

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Produk pada Agroindustri Kopi Di Kota Bukittinggi

The Effect of Entrepreneurship Orientation on Product Performance of Coffee Agroindustry in Bukittinggi

Afrianingsih Putri^{1*)}, Rika Hariance¹, Nofialdi¹

¹Fakultas Pertanian, Universitas Andalas, Kota Padang, Sumatera Barat 25163

^{*)}Penulis untuk korespondensi: ninengputri@gmail.com

ABSTRACT

Success of business development determined by the entrepreneur ability to develop ideas and search for business opportunities. Creativity in developing ideas is one of the most quality an entrepreneur should have in order to achieve business success. Entrepreneur can be achieve the quality if the have a clear orientation toward product and market. The purpose of this study is to determine the effect of entrepreneurship orientation on product performance of coffee agroindustry in Bukittinggi. Sample for this study was taken randomly as much as 30 coffee agroindustry in city of Bukittinggi. The data were analyzed using regression analysis with independent variables of entrepreneurship orientation while the dependent variable was product performance. The result shows that variables include entrepreneurship orientation : goal, product creation, innovation and risk simultaneously affect the product performance. However, partially only innovation ability affect the product performance.

Key words: coffee of agroindustry, entrepreneur orientation, product performance

ABSTRAK

Upaya untuk mengembangkan usaha/bisnis tidak terlepas dari kemampuan pemilik bisnis dalam menciptakan ide dan melihat peluang bisnis yang berkembang. Pelaku bisnis harus mampu melakukan inovasi dan kreatifitas dalam mengembangkan ide dan peluang tersebut. Kemampuan tersebut dapat tercapai jika pelaku bisnis tersebut telah memiliki orientasi kewirausahaan terhadap produk yang dihasilkan/dipasarkan, yang pada akhirnya produk tersebut sesuai dengan harapan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk pada olahan kopi di Kota Bukittinggi. Pengambilan sampel dilakukan secara *simple random sampling* terhadap 30 pelaku usaha pengolahan kopi di Kota Bukittinggi. Data yang digunakan dalam penelitian ini dianalisis menggunakan regresi dengan variabel bebasnya orientasi kewirausahaan sedangkan variabel terikatnya adalah kinerja produk. Hasil penelitian menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan yang meliputi tujuan perusahaan, penciptaan produk, inovasi produk dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap kinerja produk. Namun secara parsial hanya inovasi produk dari variabel orientasi kewirausahaan tersebut yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja produk.

Kata kunci: agroindustri kopi, orientasi kewirausahaan, kinerja produk

PENDAHULUAN

Kopi dan hasil olahannya merupakan salah satu produk ekspor unggulan Indonesia. Tanaman kopi berasal dari hutan-hutan tropis dikawasan Afrika. Kopi Robusta (*Coffea canephora*) salah satu jenis kopi yang banyak dibudidayakan oleh penduduk karena kopi Robusta lebih mudah dibudidayakan jika dibandingkan dengan tanaman kopi Arabika. Dalam perkembangannya tanaman ini memiliki potensi sebagai tanaman rakyat karena kopi Robusta lebih mudah ditanam dan tahan terhadap kondisi pertumbuhan yang kurang menguntungkan. Di wilayah Sumatera Barat Kopi Robusta ditanam hampir diseluruh Kabupaten/Kota. Hal ini menunjukkan bahwa peluang untuk pengembangan budidaya maupun pengembangan agribisnis juga masih sangat potensial (Hariance dkk, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan Hariance, dkk (2016) menyatakan bahwa kelemahan dari agribisnis kopi robusta terletak pada rendahnya kualitas kopi dan lemahnya daya saing produk olahannya. Salah satu daerah penghasil produk olahan kopi Robusta di Sumatera Barat adalah Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi merupakan salah satu daerah tujuan wisata Sumatera Barat yang sangat digemari oleh wisatawan lokal, nasional, maupun internasional. Dengan begitu pembangunan ekonomi wilayah Kota Bukittinggi tumbuh dan berkembang dengan mengikuti kebutuhan akan kota wisata. Begitu juga dengan perkembangan industri kecil dan menengahnya.

Industri pengolahan kopi di Kota Bukittinggi mengalami peningkatan jumlah dari tahun 2014 sebanyak 12 unit menjadi 72 unit (Hariance dan Afrianingsih, 2017). Perkembangan jumlah usaha ini tentunya akan memicu semakin tajamnya persaingan yang terjadi pada lingkungan bisnis tersebut. Terlebih lagi perkembangan zaman yang semakin maju, membuat gaya hidup konsumen lebih selektif dalam membeli suatu produk dan menginginkan

adanya variasi kopi itu sendiri. Banyaknya bermunculan variasi kopi belakangan ini serta perkembangan inovasi kopi menuntut pelaku usaha memperhatikan orientasi kewirausahaannya yang dapat berupa sikap proaktif, berani mengambil risiko, serta inovatif untuk mampu terus mengembangkan inovasi produknya dan akhirnya meningkatkan kinerja produk yang diciptakan untuk mampu bersaing dilingkungan bisnis yang ada.

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk melakukan berbagai terobosan dalam memenangkan persaingan tersebut. Pelaku usaha harus mampu mengembangkan usahanya melalui penciptaan ide serta melihat peluang yang sedang berkembang. Penciptaan ide dan peluang tersebut dilakukan dengan pengembangan inovasi dan kreatifitas. Membangun kemampuan inovasi bukanlah persoalan sederhana, namun membutuhkan pengembangan kapabilitas melalui suatu upaya intensif yaitu proaktif, inovatif dan berani mengambil risiko yang merupakan indikator dari orientasi kewirausahaan (Riyadi dan Ni Nyoman, 2016) Orientasi kewirausahaan yang dilakukan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan/dipasarkan, sebagai langkah untuk pengambilan keputusan organisasi dalam menyokong kegiatan kewirausahaan (Fatoki, 2012). Indikator dari orientasi kewirausahaan tersebut, akan tergambar pada pelaku usaha yang memiliki jiwa entrepreneur. Para pelaku usaha tersebut akan memiliki kecenderungan untuk menunjukkan dirinya bahwa tujuan berusaha adalah untuk mengejar kebutuhan melalui kerja keras agar mencapai target dengan tampilan optimal sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan baik untuk kepentingan individu maupun perusahaan (Sari, 2014)

Di sisi lain persaingan bisnis juga menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan keunggulan kompetitif yang dimilikinya. Peningkatan tersebut bisa dilakukan melalui peningkatan kinerja

produk yang dihasilkan. Kinerja produk merupakan salah satu dimensi persepsi kualitas produk. Namun, setiap konsumen memiliki pandangan berbeda terhadap hal tersebut, karena perbedaan faktor kepentingan masing-masing konsumen. Hal ini disebabkan karena untuk mengevaluasi kinerja produk, konsumen memiliki kriteria-kriteria tertentu mengenai kualitas produk yang baik (Novandari, dkk, 2011). Namun begitu, kinerja dari suatu produk akan menghasilkan kepuasan bagi konsumen.

Dari permasalahan di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk pada olahan kopi di Kota Bukittinggi. Dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi wirausahawan karena orientasi kewirausahaan merupakan hal yang sangat penting dimiliki dan dikembangkan oleh pelaku usaha sehingga pelaku usaha terpacu untuk meningkatkan kinerja produk yang dihasilkannya

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilakukan di Kota Bukittinggi dengan pengambilan sampel secara *simple random sampling* terhadap 30 pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) dari 72 pelaku usaha yang mengolah kopi di Kota Bukittinggi. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan langsung dan wawancara terhadap pelaku usaha pengolahan kopi dengan panduan alat wawancara berupa daftar pertanyaan (kuisisioner). Pada kuisisioner digunakan Skala *Likert*, sebagai metode pengukuran untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2007).

Data dianalisa secara kuantitatif menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah atribut-atribut yang

dikembangkan dari hasil penelitian Ryadi dan Ni Nyoman (2016) dan Suci (2009). yaitu tujuan usaha (memiliki visi, misi dan tujuan usaha yang jelas ke depan), penciptaan produk (menciptakan produk dengan nilai tambah, menciptakan nilai melalui usaha non-produk, memperkenalkan produk baru dengan cepat), risiko (berusaha mencari cara untuk menghindari kegagalan, berani kehilangan peluang, menghadapi risiko, berani menerima tingkat risiko, berani menerima risiko kegagalan) inovasi produk (packaging desain produk, penambahan varian produk, penambahan fitur varian produk, kontrol kualitas, standar kualitas, pengembangan kualitas. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Rumus regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Di mana:

Y = Kinerja produk

X = Orientasi Kewirausahaan

a = bilangan konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Variabel tujuan perusahaan

X_2 = Variabel Penciptaan Produk

X_3 = Variabel Inovasi

X_4 = Variabel Risiko

e = *Standart error*

HASIL

a. Penilaian pelaku usaha terhadap kinerja produk dan orientasi kewirausahaan

Penilaian kinerja produk dilakukan terhadap bahan baku, produk yang dihasilkan dan keuntungan yang ingin diperoleh. Penilaian pelaku usaha terhadap bahan baku meliputi penilaian terhadap kualitas, harga dan kemudahan memperoleh bahan baku. Sebanyak 66,7% pelaku usaha menyatakan pentingnya kualitas bahan baku yang digunakan, 63,3% pelaku usaha juga beranggapan bahwa harga bahan sangat menentukan

produk yang dihasilkan dan hanya 33,3% pelaku usaha yang menyatakan bahwa kemudahan mendapatkan bahan baku mempengaruhi produk produk. Untuk penilaian produk, hanya 10% pelaku usaha yang menganggap keunikan produk untuk menjadi daya tarik konsumen sangat penting, namun 53,3% responden menyatakan kualitas produk sangat mempengaruhi daya tarik konsumen. Untuk penilaian terhadap keuntungan yang sebanyak 56,7% responden menyatakan keuntungan yang diinginkan mempengaruhi produksi yang dihasilkan.

Penilaian terhadap orientasi kewirausahaan dimulai pada penilaian visi, misi serta tujuan usaha yang ingin dicapai. Sebanyak 43,3% pelaku usaha menganggap bahwa pentingnya memiliki visi, misi dan tujuan usaha yang jelas yang ingin dicapai dimasa depan. Selanjutnya, penilaian terhadap pengenalan produk, hanya 13.3% pelaku usaha menilai

pentingnya memperkenalkan produk baru dengan cepat dan hanya 30% pelaku usaha yang selalu menciptakan produk dengan nilai tambah. Kemudian sebanyak 76,7 persen pelaku usaha setuju untuk meminimalkan biaya produksi dan biaya lainnya dalam kegiatan usaha dan 43,3% pelaku usaha menilai pentingnya mencari cara untuk menghindari kegagalan dan hanya 30% pelaku usaha sangat berani menerima berbagai risiko. Penilaian ini seiring dengan kesiapan pelaku usaha dalam menerima risiko kegagalan, dimana sebanyak 26,7% pelaku usaha berani menerima risiko kegagalan dan 36,7% pelaku usaha berani kehilangan peluang.

b. Pengaruh Orietansi Kewirausahaan terhadap Kinerja Produk

Hasil analisis regresi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Hasil analisis regresi berganda

| Variabel | Koefisien | t _{statistik} | Prob |
|-------------------------------------|-----------|------------------------|--------|
| Konstanta | 13,364 | 4,859 | 0,000 |
| Tujuan perusahaan (X ₁) | 0,491 | 0,753 | 0,459 |
| Penciptaan Produk (X ₂) | 0,223 | 1,411 | 0,170 |
| Inovasi Produk (X ₃) | 0,210 | 1,735 | 0,095* |
| Risiko(X ₄) | 0,184 | 1,117 | 0,275 |
| Fhitung = 8,683 | | | |
| Rsquare = 0,581 | | | |
| Kinerja Produk (Y) | | | |

Keterangan *signifikan pada taraf nyata 10%.

Hasil analisis regresi diperoleh persamaan yakni $Y = 13,364 + 0,491 X_1 + 0,223X_2 + 0,210X_3 + 0,184X_4 + e$. Dari persamaan diketahui bahwa semua variabel memiliki hubungan positif terhadap kinerja produk. Ini menunjukkan bahwa tujuan perusahaan, penciptaan produk, inovasi produk dan risiko dapat meningkatkan kinerja dari produk tersebut. Nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,58, dimana nilai ini menunjukkan variabel tujuan perusahaan, penciptaan produk, inovasi produk dan risiko menjelaskan kinerja produk sebesar 58%., sedangkan

sisanya 42% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini. Untuk menguji hipotesis apakah orientasi kewirausahaan yang meliputi tujuan perusahaan, penciptaan produk, inovasi produk dan risiko berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja produk gunakan uji F. Hasil uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , dimana nilai $F_{hitung} = 8,863$ lebih besar dari $F_{tabel} = 4,18$. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja produk.

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel dilakukan pengujian parsial (uji t). Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja produk pada taraf nyata 0.10, karena nilai probabilitas 0,095 lebih kecil dari 0,10. Sedangkan variabel tujuan perusahaan, penciptaan produk dan risiko secara parsial tidak berpengaruh terhadap kinerja produk pada taraf nyata 0.10.

PEMBAHASAN

Kinerja produk pada agroindustri kopi dari hasil penilaian pelaku usaha relatif mempertimbangkan kualitas bahan baku. Bahan baku menjadi bagian penting dalam proses produksi suatu usaha. Bahan baku yang umumnya digunakan pada agroindustri kopi di Kota Bukittinggi adalah biji kopi jenis robusta. Bahan baku yang digunakan berasal dari daerah Baso, Panta, Batusangkar serta Palupuh. Dalam pengadaan bahan baku dan harga kopi, umumnya pelaku usaha tidak mengalami kendala, karena sudah adanya hubungan kerjasama yang sudah berlangsung lama dengan pemasok biji kopi.

Hasil analisis menunjukkan orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja produk. Berdasarkan pengamatan dan mengkaji hasil analisis data ditemukan bahwa pelaku usaha pengolahan kopi di Kota Bukittinggi tidak berupaya untuk proaktif mengembangkan produk yang dihasilkan. Salah satu faktornya, karena tuntutan konsumen di daerah Kota Bukittinggi sendiri tidak terlalu memperhatikan pengembangan yang diciptakan oleh pelaku usaha. Konsumen seperti individu ataupun warung warung kopi, tidak mempermasalahkan tampilan luar dari produk (misalnya, kemasan). Konsumen merasa sudah mengenal baik produsen pengolah kopinya, sehingga jika pada kemasan tidak terdapat merek sekalipun, mereka akan tetap membeli. Bahkan

konsumen cenderung lebih menyukai kemasan plastik putih tanpa merek, karena kemasan yang menggunakan merek akan mengakibatkan harga jual kopi kepada konsumen menjadi lebih tinggi, sebab kemasan yang memiliki merek akan menambah biaya produksi ditingkat produsen. Namun begitu, konsumen yang berada di luar Kota Bukittinggi, justru menginginkan adanya tampilan yang menarik dari kopi yang dibeli. Kondisi ini harusnya menuntut pelaku usaha berupaya melakukan inovasi-inovasi terhadap produk usaha.

Lumpkin dan Dess (1996) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan yang meliputi *innovativeness, proactiveness, risk taking, competitive aggressiveness* dan *autonomy* merupakan suatu orientasi strategis dari *owners* dan manajemen puncak untuk mencapai penciptaan nilai. Hasil berbeda diperoleh dari penelitian Ryadi dan Nyi Yoman (2016) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja produk Industri Menengah Kecil (IKM) sektor industri makanan di Kota Denpasar.

Hal ini menunjukkan semakin tinggi orientasi kewirausahaan para wirausahawan IMK sektor industri makanan, maka akan semakin tinggi pula kinerja produk yang dihasilkan oleh para wirausahawan IMK sektor industri makanan. Lebih lanjut hasil penelitian Suci (2009), juga menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur. Hal ini menunjukkan keberhasilan usaha sangat bergantung dari tingkat motivasi pengusahanya.

Dengan kata lain orientasi wirausaha menentukan kinerja usaha. Kewirausahaan berkaitan dengan kemampuan mengubah sesuatu menjadi sesuatu yang lebih baik yang dapat diukur dengan keberhasilan diri, toleransi akan risiko, dan kebebasan dalam bekerja. Kinerja UKM merupakan prestasi yang

dicapai dalam satu periode tertentu yang diukur dengan peningkatan penghasilan, peningkatan penjualan, dan peningkatan keuntungan (Sari, 2014)

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan yang meliputi tujuan perusahaan, penciptaan produk, inovasi produk dan risiko berpengaruh secara simultan terhadap kinerja produk. Namun secara parsial hanya inovasi produk dari variabel orientasi kewirausahaan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja produk pada agroindustri kopi di Kota Bukittinggi. Pelaku usaha pengolahan kopi di Kota Bukittinggi belum terlalu proaktif, inovatif dan berani mengambil risiko dalam mengembangkan produk yang dihasilkan

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis kepada Universitas Andalas yang telah memfasilitasi pendanaan penelitian ini dengan dana BOPTN Universitas Andalas melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM). Selanjutnya terimakasih juga kepada rekan peneliti yang tergabung dalam tim penelitian serta pembimbing yang memberikan arahan dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatoki, Owale. 2012. The Impact of Entrepreneurial Orientation on Access to Debt Finance and Performance of Small and Medium Enterprise in South Africa. *Journal of Social and Science*, 32(2): 121-131.
- Hariance, R., dan Afrianingsih, P. 2017. Analisis Keunggulan Kompetitif Agroindustri Kopi di Kota Bukittinggi. Padang: Universitas Andalas.
- Hariance, R., Rudi F., dan Faidil, T. 2016. Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Robusta Di Kabupaten Solok. *Jurnal Agrisepe* 15(1): 111 – 126
- Lumpkin, G. T., dan Dess, G. G. 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), p. 135-172. *Service Research*. 7(3).
- Novandari, W., Sri, M., dan Siti Z. 2011. Analisis Kinerja Produk UKM Batik Banyumas dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain of Customer Value (PGCV) Index. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 18(2): 104-113.
- Riyadi, N., dan Ni Nyoman, KY. 2016. Kemampuan Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Produk Imk Sektor Industri Makanan Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3): 1915 – 1941.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sari, Maya. 2014. *Entrepreneur Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Medan*. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis* .14(1):52-65.
- Suci, R., P. 2009. Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(1): 46-58.