis warung kopi (Y)

Dari hasil perhitungan statistik uji t diperoleh t_{hitung} variabel motivasi berwirausaha (X_3) sebesar 7,425 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,66515, dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh motivasi berwirausaha (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y). Dengan demikian setiap perubahan variabel motivasi berwirausaha (X_3) sebesar 1, berkontribusi terhadap meningkatnya kinerja bisnis warung kopi (Y) sebesar 7,425

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh motivasi berwirausaha (X_3) terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y) dapat diketahui dengan hasil uji statistik dan membandingkan dengan nilai signifikansi (α) sebagai berikut:

Jika $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Terlihat pada kolom signifikansi bahwa nilai α dari X_3 adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti motivasi

berwirausaha (X_3) ternyata berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha (X_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi (Y), yang dapat ditunjukkan dari hasil data yang diperoleh yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,425 > 1,66515$ dengan tingkat signifikansi (α) sebesar $0,000 < 0,05$.

Uji Pengaruh Secara Simultan

Selanjutnya untuk mengetahui apakah variabel Kompetensi kewirausahaan, Orientasi pasar, Motivasi berwirausaha, dan Kemandirian secara simultan berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa menjadi *entrepreneur* dapat diketahui dari besarnya nilai F_{hitung} adalah 309,558 dengan signifikansinya 0,000^b lebih kecil dari alpha 0,05. Dari hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara variabel bebas X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 secara simultan terhadap motivasi mahasiswa menjadi *entrepreneur* (Y). Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kompetensi kewirausahaan, Orientasi pasar, Motivasi berwirausaha, dan Kemandirian secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis warung kopi secara statistik dapat kita buktikan.

Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis SPSS tersebut, pada tabel 5.9 terdapat variabel independen (kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, dan motivasi berwirausaha) berpengaruh secara besar secara simultan yang ditunjukkan oleh nilai $R^2 = 0,924$ atau 92,4 % Hal ini berarti sekitar 92,4% variabel kinerja bisnis warung kopi (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas X_1 , X_2 , dan X_3 sedangkan sisanya sebesar 7,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Untuk mempertahankan bisnis bahkan mengembangkannya para pelaku usaha harus memperhatikan factor-faktor yang mendukungnya dalam mencapai tujuan tersebut, penelitian ini membuktikan diantara factor-faktor yang dapat menunjang kinerja wirausaha adalah kompetensi yang mendukung untuk dapat menghadapi dinamika bisnis yang semakin turbulen sehingga dengan kompetensi tersebut seorang wirausahawan dapat dengan lentur (*agile*) dalam menghadapi perubahan yang terjadi pengaruh tentang hal ini terhadap kinerja terbukti pada penerimaan **H1** penelitian ini. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian Radipere&Ladzani (2014) yang juga membuktikan bahwa kompetensi entrepreneurial berpengaruh terhadap kinerja

Prinsip Orientasi pasar akan mengarahkan wirausahawan untuk dapat terus beradaptasi dengan kemauan pasar yang sangat dinamis tentu saja

kemampuan adaptasi ini akan memberikan pengaruh terhadap kinerja dari bisnis yang dikelolanya hal ini dibuktikan melalui penerimaan **H2** penelitian ini, hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salyova et al, (2015) yang membuktikan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis

Keberhasilan perusahaan maupun individu sangat dipengaruhi oleh tingginya motivasi dalam pencapaian tujuan begitu pula pencapaian kinerja wirausaha hal ini dibuktikan melalui penerimaan **H3** Penelitian ini. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Machmud (2017) yang membuktikan bahwa motivasi memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha melalui inovasi sebagai variabel moderasi

Penerimaan **H1**, **H2** dan **H3** penelitian ini juga menjadi bukti secara bersama sama ketiga variabel penelitian ini berpengaruh terhadap kinerja usaha seperti yang dibuktikan melalui penerimaan **H4** Penelitian ini .

SIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kinerja bisnis Warung Kopi di Kota Makassar dipengaruhi secara signifikan oleh tiga variabel dalam penelitian ini yaitu kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar dan motivasi berusaha besarnya pengaruh tersebut adalah sebesar 92,4% dan sehingga masih terdapat 7,6% variabel lain yang mempengaruhi kinerja bisnis warung kopi tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

REFERENSI :

- Ali Hasan. (2008). *Marketing*. Penerbit MedPress : Yogyakarta.
- Ardiana, Brahmayanti, Subaedi., 2010. *Kompetensi SDM dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UKM di Surabaya*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. V(12),42-55.
- Ating Tedjasutisna. (2005). *Memahami kewirausahaan SMK Tingkat I*. ARMICO, Bandung.
- Basuki Rachmat. (2007). *Orientasi Pelanggan, Orientasi Pasar dan Inovasi Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Bisnis Hotel Berbintang Tiga Di Indonesia*. Jurnal Akreditasi No.55a/DIKTI/Kep/2006 Fakultas Ekonomi Univ. Putra Bangsa Surabaya UNUD, ISSN, 1411-0393.
- Beerli. A. & Martin. J. D. (1995)., *Factors Influencing Destination Image*. Annals Of Tourism Research, 313, 657-681.
- Budner, S. (1982). *Intolerance of ambiguity as a personality variable*. Journal of Personality, 30, 29-50.
- Campbell, John P. (2002). *Modeling the Performance Prediction Problem in Industrial and Organizational Psychology, Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Volume 1*, ed. Marvin D. Dunnette and Leatette M. Hough. Mumbai: Jaico Publishing House.

- Casson, Mark. (2012), *Entrepreneurship: Teori, Jejaring, Sejarah*. Rajawali Pers, Jakarta.
- Chandra, Gregorius. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Edisi 1. Andi. Yogyakarta.
- Djaali. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Eddy Soeryanto Soegoto. (2008). *Lingkungan Pemasaran dan Sumber Keunggulan Bersaing Dalam Perumusan Strategi Pemasaran*. Jurnal Trikonomika Fakultas Ekonomi Unpas. Vol (VII). No.(1), 1(1411-514X).
- Eddy Soeryanto Soegoto.(2009). *Entrepreneurship : Menjadi Pebisnis Ulung*. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Kompas Gramedia : Jakarta.
- Eka Handriani. (2011). *Pengaruh Faktor Internal, Eksternal, Entrepreneurial Skill, Strategi dan Kinerja Terhadap Daya Saing UKM di Kabupaten Semarang*. Jurnal Akreditasi No.55a/DIKTI/Kep/2006 Fakultas Ekonomi UNDARIS Unggaran, Vol. (7), No. (1).
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra & Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi : Yogyakarta.
- Fithri dan Amanda. (2012). David Mc. Clelland, 2006. *Pengembangan Kompetensi Kewirausahaan*.
- Geoffrey G. Meredith et al. (2002). *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Presindo.
- George S Day, Robin Wensley. (1994). *Assesing Advantage : A Framework for Diagnosing Competitive Superiority*, Journal of Marketing.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Heru Kristanto HC, R. (2009). *Kewirausahaan Entrepreneurship Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Locke, S.J. (2000). *Work Motivation and Satisfaction: Light at the End of the Tunnel*. Psychology Science, July, pp.240-246.
- Mangkunegara. (2005). *Evaluasi Kinerja SDM*. Penerbit Reflika Aditama: Bandung.
- Marknesis, Tim. (2009). *Customer Satisfaction and Beyond*. Yogyakarta: Marknesis.
- Mc. Clelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Moh. Nazir. (2005). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Moh. Pandu Tika., 2005. *Kinerja Perusahaan*. Edisi Pertama, Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Moorman, Christine, Rohit Deshpande, dan Gerald Zaltman. (1993). *"Factors Affecting Trust in Market Research Relationships"*. Journal of Marketing. Vol 57. pp 81-101.
- Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman. (2006). *Proses Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ekonomi UI.
- Nana Syaodih Sukmadinata. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Ngalim Purwanto. (2006). *Psikologi Pendidikan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

- Nur Indriantoro & Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi Pertama. Penerbit BPFE : Yogyakarta.
- Panji, Merry Dandian. (2006). *Psikologi Kerja*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Riduwan dan Akdon. (2007). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik*. Bandung Alfabeta.
- Rotter J.B. (1966). *Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement*. *Psychological Monographs*, 80 Whole No. 69.
- Ruby, Achmad S. (2001). *Sistem Manajemen Kinerja*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saban Echdar & Muh Saleh. (2012), *Manajemen Entrepreneurship, Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*, Kretakupa Print, Makassar.
- Senen Machmud (2017) The Effect Of Motivation Entrepreneurship On Business Performance Of SMEs Moderated By Process Innovation. Archives Of Business Research Vol 5 No 8 DOI : 10.14738/abr.58.3585.
- Simin Radipire & Watson Ladzoni (2014) The Effect Of Entrepreneurial Intention on Business Performance. Journal Of Government and Regulation Vol 3 Issue 4.
- Simona Salyova, Janka Taborecka-Petrova, Gabriela Nedelova, Jaroslav Dad'o (2015) Effect Of Marketing Orientation On Business Performance A Study From Slovak Food Stuff Industry. *Procedia Economic and Finance* 34 (2015) 622 - 629
- Saiman, Leonardus. (2009). *Kewirausahaan, Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus*. Salemba Empat, Bandung.
- Santoso. (2011). *Mastering SPSS Versi 19*. Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Scherer, F.M., dan David Ross. (1982). *Industrial Market Structure and Economic Performance, Third Edition*, Houghton Mifflin Company.
- Sekaran. (2006), *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat.
- Stoner, James AF. (1978). *Management*, Prentice Hall International Inc, London.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suhartini Karim. (2007). *Analisis Pengaruh Kewirausahaan Korporasi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Pabrik Pengolahan Crum Rubber di Palembang*. *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, V(5), No.9.
- Suharti dan Sirine. (2011). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention)*. Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Sumadi Suryabrata.(1984). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta : Rajawali.
- Suryana.(2001). *Kewirausahaan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi Revisi. Salemba Empat, Jakarta.
- Suryana. (2006), *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.

- Suryana dan Bayu. (2011). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- T. Hani Handoko. (2011). *Manajemen*. Edisi Kedua, Yogyakarta : BPFE-. Yogyakarta.
- Tim Marknesis. (2009). *Pemasaran : Strategi, Taktik & Kasus*. Edisi Pertama. Penerbit Jelajah Nusa : Bogor.
- Wayan Gede Supartha. (2009). *Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Pengusaha Terhadap Budaya Serta Kinerja Perusahaan*. Jurnal Manajemen FE UNUD, I(3), 1978-2853.
- Yuyus Suryana dan Kartib Bayu. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.