

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Zainurrosalamia (2017), kinerja merupakan tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu, yang dalam konteks perusahaan, merujuk pada sejauh mana tujuan perusahaan dapat tercapai. Manajemen kinerja, yang mencakup serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, melibatkan upaya untuk meningkatkan kinerja individu dan kelompok dalam organisasi tersebut.

Untuk memaksimalkan kinerja usaha, perlu dilihat dari berbagai sudut pandang ukuran kinerja, bukan hanya satu aspek saja. Menurut Cho & Lee (2018), kinerja usaha mencakup berbagai elemen seperti produktivitas, tanggung jawab sosial, pelaksanaan usaha, laba, serta loyalitas karyawan dan pelanggan dalam mencapai tujuan dan visi misi usaha. Tanpa kinerja yang terukur, pemilik usaha akan kesulitan dalam mengevaluasi sejauh mana keberhasilan usaha mereka. Namun, seringkali pemilik usaha gebyok ukir kurang memperhatikan kinerja keseluruhan, yang mengakibatkan usaha mereka kesulitan bersaing, terutama dengan usaha yang lebih besar.

Penelitian ini berfokus pada kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Terdapat penelitian sebelumnya yang menganalisis pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha secara langsung.

Menurut Hisrich, Peters, dan Shepherd (2013) dalam bukunya *"Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise"*, kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha secara efektif dan efisien. Kompetensi ini dapat dilihat dari pengetahuan yang dimiliki oleh wirausahawan, yang tidak hanya meliputi pengetahuan formal, tetapi juga pengetahuan praktis terkait usaha. Tanpa pengetahuan yang memadai, usaha yang sedang dijalankan dapat terjebak dalam persaingan yang semakin ketat

Orientasi kewirausahaan mencerminkan perilaku seorang wirausaha dalam mengelola usaha dan berfungsi sebagai strategi untuk memaksimalkan kompetensi usaha di pasar yang sama (Huda, Karsudjono, & Maharani, 2020). Orientasi ini tidak hanya mencakup aspek internal dari pengelolaan usaha, tetapi juga penting untuk memahami dinamika pasar guna mempertahankan daya saing.

Usaha kopi keliling atau yang sering disebut "starling" (Starbucks Keliling) merupakan tren bisnis yang banyak diminati oleh kalangan milenial di Kota Jambi. Konsep usaha ini melibatkan penjualan kopi secara mobile dengan menggunakan sepeda atau motor, yang memungkinkan penjual menjangkau konsumen di berbagai lokasi secara fleksibel. Modal awal yang dibutuhkan untuk memulai bisnis ini relatif rendah, dengan perkiraan biaya sekitar Rp1.285.000 untuk membeli gerobak kopi keliling, termos air panas dan es, serta bahan baku kopi.

Usaha ini sangat menguntungkan karena dapat disesuaikan dengan lokasi strategis, seperti area perkantoran atau tempat umum lainnya, yang menjadi target pasar utama, yakni pekerja kantoran dan pelajar. Salah satu contoh usaha Kopi

Keliling adalah Kolling yang menggunakan sepeda listrik dan menawarkan layanan bebas ongkir, serta Kopyco, Loka Kopi, Kopink dan Kopi Rackha yang memiliki armada gerobak kopi di berbagai lokasi.

Kawasan Pedestarian Sipin, Kota Baru dan Taman Jomblo telah menjadi salah satu tempat favorit bagi anak muda untuk berkumpul dan bersantai. Keberadaan penjual kopi keliling atau "starling" di area ini menambah daya tarik bagi pengunjung yang ingin menikmati secangkir kopi sambil menikmati suasana sekitar.

Untuk memulai usaha Kopi Keliling, penting untuk mempersiapkan perlengkapan seperti sepeda atau motor, gerobak kopi, dan bahan baku kopi, memilih lokasi strategis, serta menawarkan variasi produk agar dapat menarik lebih banyak konsumen. Usaha ini juga dapat didukung dengan memanfaatkan teknologi untuk mempermudah proses pemesanan dan pembayaran. Dengan modal kecil dan potensi keuntungan yang menjanjikan, usaha Kopi Keliling menjadi pilihan menarik bagi milenial yang ingin memulai bisnis dengan risiko rendah.

Dengan meningkatnya jumlah penjual Kopi Keliling di Kota Jambi, persaingan di pasar menjadi semakin ketat. Hal ini memaksa setiap penjual untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menarik perhatian konsumen. Untuk tetap bersaing, para penjual Kopi Keliling harus mampu menawarkan produk yang berkualitas tinggi, seperti menggunakan biji kopi pilihan dan menyajikan rasa yang konsisten. Selain itu, pelayanan yang ramah dan cepat juga menjadi faktor penting dalam memenangkan hati konsumen, terutama karena banyaknya pilihan yang tersedia di pasar. Penjual yang bisa memberikan pengalaman menyenangkan bagi pelanggan,

baik dari segi rasa, kecepatan layanan, maupun interaksi yang baik, akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat.

Untuk mengetahui gambaran kinerja usaha dilakukan observasi awal kepada 10 orang responden yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1 Observasi Awal Kinerja Usaha pada Kopi Keliling di Kota Jambi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)
1	Penjualan produk atau layanan mengalami peningkatan yang konsisten	1	2	2	2	3
2	Saya aktif mengembangkan strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan baru	1	3	2	2	2
3	Produk atau layanan saya semakin dikenal di pasar	2	2	1	2	3
4	Pelanggan yang telah membeli produk saya cenderung melakukan pembelian ulang	2	2	2	1	3
5	Saya berhasil meningkatkan laba bersih setiap bulannya	2	2	2	2	2
6	Saya fokus pada pengelolaan biaya	2	1	3	2	2
7	Saya berhasil mengurangi biaya operasional tanpa mengurangi kualitas	1	2	2	2	3
8	Setiap investasi yang saya lakukan memberikan hasil yang signifikan	2	2	1	3	2
9	Saya berhasil mendiversifikasi produk atau layanan yang ditawarkan,	1	2	2	2	3
10	Saya meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pasar	1	2	2	2	3
11	Saya berhasil meningkatkan melakukan pengelolaan bisnis yang efektif.	1	2	2	2	3
12	Saya berhasil memperkuat posisi brand di pasar	1	2	2	2	3

Sumber : Observasi Awal, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 mengenai observasi awal kinerja usaha kopi keliling di Kota Jambi, dapat diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki persepsi kinerja yang bervariasi, dengan kecenderungan pada kategori cukup setuju (KS) dan setuju (S). Pada pernyataan pertama mengenai peningkatan penjualan secara konsisten, terlihat bahwa responden cukup terbagi: 2 orang memilih "kurang setuju" (KS), 2 orang memilih "setuju" (S), dan hanya 3 orang yang "sangat setuju" (SS), menunjukkan bahwa belum semua pelaku usaha mengalami pertumbuhan penjualan yang stabil. Hal serupa terjadi pada strategi pemasaran untuk menarik pelanggan baru, di mana mayoritas responden menjawab "tidak setuju" hingga "setuju", yang menandakan masih adanya pelaku usaha yang belum optimal dalam mengembangkan strategi promosi.

Lebih lanjut, respon terhadap pengenalan produk di pasar dan kecenderungan pembelian ulang dari pelanggan juga menunjukkan persebaran yang merata pada kategori TS hingga SS. Ini mengindikasikan bahwa meskipun ada yang merasa produknya mulai dikenal dan mendapat pelanggan tetap, namun masih ada pelaku usaha yang belum merasakan efek pemasaran secara maksimal. Laba bersih bulanan pun belum mengalami peningkatan signifikan, karena seluruh responden hanya menjawab pada rentang KS hingga S, tanpa ada yang menjawab sangat setuju. Hal ini mencerminkan bahwa pengelolaan biaya, efisiensi operasional, dan pengendalian laba belum berjalan optimal.

Dari sisi operasional, beberapa responden menyatakan telah berupaya mengurangi biaya tanpa menurunkan kualitas dan mengelola investasi secara efisien, namun hanya sedikit yang benar-benar yakin bahwa investasi yang mereka

lakukan memberikan hasil signifikan. Mengenai diversifikasi produk dan peningkatan kapasitas produksi, jawaban responden mayoritas berada pada kategori KS hingga SS, menunjukkan adanya kemauan untuk berkembang, tetapi masih terbatas pada sebagian pelaku. Pengelolaan bisnis dan penguatan posisi brand juga menunjukkan pola serupa mayoritas berada di tengah-tengah (KS dan S), hanya sedikit yang benar-benar merasa sudah berhasil.

Secara keseluruhan, hasil observasi awal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat indikasi positif dalam beberapa aspek kinerja usaha kopi keliling di Kota Jambi, sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran, efisiensi, pengelolaan keuangan, dan penguatan merek. Selanjutnya dari hasil observasi awal didapat data mengenai pendapatan kotor, biaya operasional dan pendapatan bersih perbulan yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2
Data Pendapatan Kotor dan Bersih Usaha Kopi Keliling di Kota Jambi

No	Nama Responden	Pendapatan Kotor per Bulan (Rp)	Biaya Operasional per Bulan (Rp)	Pendapatan Bersih per Bulan (Rp)
1	R1	6.000.000	2.500.000	3.500.000
2	R2	5.500.000	2.200.000	3.300.000
3	R3	7.000.000	2.800.000	4.200.000
4	R4	5.000.000	2.000.000	3.000.000
5	R5	6.200.000	2.500.000	3.700.000
6	R6	4.800.000	1.800.000	3.000.000
7	R7	6.500.000	2.700.000	3.800.000
8	R8	5.800.000	2.300.000	3.500.000
9	R9	7.200.000	3.000.000	4.200.000
10	R10	6.000.000	2.400.000	3.600.000

Sumber : Observasi Awal, 2025, Ket : R = Responden

Berdasarkan Tabel 1.2 mengenai data pendapatan kotor dan bersih usaha kopi keliling di Kota Jambi, dapat dilihat bahwa pendapatan kotor bulanan para

pelaku usaha bervariasi antara Rp4.800.000 hingga Rp7.200.000. Pendapatan tertinggi dicapai oleh responden R9 sebesar Rp7.200.000, diikuti oleh R3 dengan Rp7.000.000. Sementara pendapatan terendah tercatat pada R6, yaitu sebesar Rp4.800.000. Variasi pendapatan ini menunjukkan adanya perbedaan dalam kapasitas penjualan, jumlah pelanggan, lokasi berjualan, dan strategi pemasaran yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha. Secara umum, rata-rata pendapatan kotor berada pada kisaran Rp5.000.000 hingga Rp6.500.000 per bulan, yang menunjukkan potensi usaha kopi keliling sebagai sumber penghasilan yang menjanjikan di wilayah perkotaan seperti Kota Jambi.

Jika ditinjau dari segi biaya operasional, mayoritas pelaku usaha menghabiskan antara Rp1.800.000 hingga Rp3.000.000 per bulan untuk mendukung aktivitas usahanya. Biaya tersebut meliputi pembelian bahan baku (kopi, gula, susu, gelas), bahan bakar kendaraan, pemeliharaan alat, serta kebutuhan lainnya seperti peralatan kebersihan dan transportasi. R9 memiliki biaya operasional tertinggi yaitu Rp3.000.000, sementara R6 mencatatkan biaya terendah sebesar Rp1.800.000. Perbedaan biaya ini kemungkinan dipengaruhi oleh skala usaha dan frekuensi berdagang setiap bulannya. Semakin besar volume usaha dan intensitas jualannya, maka semakin besar pula biaya operasional yang dikeluarkan. Hal ini menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat efisiensi dan strategi pengelolaan usaha yang tepat.

Pendapatan bersih per bulan yang diterima pelaku usaha kopi keliling berada pada kisaran Rp3.000.000 hingga Rp4.200.000, dengan nilai tertinggi diperoleh oleh R3 dan R9 masing-masing sebesar Rp4.200.000. Sementara itu, R4

dan R6 mendapatkan pendapatan bersih terendah sebesar Rp3.000.000. Rata-rata pendapatan bersih dari 10 responden tersebut berada pada angka Rp3.580.000 per bulan. Angka ini menunjukkan bahwa setelah dikurangi biaya operasional, usaha kopi keliling masih memberikan hasil bersih yang relatif stabil dan cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama bagi pelaku usaha mikro. Dengan margin keuntungan yang berada pada kisaran 50%–60% dari pendapatan kotor, usaha ini menunjukkan prospek yang cukup baik dan layak untuk dikembangkan lebih lanjut, terutama dengan dukungan strategi promosi dan inovasi produk yang lebih kreatif.

Penelitian ini menggunakan beberapa variabel utama, yaitu kinerja usaha, kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan bersaing, yang masing-masing memiliki dimensi-dimensi penting. Variabel kinerja usaha menurut Rahayu (2013) memiliki tiga dimensi, yaitu peningkatan penjualan, peningkatan profit, dan pertumbuhan memuaskan. Variabel kompetensi kewirausahaan mengacu pada pendapat Hisrich et al. (2013) yang mencakup empat dimensi, yakni pengetahuan tentang industri dan bisnis, kemampuan untuk mengelola risiko, kemampuan untuk berinovasi dan berkreasi, serta kemampuan untuk mengelola organisasi. Sementara itu, variabel orientasi kewirausahaan mengacu pada Suryana (2013), dengan tiga dimensi utama, yaitu kemampuan berinovasi, proaktivitas, dan kemampuan mengambil risiko. Adapun variabel keunggulan bersaing menurut Assauri (2020) memiliki tiga dimensi yang terdiri dari harga, kualitas produk, dan keunikan produk. Keempat variabel ini diharapkan

dapat memberikan gambaran menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kinerja dan daya saing usaha dalam konteks kewirausahaan.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh kompetensi kewirausahaan (Aulia, 2020; Murtadlo & Hanan, 2018; Mamun et al, 2019) dan orientasi kewirausahaan (Ali et al, 2020; Dewi, 2022; Ritonga & Yulhendri, 2019; Sondra & Widjaja, 2021). Terdapat pula penelitian yang menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dipengaruhi oleh kompetensi kewirausahaan (Destany et al, 2022; Trihudyatmanto, 2019; Zainol & Mamun, 2018) dan orientasi kewirausahaan (Feranita & Setiawan, 2018; Arianti & Suryoko, 2020; Kiyabo & Isaga, 2020).

Namun, penelitian (Jauharoh et al., 2023) mengatakan bahwa kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Munawaroh et al., 2024) mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini et al., 2022) mengatakan bahwa tidak ada pengaruh antara keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha. Fenomena dari riset gap yang terdapat pada hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya ketidakkonsistenan atau perbedaan hasil temuan terkait pengaruh variabel-variabel tertentu terhadap kinerja usaha.

Manajemen kewirausahaan memainkan peran yang sangat penting dalam keberhasilan usaha Kopi Keliling. Meskipun modal awal yang dibutuhkan relatif kecil dan risiko yang dianggap rendah, tanpa manajemen yang baik, usaha ini bisa terhambat atau bahkan gagal. Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti

tertarik untuk meneliti penelitian ini dalam bentuk tesis yang berjudul : Pengaruh Kompetensi kewirausahaan dan Orientasi kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha di Mediasi Keunggulan Bersaing pada Usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah beberapa rumusan masalah yang dapat dirumuskan berdasarkan judul "Pengaruh Kompetensi kewirausahaan dan Orientasi kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha di Mediasi Keunggulan Bersaing pada Usaha Milenial Kopi Keliling di Kota Jambi":

1. Bagaimana pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?
3. Bagaimana pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?
4. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?
5. Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?
6. Apakah keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?

7. Apakah keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah keunggulan bersaing dapat memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha milenial Kopi Keliling di Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat teoritis dan praktis dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dengan menganalisis hubungan antara kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kinerja usaha, penelitian ini dapat memberikan dasar teoritis yang lebih kuat tentang faktor-faktor yang menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam usaha milenial, khususnya di sektor Kopi Keliling.
 - b. Penelitian ini dapat mengembangkan atau memperbaharui model konseptual tentang pengaruh faktor-faktor kewirausahaan terhadap kinerja usaha, serta menguji secara empiris pengaruh dari variabel-variabel tersebut di pasar yang dinamis seperti usaha Kopi Keliling.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan wawasan praktis kepada para pengusaha Kopi Keliling di Kota Jambi mengenai pentingnya pengembangan kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan dalam mencapai keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja usaha. Pemahaman ini dapat membantu mereka merancang strategi yang lebih efektif dalam mengelola usaha mereka..

- b. Hasil penelitian dapat memberikan saran tentang cara-cara yang efektif untuk membangun keunggulan bersaing dalam usaha Kopi Keliling. Ini bisa berupa inovasi produk, layanan pelanggan, atau strategi pemasaran yang dapat membedakan usaha mereka dari pesaing di pasar yang semakin kompetitif..
- c. Penelitian ini dapat membantu pemilik usaha Kopi Keliling untuk memahami bagaimana meningkatkan kinerja usaha mereka melalui peningkatan kompetensi kewirausahaan dan penerapan orientasi kewirausahaan yang tepat. Ini juga dapat mencakup pemahaman tentang pentingnya pengelolaan keuangan, pemasaran, dan operasional dalam mendukung kinerja yang lebih baik..