

ANALISIS KOMITMEN BERWIRUSAHA TERHADAP KINERJA USAHA KECIL MENENGAH WARUNG KOPI DI KOTA MAKASSAR

Chahyono¹⁾, Zulkifli¹⁾

¹⁾ Dosen Prodi Manajemen Universitas Bosowa, Makassar

²⁾ Mahasiswa Prodi Studi Manajemen Universitas Bosowa, Makassar

ABSTRACT

The research objective is to examine the relationship between entrepreneurial commitment and performance of small and medium enterprises. Benefits of Research. The research method used is explanatory research with a total sample of 184 coffee shop entrepreneurs in Makassar City who were determined by purposive sampling. The analysis tool uses structural equation modeling (SEM). The results showed that: 1) Entrepreneurial orientation has no significant effect on entrepreneurial commitment, 2) Work motivation has a significant effect on entrepreneurial commitment, 3) Entrepreneurial orientation has a significant effect on business performance, 4) Work motivation has no significant effect on business performance. 4) Entrepreneurial commitment has a significant effect on business performance, 5) Entrepreneurial orientation and work motivation have a significant effect on business performance through entrepreneurial commitment.

Keywords: *entrepreneurial commitment, entrepreneurship oriented, work motivation business performance, UKM*

1. PENDAHULUAN

Pentingnya orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja terhadap komitmen berwirausaha dan kinerja perusahaan pada usaha kecil menengah merupakan hal yang sangat penting. Menurut kriteria, usaha kecil adalah usaha yang memiliki asset di atas Rp. 50 juta s/d 500 juta serta memiliki omzet di atas 300 juta s/d 2,5 M. Dalam hubungan dengan uraian tersebut di atas maka industri kecil yang diteliti adalah industri kecil yang ada di Kota Makassar khususnya pada usaha warung kopi.

Sejumlah penelitian di belahan dunia bahkan melihat fenomena warung kopi ini sebagai “tempat ketiga” setelah rumah dan kantor, sebagai sebuah institusi yang memungkinkan interaksi sosial terjadi di dalamnya. Di samping itu, pertumbuhan dari sebuah organisasipun melihat adanya keuntungan yang diperoleh dari fenomena “tempat ketiga” ini terhadap peluang dan keuntungan bagi hubungan sebuah organisasi dengan para karyawannya dalam melihat kebutuhan publik (Crick, 2011:63-77)^[1].

Upaya dalam meningkatkan motivasi dan komitmen berwirausaha yang akan mempengaruhi kinerja usaha maka faktor yang dapat meningkatkan kinerja usaha industri kecil adalah orientasi kewirausahaan dan motivasi. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Alifuddin dan Mashur (2015:97)^[2], bahwa aspek yang paling berpengaruh dalam motivasi berprestasi seorang wirausaha adalah dorongan atau kemampuan yang kuat untuk maju dan sukses dari usaha yang akan dikelola agar tidak mendatangkan kegagalan. Dari teori yang dikemukakan oleh Alifuddin dan Mashur maka dapat disimpulkan bahwa upaya yang dilakukan terhadap peningkatan kinerja pengusaha kecil adalah motivasi, dimana dengan tingginya motivasi yang dimiliki oleh setiap pengusaha maka akan meningkatkan komitmen wirausaha untuk membangun usaha yang lebih profesional sehingga akan berdampak terhadap peningkatan kinerja usaha. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Vivin (2013)^[3], bahwa motivasi berwirausaha akan berpengaruh secara langsung terhadap pertumbuhan usaha.

Kemudian upaya terhadap peningkatan kinerja usaha industri kecil di kota Makassar tidak hanya ditentukan oleh motivasi melainkan juga sangat ditentukan oleh orientasi kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Andriani Suryanita (2006)^[4], bahwa UKM yang berupaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan ada dua hal yang perlu diperhatikan oleh setiap pengusaha yakni orientasi kewirausahaan dan standar bisnis. Dimana orientasi kewirausahaan adalah kemampuan kompetitif dan inovatif yang dijadikan dasar kuat dari sumber daya untuk mencari peluang untuk menuju kesuksesan. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa upaya dalam peningkatan kinerja pengusaha untuk berwirausaha adalah sangat ditentukan oleh adanya orientasi etika dan motivasi berwirausaha, serta komitmen pengusaha untuk mengembangkan usaha yang dikelola secara kompetitif khususnya yang berkaitan dengan industri kecil di Makassar.

¹ Korespondensi penulis: Dr. Chahyono, SE, M. Si., Telp 081355733507, Chahyono1967@gmail.com

Tujuan khusus penelitian; memperoleh temuan dan model pengaruh antara variabel penelitian yang telah direkonseptualisasikan yaitu, orientasi kewirausahaan, motivasi kerja, komitmen berwirausaha dan kinerja usaha warung kopi di Kota Makassar.

Urgensi penelitian; dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori ekonomi dan manajemen terutama dalam pengembangan konseptual maupun memperkuat teori mengenai orientasi kewirausahaan, motivasi kerja, komitmen berwirausaha, dan kinerja usaha. Hasil penelitian ini juga sebagai informasi yang diharapkan berguna bagi para pelaku usaha warung kopi dan Dinas Koperasi dan UKM untuk meningkatkan potensi diri yang dimiliki, sehingga dapat mengelola usahanya dengan lebih baik untuk mengembangkan usahanya.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk memperoleh informasi adalah metode survei. Metode survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala- gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual.

Selain itu, dengan metode survei juga dapat dilakukan evaluasi serta perbandingan-perbandingan terhadap hal-hal yang dikerjakan orang dalam menangani situasi atau masalah yang serupa dan hasilnya dapat digunakan dalam pembuatan rencana dan pengambilan keputusan di masa mendatang. Dalam metode penelitian survei, data dikumpulkan dari sampel atas populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

Metode SEM digunakan karena dengan metode ini dapat dilihat hubungan antara variabel indikator dengan variabel latennya yang dikenal sebagai persamaan pengukuran (*measurement equation*), serta hubungan antara variabel laten yang satu dengan variabel laten yang lain yang dikenal sebagai persamaan struktur (*structural equation*) yang bersama-sama melibatkan kekeliruan pengukuran (Jöreskog & Sörbom, 1996)^[5].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik usaha warung kopi di kota Makassar yang tempat usahanya tetap dan telah beroperasi minimal 2 tahun sampai dengan penelitian ini berlangsung. Kriteria usaha responden yang sesuai dengan core bisnisnya, artinya usaha rumah makan yang dijalankan bukan usaha sampingan dari aktivitas bisnisnya.

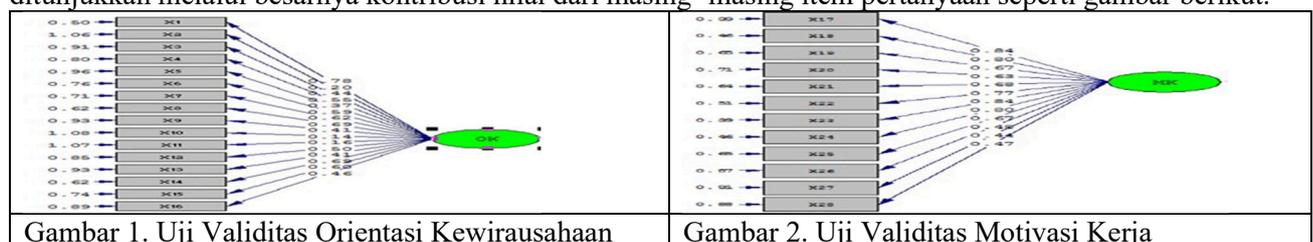
Jumlah populasi usaha warung kopi di kota Makassar sebanyak 341 unit usaha, dengan jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian menggunakan teknik/metode Solvin sebanyak 184 pemilik usaha. Identitas responden dalam kajian penelitian ini, adalah : usia, latar belakang pendidikan, lamanya usaha dan jenis kelamin. Identitas responden ini sangat penting untuk dipaparkan, karena untuk mengetahui besarnya kontribusi dari masing-masing responden dalam kaitannya dengan variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

b. Model Pengukuran Variabel Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, maka selanjutnya akan dijelaskan model pengukuran untuk masing-masing variabel yang dikaji sebagai berikut :

1) Model Pengukuran Variabel Orientasi Kewirausahaan (ξ1)

Model pengukuran orientasi kewirausahaan ditentukan berdasarkan besarnya nilai kontribusi dari masing-masing dimensi atau faktor yang membentuk variabel laten atau konstruk. Variabel orientasi kewirausahaan terdiri dari dimensi kebutuhan untuk pencapaian tujuan, wadah pengawasan, kepercayaan diri dan membuka diri. Adapun hubungan dimensi yang membentuk variabel orientasi kewirausahaan ditunjukkan melalui besarnya kontribusi nilai dari masing- masing item pertanyaan seperti gambar berikut.



Gambar 1. Uji Validitas Orientasi Kewirausahaan

Gambar 2. Uji Validitas Motivasi Kerja

Gambar 1 menunjukkan besarnya kontribusi dari masing-masing indikator, berdasarkan pendekatan *construct reliability* dan *variance extracted* pada derajat alpha 0,05 dengan nilai ttabel sebesar 1,9665. Adapun nilai *construct* dari indikator memiliki derajat kesesuaian yang reliabel dalam membangun suatu variabel, jika memiliki nilai derajat kesesuaian lebih besar dari yang direkomendasikan, yaitu: 0,7 serta nilai thitung dari masing-masing indikator lebih besar dari nilai ttabel (1,9665). Selanjutnya dikatakan bahwa masing-masing indikator memiliki peluang terwakili dalam menjelaskan suatu variabel jika memiliki nilai *variance extracted* lebih besar dari nilai yang direkomendasikan, yaitu 0,5.

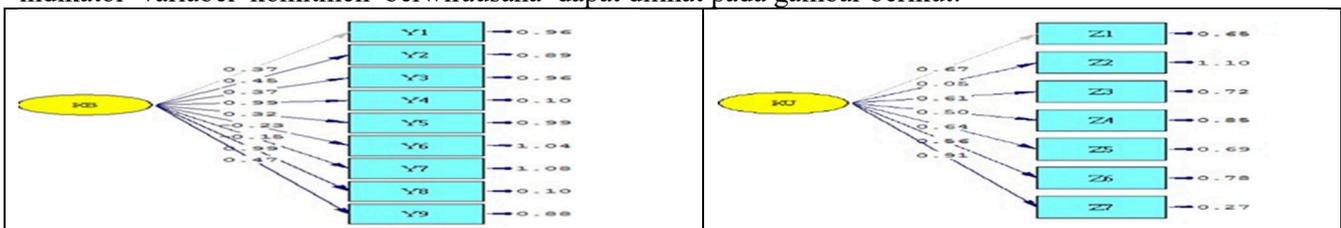
Nilai *Construct Reliability* dari kelima belas dimensi yang membentuk orientasi kewirausahaan sebesar 0,9727 yang menunjukkan nilai konstruk yang reliabel, dimana nilainya lebih besar dari yang di rekomendasikan yaitu 0,7 sehingga seluruh item indikator atau variabel manives dari variabel orientasi kewirausahaan memiliki derajat kesesuaian yang layak untuk membangun orientasi kewirausahaan, sementara nilai thitung lebih besar dari 1,9665 sehingga dapat dikemukakan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki tingkat signifikansi dalam membentuk variabel orientasi kewirausahaan. Selanjutnya nilai *variance extracted* sebesar 0,5436 sama dengan nilai yang direkomendasikan yaitu sebesar 0,5 yang menjelaskan bahwa informasi yang terkandung pada kelima belas indikator dapat mewakili untuk menjelaskan variabel orientasi kewirausahaan. Indikator yang paling dominan adalah kepercayaan diri dan orientasi ke depan.

2) Model Pengukuran Variabel Motivasi Kerja (ξ_2)

Gambar 2, menunjukkan variabel motivasi kerja yang dibangun melalui item pertanyaan yang tersebar dalam empat indikator berorientasi sukses, berorientasi ke depan, berani mengambil risiko dan tangguh dalam berusaha. Kontribusi tersebut dapat dijelaskan melalui penilaian *construct reliability* dan *variance extracted* untuk masing-masing indikator dari variabel motivasi kerja. Nilai *construct reliability* dari lima belas item pertanyaan motivasi kerja memenuhi nilai yang direkomendasikan, sehingga dapat dikatakan keseluruhan indikator memiliki derajat kesesuaian membentuk motivasi kerja. Adapun nilai t hitung dari keseluruhan indikator menunjukkan nilai yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,9665 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan item pertanyaan memiliki tingkat signifikansi dalam membentuk motivasi kerja. Selanjutnya nilai *construct reliability* sebesar 0,9745 telah memenuhi nilai yang direkomendasikan yaitu sebesar 0,7 dimana hal tersebut dapat dijelaskan bahwa informasi yang terkandung pada kedua belas item pertanyaan dapat terwakili dalam menjelaskan motivasi kerja. Selanjutnya nilai *variance extracted* sebesar 0,5609 lebih besar dari nilai yang direkomendasikan yaitu 0,5 yang menjelaskan bahwa informasi yang terkandung pada kelima belas item pertanyaan dapat terwakili untuk menjelaskan variabel motivasi kerja. Adapun dimensi yang dominan adalah dimensi dukungan motivasi kerja (X24), dimensi pelayanan pemberian solusi (X27), dan dukungan pendanaan (X21).

3) Model Pengukuran Variabel Komitmen Berwirausaha (η_1)

Model pengukuran komitmen berwirausaha dinilai melalui kontribusi masing-masing indikator yang membentuk variabel komitmen berwirausaha. Indikator y1 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen terhadap diri sendiri, Indikator Y2 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen pada keluarga, indikator Y3 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen pada visi bisnis, indikator Y4 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen pada orang yang mempercayai, Indikator Y5 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen kepada konsumen, indikator Y6 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen terhadap lingkungan, Indikator Y7 berkaitan dengan Apakah perlu adanya komitmen terhadap aspek sosial, Indikator Y8 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen terhadap etika bisnis, dan indikator Y9 berkaitan dengan apakah perlu adanya komitmen terhadap Maha Pencipta, nilai dari masing-masing indikator variabel komitmen berwirausaha dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Uji Validitas Komitmen Berwirausaha

Gambar 4. Uji Validitas Kinerja Usaha

Gambar 3 menjelaskan bahwa dari sembilan indikator terdapat dua indikator yang paling dominan dengan nilai 0.99 yakni, indikator *Trust Building Commitment* dan, *Commitment to business ethic*. Untuk mengetahui besaran kontribusi nilai dari masing-masing indikator dari variabel komitmen berwirausaha

yang didasarkan pada nilai *standardized loading*. Hal yang sama ditunjukkan oleh nilai *Construct Reliability* dari sembilan indikator yang membentuk komitmen berwirausaha, memiliki nilai yang dominan dari indikator lainnya. Secara keseluruhan indikator dari komitmen berwirausaha memiliki nilai kontribusi yang sesuai dengan nilai yang di rekomendasikan yaitu 0,7 yang berarti kesembilan indikator memiliki derajat kesesuaian dalam membentuk komitmen berwirausaha, sementara nilai *t* dari masing-masing indikator lebih besar dari 1,9665 menunjukkan bahwa keseluruhan item indikator memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk komitmen berwirausaha.

4) Model Pengukuran Variabel Komitmen Berwirausaha (Z) η_2

Secara keseluruhan tingkat kesesuaian dan kontribusi masing-masing indikator dalam menjelaskan variabel konstruk kinerja usaha dapat dijelaskan melalui pengujian *construct reliability* dan *variance extracted* seperti yang tampak pada lampiran instrumen tersebut bahwa dari kedua indikator dalam mengukur kinerja usaha memiliki nilai *construct reliability* yang lebih besar dari nilai yang direkomendasikan, yaitu sebesar 0,7. Sehingga dapat dikatakan bahwa kelima belas dimensi dari kedua indikator memiliki persyaratan untuk tingkat kesesuaian dalam membentuk variabel konstruk kinerja usaha. Selanjutnya nilai *variance extracted* menjelaskan bahwa ketujuh dimensi dari kedua indikator variabel konstruk dapat mewakili menjelaskan variabel laten kinerja usaha.

B. Uji Model Pengukuran

Penentuan ukuran proporsi *variance* masing-masing variabel manifes (indikator) dilakukan melalui model pengukuran pada setiap variabel laten yang dikaji, sehingga dapat diketahui besarnya kontribusi masing-masing variabel manifes dalam membentuk variabel laten dilanjutkan dengan pengukuran nilai *construct reliability* untuk menentukan derajat kesesuaian variabel indikator dalam membentuk variabel laten. Adapun besarnya nilai *construct reliability* yang diterima adalah antara 0,5-0,7, Hair, (2006). Dilanjutkan dengan pengukuran tingkat kesesuaian model (*goodness of fit measures*) yang didasarkan pada beberapa kriteria ukuran kesesuaian model (*Goodness-of-Fit Measures*) seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Uji *Goodness-Of-Fit Measures* Model Penelitian

Ukuran GOF	Estimasi
<i>Chi-Square</i>	74168.42
Derajat bebas (<i>df</i>)	1704
<i>P-Value</i>	0.0000
RMSEA (<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> , <0,08)	0.02858
GFI (<i>Goodness of Fit Index</i> = mendekati 1)	0.8322
AGFI (<i>Adjusted Good of Fit Index</i> = mendekati 1)	0.8198
NFI (<i>Normed Fit Index</i>)	0.9791
CFI (<i>Comparative Fit Index</i> = mendekati 1)	1.0000
IFI (<i>Incremental Fit Index</i> = mendekati 1)	1.0000
RFI (<i>Relative Fit Index</i>)	0.9783
PNFI (<i>Parsimony Normed Fit Index</i>)	0.9426

Sumber : Hasil pengolahan data, 2020

Hasil uji kecocokan model dalam analisis *SEM* dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu:

1. Dilihat dari nilai RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) untuk model yang diteliti sebesar 0,02858 menunjukkan model yang diperoleh memenuhi kriteria untuk kesesuaian model, dimana nilai RMSEA yang diharapkan lebih kecil dari 0,08.
2. Tabel 3 nilai GFI (*Goodness of Fit Index*) untuk model yang diteliti sebesar 0,8322 menunjukkan model yang diperoleh sudah memenuhi kriteria, dimana diharapkan nilai GFI mendekati 1.

Berdasarkan uji kesesuaian model, nilai RMSEA, GFI, AGFI, NFI CFI, IFI, FFI, dan PNFI melebihi dari nilai rata-rata atau mendekati 1, sehingga dapat dikatakan bahwa sudah memenuhi uji kesesuaian model.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

H₁ ; Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi.

Hipotesis satu adalah terdapat pengaruh yang signifikan orientasi kewirausahaan terhadap komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi. Pada model struktural dan pengukuran berdasarkan *full model* untuk nilai *t* pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap komitmen berwirausaha diperoleh nilai *t* hitung sebesar 1,9182 < nilai *t* tabel 1,9665. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa

orientasi kewirausahaan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi di kota Makassar.

H₂ ; Pengaruh motivasi kerja terhadap komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi.

Hipotesis kedua adalah terdapat pengaruh yang signifikan motivasi kerja terhadap komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi di kota Makassar. Berdasarkan gambar diagram jalur *full model* untuk nilai t pengaruh motivasi kerja terhadap komitmen berwirausaha diperoleh nilai thitung sebesar 5,3722 > nilai ttabel 1,9665. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komitmen berwirausaha. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi di kota Makassar.

H₃ ; Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada usaha warung kopi.

Hipotesis ketiga adalah terdapat pengaruh yang signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada usaha warung kopi di Kota Makassar. Berdasarkan gambar diagram jalur *full model* untuk nilai t pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha diperoleh nilai thitung sebesar 6,1770 > nilai ttabel 1,9665. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha warung kopi di Kota Makassar diterima.

H₄ ; Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja usaha pada usaha warung kopi.

Hipotesis yang keempat adalah terdapat pengaruh yang signifikan motivasi kerja terhadap kinerja usaha pada usaha kopi di Kota Makassar. Gambar diagram jalur *full model* untuk nilai t pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja usaha diperoleh nilai thitung sebesar 0,1715 < nilai t tabel 1,9665. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah warung kopi di kota Makassar ditolak.

H₅ ; Pengaruh komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha pada usaha warung kopi.

Hipotesis kelima, terdapat pengaruh yang signifikan komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah warung kopi di Kota Makassar. Berdasarkan gambar jalur *full model* untuk nilai t pengaruh komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha diperoleh nilai thitung sebesar 3,2678 > nilai t tabel 1,9665. Hal ini menunjukkan bahwa variabel komitmen berwirausaha memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komitmen berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah warung kopi di Kota Makassar diterima.

H₆ ; Pengaruh langsung dan tidak langsung orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha pada usaha warung kopi.

Hipotesis keenam adalah terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha pada usaha kecil dan menengah warung kopi di Kota Makassar. Besarnya kontribusi pengaruh orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha dapat diketahui melalui perkalian antar nilai-nilai koefisien jalur dan besarnya thitung yang terdapat pada setiap jalur. Nilai-nilai yang terdapat pada diagram jalur *full model* tersebut menjelaskan kontribusi pengaruh langsung variabel orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja terhadap kinerja usaha serta pengaruh tidak langsung melalui komitmen berwirausaha.

Tabel 4. Pengaruh langsung Orientasi Kewirausahaan dan Motivasi Kerja Terhadap Komitmen dan Kinerja Usaha

Variabel Laten	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total
Orientasi Kewirausahaan	0,6676	$0,6676 \times 0,3262 = 0,2178$	$0,6676 + 0,2178 = 0,8854$
Motivasi Kerja	0,2194	$0,2194 \times 0,3262 = 0,0716$	$0,2194 + 0,0716 = 0,2910$
Komitmen Berwirausaha	0,3262		0,3262

Tabel 4 menunjukkan pengaruh langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha sebesar 0,6676. Pengaruh langsung motivasi kerja terhadap kinerja usaha sebesar 0,2194. Pengaruh langsung komitmen berwirausaha terhadap kinerja usaha sebesar 0,3262. Pengaruh tidak langsung orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha sebesar 0,2178. Pengaruh tidak langsung motivasi kerja terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha sebesar 0,0716. Total pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha sebesar 0,8854.

Total pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha sebesar 0,2910. Jadi, hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha ditolak.

4. KESIMPULAN

- 1) Orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap komitmen berwirausaha karena peningkatan kualitas orientasi kewirausahaan tidak memiliki kecenderungan untuk meningkatkan komitmen berwirausaha, hal ini terlihat dari beberapa responden dalam menjalankan usaha warung kopi tidak memiliki komitmen yang tinggi karena masih ditemukan beberapa pengusaha warung kopi dalam menjalankan usahanya hanya faktor ikut-ikutan.
- 2) Motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap komitmen berwirausaha karena meningkatnya motivasi kerja pengusaha warung kopi akan memiliki kecenderungan untuk meningkatkan komitmen berwirausaha sebagai kekuatan untuk meningkatkan kinerja usaha, hal ini terlihat dari persepsi responden menjawab setuju bahwa motivasi yang tinggi dalam berwirausaha akan meningkatkan motivasi kerja.
- 3) Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha karena orientasi kewirausahaan sebagai sumber kekuatan untuk mendorong pelaku usaha warung kopi dalam mengembangkan dan meningkatkan kinerja usahanya.
- 4) Motivasi kerja berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja usaha karena selama ini motivasi kerja belum terbangun secara umum pada setiap usaha warung kopi dalam menjalankan usahanya, hal ini karena beberapa manajemen usaha yang dijalankan sebagian besar masih menggunakan sistem manajemen tradisional atau pemilik usaha sekaligus menjadi pengelola, pelayan dan kasir.
- 5) Komitmen berwirausaha berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha karena peningkatan kualitas komitmen berwirausaha memiliki kecenderungan untuk memberikan kekuatan pada peningkatan kinerja usaha serta dengan adanya komitmen yang tinggi akan meningkatkan kemampuan menciptakan kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sebelumnya.
- 6) Orientasi kewirausahaan dan motivasi kerja berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha melalui komitmen berwirausaha karena dengan adanya komitmen berwirausaha sebagai mediator dalam orientasi kewirausahaan akan memberikan pengaruh pada peningkatan kinerja usaha dan orientasi kewirausahaan merupakan implementasi dari konsep pengembangan usaha yang memerlukan komitmen yang tinggi dalam berorientasi kewirausahaan serta senantiasa konsisten dengan konsep pengembangan usaha ke depan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Crick, A. P. 2011. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [2] Alifuddin, Moh. dan Mashur Razak, 2015, *Kewirausahaan : Teori dan Aplikasi : Strategi Membangun Kerajaan Bisnis*, Magna Script Publishing, Jakarta.
- [3] Vivin, oblivia Yunal, dan Ratih Indriyani, 2013, Pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi produk terhadap Pertumbuhan usaha kerajinan gerabah di Lombok Barat, *Jurnal Agora*, Vol. 1 No. 1 tahun 2013.
- [4] Andriani Suryanita. 2006. *Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kompetensi Pengetahuan Terhadap Kapabilitas Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Empirik Pada Industri Pakaian Jadi di Kota Semarang)*. Universitas Diponegoro Semarang
- [5] Joreskog, K.G dan Sorbom, D. 1996. *LISREL 8: User Referensi Guide*. Chicago: Scientific Softwer International In.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi yang telah memberikan hibah. Selanjutnya ucapan terima kasih disampaikan pula kepada Rektor Universitas Bosowa atas arahan dan pembinaanya selama proses kegiatan penelitian berlangsung. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bosowa dan Pemerintah kota Makassar, yang telah memberi fasilitas, melakukan monitoring, dan mengevaluasi kegiatan PTM hingga selesai.