

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA USAHA MELALUI KEMAMPUAN INOVASI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA COFFEE SHOP
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

**ALZENA SONIA SYAFA
17059075/2017**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA USAHA' MELALUI KEMAMPUAN INOVASI
SEBAGAIMELALUI KEMAMPUAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA COFFEE SHOP DI KOTA PADANG**

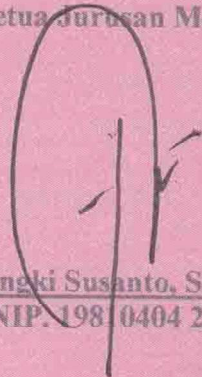
Nama : Alzena Sonia Syafa
TM/NIM : 2017/17059075
Program Studi : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Padang, 30 Agustus 2022

Disetujui oleh:

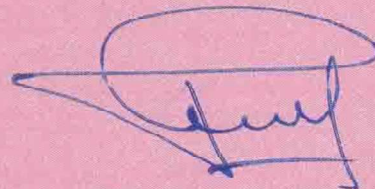
Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen S-1



Perengki Susanto, S.E., M.Sc., Ph.D
NIP. 198104042005011002

Pembimbing



Thamrin, S.Pd,MM
NIP. 197508162005011003

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KINERJA USAHA MELALUI KEMAMPUAN INOVASI
SEBAGAI MELALUI KEMAMPUAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA COFFEE SHOP DI KOTA PADANG**

Nama : Alzena Sonia Syafa
TM/NIM : 2017/17059075
Program Studi : Manajemen
Keahlian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Manajemen S-1
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

Padang, 30 Agustus 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

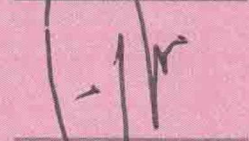
Thamrin, S.Pd, MM

(Ketua)



Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph.D

(Penguji)



Hendri Andi Mesta, SE, MM, Ak

(Penguji)



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alzena Sonia Syafa
TM/NIM : 2017/17059075
Tempat/Tanggal Lahir : Aie Tajun, 28 Agustus 1999
Jurusan : Manajemen
Keahlian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Rawang, Aie Tajun, Kec. Lubuk Alung Kab . Padang Pariaman
No. HP/Telepon : 081318898765
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi Pada Coffee Shop Di Kota Padang.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis/skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini **Sah** apabila telah ditanda tangani **Asli** oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, Agustus 2022

Penulis



Alzena Sonia Syafa
NIM. 17059075

ABSTRAK

Alzena Sonia Syafa. 2022. Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi pada Coffee Shop di Kota Padang

Pembimbing : Thamrin, S.Pd, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh kinerja terhadap orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, 2) pengaruh inovasi produk terhadap orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, 3) pengaruh kemampuan inovasi terhadap orientasi kewirausahaan, 4) pengaruh kinerja usaha melalui kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi terhadap orientasi pasar, 5) pengaruh kinerja usaha melalui kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi terhadap orientasi kewirausahaan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 52 Coffee Shop di Kota Padang. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis induktif.

Hasil penelitian ini adalah 1) terdapat pengaruh positif dan pengaruh signifikan antara orientasi pasar dengan kinerja usaha, 2) tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha, 3) tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel kemampuan inovasi dengan kinerja usaha, 4) terdapat pengaruh positif dan pengaruh signifikan antara orientasi pasar dengan kemampuan inovasi, 5) terdapat pengaruh positif dan pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan dengan kemampuan inovasi, 6) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan orientasi pasar terhadap kinerja usaha melalui kemampuan inovasi, 7) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui kemampuan inovasi.

Kata Kunci: pengaruh, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, kinerja usaha, inovasi, mediasi, coffee shop

KATA PENGANTAR



SyukurAlhamdulillah penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi pada Coffee Shop di Kota Padang” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan fasilitas dan petunjuk-petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Thamrin, S.Pd, MM selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan, pengarahan, perhatian dan waktunya kepada peneliti mulai dari awal hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc selaku penguji I, dan Bapak Hendri Andi Mesta, SE., MM, Ak selaku penguji II yang telah memberikan saran, masukan dan kritikan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Bapak Perengki Susanto, SE, M.Sc, Ph. D selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Yuki Fitria, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

5. Ibu Rizky Sri lasmini, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik peneliti yang telah membantu peneliti memberikan masukan dalam semua kegiatan akademik peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada peneliti selama duduk dibangku perkuliahan.
7. Bapak dan ibu Staf Tata Usaha Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan administrasi dan membantu kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha, Pegawai Perpustakaan, dan Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuandan kemudahan dalam penelitian dan penulisan skripsi ini.
9. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan motivasi yang sangat besar berupa moril maupun materil kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2017 jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang atas semua dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, peneliti tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Semoga segala bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah disisi Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah.....	15
D. Perumusan Masalah.....	16
E. Tujuan Penelitian.....	16
F. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN TEORI, HUBUNGAN ANTAR VARIABEL, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	19
A. Kajian Teori	19
1. Kinerja Usaha.....	19
2. Orientasi Pasa.....	23
3. Orientasi Kewirausahaan.....	27
4. Kemampuan Inovasi	31
B. Hubungan Antar Variabel	35
1. Hubungan Orientasi Pasar dengan Kinerja Usaha	35
2. Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha	35
3. Hubungan Kemampuan Inovasi dengan Kinerja Usaha	36
4. Hubungan Orientasi Pasar dengan Kemampuan Inovasi	36
5. Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Kemampuan Inovasi	37
6. Pengaruh Orientasi Pasar dengan Kinerja Melalui Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi.....	37

7. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi	38
C. Penelitian yang Relevan.....	39
D. Kerangka Konseptual	43
E. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel.....	45
D. Sumber dan Jenis Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional	49
G. Instrumen Penelitian	51
H. Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
B. Analisis Deskriptif.....	58
C. Analisis Induktif.....	69
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outner Model</i>).	69
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	74
3. Uji Hipotesis	75
D. Pembahasan.....	79
1. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha.....	79
2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha.	81
3. Pengaruh Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja Usaha	82
4. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kemampuan Inovasi.	83
5. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kemampuan Inovasi.....	83
6. Pengaruh Orentasi Pasar terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi.....	84
7. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi	85

BAB V PENUTUP 87

 A. Kesimpulan 87

 B. Saran 89

DAFTAR PUSTAKA 90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Daftar Coffee Shop di Kota Padang	3
2. Daftar Perkembangan Omzet Coffe Shop di Kota Padang	11
3. Penelitian yang Relevan.....	39
4. Defenisi Operasional dan Indikator.....	50
5. Daftar Skor Jawaban Dari Setiap Pertanyaan	51
6. Kriteria Jawaban Responden (TCR).....	54
7. Jenis Kelamin Responden	58
8. Usia Responden.....	59
9. Tingkat Pendidikan Responden.....	60
10. Penghasilan Responden.....	60
11. Jumlah Karyawan Responden	61
12. Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Usaha (Y)	62
13. Distribusi Frekuensi Variabel Kemampuan Inovasi (Z).....	64
14. Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Pasar (X1)	66
15. Distribusi Frekuensi Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2).....	67
16. Nilai <i>Outer Loading</i>	70
17. Nilai AVE.....	72
18. Nilai Validitas Diskriminasi.....	73
19. Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	74
20. Hasil Analisis R-Square	74
21. Hipotesisi Pengaruh Langsung	76
22. Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	43
2. Model Jalur.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tujuan umum yang hendak dicapai dari setiap perusahaan terangkum dalam tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan tersebut. Diantaranya adalah perolehan laba yang maksimal, peningkatan volume penjualan serta kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup dalam jangka waktu panjang. Dengan adanya tujuan tersebut perusahaan berusaha melakukan kegiatan-kegiatan seperti merencanakan, memproduksi dan menyalurkan barang/jasa yang dihasilkannya kepada para konsumen.

Bagi perusahaan dalam bidang Coffee Shop tujuan tersebut ditempuh dengan melakukan rencana strategi pemasaran yang baik, memperhatikan kinerja perusahaannya serta juga orientasi kewirahusahaan dan juga inovasi produk. Pelaku bisnis dalam hal ini merupakan suatu bentuk ancaman karena semakin banyak produk yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi dalam dunia bisnis jasa.

Pada saat ini, industri coffee shop berkembang pesat dan menjadi sebuah trend oleh segala kalangan terutama. Pada umumnya, terdapat coffee shop yang memiliki fasilitas lengkap, seperti adanya free wireless network, toilet, pendingin ruangan, interior yang menarik, pemandangan. Bisnis coffee shop sendiri telah menjamur di kota-kota besar terutama di kota Padang. Adanya fasilitas yang lengkap, bukan jaminan coffee shop akan dilirik oleh

para konsumen. Coffee shop itu sendiri harus mengutamakan cita rasa dan pelayanan yang prima untuk para konsumennya. Bisnis coffee shop kini telah banyak berkembang sangat cepat dan hampir tersebar di seluruh bagian di Kota Padang.

Hal ini di dukung pula oleh perubahan gaya hidup (lifestyle) masyarakat dan anak muda di era ini. Salah satu manifestasi gaya hidup masyarakat modern saat ini adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang nongkrong di Coffee Shop. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul dengan orang-orang tertentu. Seperti kolega, teman kuliah, teman arisan, reuni, hingga rekan bisnis. Berdasarkan data yang telah diperoleh dari Gojek Kota Padang, diketahui bahwa dari tahun 2017 sampai maret 2021 terdapat 100 coffee shop yang telah mendaftarkan usahanya pada platform Gojek Kota Padang. Sedangkan masih banyak coffee shop lain yang belum mendaftarkan usahanya di platform tersebut dikarenakan beberapa aspek personal yang belum terpenuhi dari pemilik usaha coffee shop dengan perusahaan Gojek tersebut. Berikut adalah jumlah Coffe Shop di kota padang.

Tabel 1. Daftar Coffee Shop di Kota Padang

No	Tahun Berdiri	Nama Usaha
1	26/05/2017	Toko Kopi Seduh, Padang Barat
2	26/05/2017	Kopi Batigo Store & Coffee Shop
3	26/05/2017	Karsa Coffee
4	08/08/2017	Dua Pintu Coffee
5	08/08/2017	Velocity Burger & Coffee
6	08/08/2017	Juan Coffee & Eatery
7	02/11/2017	Kedai Kopi Ebony, Abdul Muis
8	02/11/2017	Lalito Coffee Bar And Roastery, Monginsidi
9	02/11/2017	Sukokopi, Padang
10	02/11/2017	Gib-Gib Milkshake
11	02/11/2017	Lamak Coffee
12	02/11/2017	Elemen Coffee
13	02/11/2017	Auih Coffee
14	02/11/2017	Kopi Yor
15	15/11/2017	El's Coffee, Nipah
16	18/11/2017	Kopmil OMP Warung Kopi Nusantara Oche, Taplau
17	18/11/2017	Sarumpun Coffee Shop
18	14/12/2017	Kopmil Om Ping Pondok
19	14/12/2017	D'Qorni Burger & Coffee
20	07/02/2018	Mandy's Cafe, Hayam Wuruk
21	07/02/2018	Elnino Coffee
22	24/02/2018	LukaKu, Cokro Aminoto
23	24/02/2018	Shaker Eternal Coffee Asrama Haji
24	08/06/2018	Opung Waffle, Rokan
25	14/08/2018	Vcoffee, Batang Agam
26	19/09/2018	Bacarito Kopi, Nipah
27	19/09/2018	Mamba Coffee
28	11/03/2019	Mama Oky Coffee
29	11/03/2019	Balango Coffee
30	27/03/2019	Warkop Kodang, Batang Arau
31	27/03/2019	Coffee Bean
32	07/05/2019	WARKOP DAI
33	07/05/2019	Vicoffee

No	Tahun Berdiri	Nama Usaha
34	28/06/2019	Lamak Coffee & Shakes, Cendrawasih
35	28/06/2019	Pim's Coffee
36	28/06/2019	Inusantara Coffee
37	12/07/2019	Takana Kopi, Pauh
38	12/07/2019	Linson Coffee
39	12/07/2019	Coffee Paripurna
40	30/07/2019	Parewa Coffee, Moh Hatta
41	16/08/2019	Kubik Koffie, Padang
42	26/08/2019	Tekape Coffee And Eatri, A Yani
43	25/10/2019	Element Coffee, Padang Barat
44	25/10/2019	Frapucino Coffee
45	30/10/2019	Kopi Kita, Andalas
46	30/10/2019	Kopi Opung, Rokan
47	30/10/2019	Talongsong Coffee
48	30/10/2019	Alifah Freshmilk
49	10/01/2020	Kamtumi Coffee, Padang Barat
50	10/01/2020	Laman Coffee
51	15/01/2020	Menza Barber Dan Coffee, Padang Timur
52	22/01/2020	Kopi Paripurna - 24Hours, Wolter Monginsid
53	24/01/2020	Rimbun Espresso & Brew Bar, Kis Mangunsarkoro
54	07/03/2020	Toko Kopi Kita, Abdul Muis
55	14/03/2020	Tara Kopi, Tarandam 3
56	14/03/2020	Phann's Handmade
57	28/03/2020	Cerita Kopi Padang, Batang Arau
58	28/03/2020	Garis Waktu X Nyonya Bow
59	28/03/2020	Palali Coffee
60	09/04/2020	TeeKopi, Pondok Kopi
61	18/04/2020	Cafe Merjer, Ujung Gurun
62	18/04/2020	Kopmil Bo Coffee
63	20/06/2020	Kopi Susu Gabut, Kuranji
64	20/06/2020	Kopi Tuya Padang
65	07/07/2020	Barau Coffee, Padang
66	07/07/2020	Drink's Ai Coffee
67	09/07/2020	Toko Kopi Rasa, Padang
68	09/07/2020	Update Coffee

No	Tahun Berdiri	Nama Usaha
69	19/08/2020	Trilogi Coffee, Raden Saleh
70	31/08/2020	Sushi Coffee
71	31/08/2020	Minank Coffee
72	31/08/2020	Masson Coffee
73	31/08/2020	Hope Garden Coffee
74	31/08/2020	Kedai Kopi Kulo
75	09/09/2020	Mason Coffee, Hiligoo
76	09/09/2020	Sako Coffee
77	09/09/2020	The Gede Coffee and Gold
78	16/09/2020	Morstu Coffee And Eat
79	16/09/2020	Wdc Prossing Roastery Shop
80	21/09/2020	Locus Coffee Padang, Kuranji
81	21/09/2020	Landra Coffee Shop
82	30/09/2020	Imigo Coffee
83	30/09/2020	Coffee Ukhuwah
84	30/09/2020	Andalasia Suite Coffee Bar
85	30/09/2020	Funtheutic Coffee
86	06/10/2020	Tede X Rmbn
87	06/10/2020	Lime Coffee Shop
88	06/10/2020	Bobabe Coffee
89	23/12/2020	Situ Koffie, Flamboyan
90	23/12/2020	Fanna Coffee
91	05/01/2021	Kopi Bermakna
92	05/01/2021	Titik Seduh
93	07/01/2021	Titik Didepan
94	07/01/2021	Nemu Toko Coffee
95	26/01/2021	Kopi Arunika
96	26/01/2021	Kubik Coffee
97	02/03/2021	Kedai Kopi Nipah
98	09/03/2021	Chakovi
99	15/03/2021	Heyya Coffee
100	28/03/2021	Menyala coffe shop dan Roastery

Sumber: GOJEK.id

Berdasarkan table di atas menunjukkan bahwa persaingan usaha Coffee Shop di kota Padang setiap tahun semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu..memaksimalkan kinerja perusahaanya agar dapat bersaing di pasar. Kinerja usaha merupakan salah satu ukuran prestasi dari sebuah usaha yang didapatkan melalui aktifitas produksi dan pemasaran secara keseluruhan yang berasal dari organisasi bisnis.

Kinerja usaha dapat dipandang sebagai sebuah konsep yang digunakan dalam mengukur sampai dimana prestasi pasar yang telah dicapai oleh suatu produk yang dihasilkan organisasi bisnis. Setiawan (2013: 184) mengungkapkan bahwa kinerja usaha merupakan ukuran prestasi yang didapatkan dari aktifitas proses pemasaran secara menyeluruh dari sebuah perusahaan atau organisasi. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasilkan kinerja usaha yang lebih baik.

Dengan adanya pertumbuhan kinerja yang baik dan berkesinambungan, maka tidak menutup kemungkinan usaha yang semula berkategori Coffee Shop dapat berkembang menjadi usaha yang besar atau bahkan Go Public karena menyangkut keberadaan dan keberlangsungan usahanya dimasa yang akan datang. Tanpa adanya kinerja usaha yang baik, maka Coffee Shop yang selama ini dijalankan berarti dianggap tidak mampu memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi pengelola dan orang lain yang ikut terlibat didalamnya. Soedjono (2005: 25), kinerja organisasi atau kinerja perusahaan merupakan indikator tingkatan prestasi yang dapat dicapai suatu organisasi dan mencerminkan keberhasilan manajer atau pengusaha.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan kepada salah satu owner Coffe Shop (sukokopi) Bernama yolla yang mengungkapkan

“Dengan situasi yang terjadi pada saat sekarang ini yang dimana pemerintah mengeluarkan kebijakan mulai dari lock down sampai PPKM level 4 ini, membuat para pengusaha coffe shoop ini harus tutup pada jam tertentu yang sangat mempengaruhi dari kinerja usaha, mulai dari kekurangan omset, sepiya pelanggan yang datang, Kondisi persaingan yang ketat, tentu hal ini dapat mempengaruhi dari kinerja usaha coffe shop ini.”

Berkaitan dengan penurunan pendapatan juga dijelaskana oleh Rafi selaku owner coffe Warkop Dari menjelaskan bahwa :

“Untuk menjalankan usaha saat ini memang susah. Banyak faktor yang mempengaruhi salah satunya situasi pandemi saat ini. Banyak kebijakanyang dibuat oelh pemerintah yang membatasi kegiatan diluar ruangan termasuk mengoperasikan usaha. Pembatasan ini memberikan dampak terhadap pendapatan dikarenakan pembatasan dan penurunan minat masyarakat yang datang karena pembatasan.”

Untuk permasalahan ini juga dibenarkan oleh Wendi selaku owner Takana Kopi shop yang mengungkapkan :

“Usaha sekaranag ini lebih susah dari sebelumnya, hal ini ditambah sulit dengan situasi pandemi. Waktu usaha terbatas hingga tingkat kunjungan masyarakat yang semakin meurun membawa dampak yang buruk pada usaha kopi yang sedang dijalankan”

Dijelaskan melalui wawancara diatas bahwasanya situasi pandemi Covid-19 juga membawa dampak pada pendapatan dimana melalui kebijakan-kebijakan yang ditetapkan yang berisi tentang pembatasan kegiatan membuat pengoperasian coffe shop menjadi terbatas sehingga bardampak pada pendapatan yang semakin menurun daripada sebelumnya. Penurunan pendapatan ini juga diperburuk dengan kondisi persaingan yang semakin ketat yang mengharuskan pengusaha berpikir keras agar uasaha tetap terus

hidap dan berjalan sehingga hal inilah yang mempengaruhi kinerja pengusaha coffe shop.

Selanjutnya dilihat dari pengendalian mutu produk yang dibuktikan dengan pembelian ulang oleh konsumen. Pada dasarnya pelanggan adalah kunci dari keberhasilan suatu bisnis, dan perusahaan merupakan tumpuan dari kinerja hasil penjualan, tingkat profitabilitas dan pangsa pasar yang dicapai. Keberhasilan kinerja sangat bergantung pada pelanggan yang datang atau membeli kembali. Hal ini mengakibatkan munculnya rasa kepuasan pelanggan terhadap produk yang dibelinya (Sofjan, 2013: 3). Berkaitan dengan pengendalian mutu produk yang dibuktikan dengan pembelian ulang oleh konsumen dapat temuan melalui wawancara yang dilakukan. Diungkapkan oleh Rizal sebagai salah satu konsumen di Sukokopi sebagai berikut :

“Saya tidak selalu belanja disini dikarenakan menunya biasa saja. Saya belanja jika hanya ingin saja. Tidak ada hal spesifik yang membuat saya untuk tertarik terus-terusan belanja. Seharusnya tempat ini harus lebih meningkatkan kualitas agar produknya dapat menarik orang-orang diluar sana untuk terus belanja”

Selanjutnya hal sama diungkapak oleh Mirna salah satu konsumen di

Takana Kopi shop melalui kutipan wawancara sebagai berikut :

“Untuk belanja disini hanya ketika saya ingin saja karena sebenarnya saya tidak terlalu sering belanja disini dikarenakan saya tidak terlalu tertarik dengan tempatnya. Saya menyukai tempat yang memiliki view yang estetik sehingga bagus kalau melakukan swafoto.”

Dari wawancara di atas dapat ditarik bahwa sebagian besar konsumen yang berbelanja di coffe shop diatas menunjukkan bahwasanya kualitas dari coffe shop menjadi penentu konsumen untuk kembali berbelanja. Semakin

bagus kualitas produk yang ditawarkan maka akan semakin tinggi minat belanja konsumen terhadap Coffe Shop tersebut. Kualitas dapat dilihat dari produk yang dihasilkan, tempat yang diberikan hingga pelayanan yang diberikan.

Loyalitas konsumen terhadap suatu Coffee Shop juga memberikan dampak terhadap perkembangan usaha seseorang. Loyalitas pelanggan merupakan suatu dorongan perilaku yang menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu usaha dan sangat membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut (Olson, 1993:108). Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Berkaitan dengan kelayalitan pelanggan terhadap Coffe Shop di Kota Padang didapati temuan seperti yang diungkapkan oleh Yumi sebagai konsumen di coffe shop Sukokopi melalui wawancara sebagai berikut :

“saya bukan merupakan pelanggan disini karena saya tidak terlalu tertarik dengan rasa dai produk yang diberikan. Saya belanja kesini hanya karen lokasinya dekat dengan tempat saya tinggal.”

Berkaitan dengan kelayalitan pelanggan, hal serupa juga diungkapkan oleh Mila salah satu konsumen yang belanja di Takana Kopis shop sebagai berikut :

“saya hanya sesekali belanja disini, untuk produknya lumayan hanya saja tempatnya kurang recommended untuk nongkrong. Itulah kenapa saya jarang berbelanja disini. Kalau saya ingin nongkrong bersama teman-teman bukan hanya rasa saja yang dibutuhkan tetapi juga view tempat agar bisa lebih nyaman”

Dari wawancara diatas diketahui bahwasanya sebagian besar loyalitas konsumen terhadap coffe shop di Kota Padang masih rendah. Rendahnya tingkat loyalitas konsumen disebabkan oleh produk yang dihasilkan dan tempat yang kurang memuaskan bagi pelanggan sehingga mereka tidak terlalu tertarik untuk menjadi pelanggan tetap. Untuk menciptakan loyalitas konsumen maka seorang pembisnis harus mampu memahami kebutuhan konsumen. Kemampuan penjual memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan akan membantu memahami siapa pelanggan potensial saat ini dan siapa pelanggan yang akan datang, apa yang mereka inginkan dimasa datang, apa yang mereka rasakan saat ini dan apa yang mungkin mereka rasakan dimasa yang akan datang sebagai pemuas yang relevan dari keinginan-keinginan pelanggan

Tabel 2. Daftar Perkembangan Omzet Coffe Shop di Kota Padang

No	Nama Coffee Shop	Target Penjualan (bulan)	Realisasi Omzet Penjualan											
			(Juta Rp)						omzet (%)					
			Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Toko Kopi Sehid, Padang Barat	Rp 15.000.000,00	Rp 11.700.000	Rp 10.480.000	Rp 10.450.000	Rp 9.120.000	Rp 8.100.000	Rp 7.010.000	78%	70%	70%	61%	54%	47%
2	DUA PINTU COFFEE	Rp 10.000.000,00	Rp 8.000.000	Rp 7.900.000	Rp 7.000.000	Rp 6.700.000	Rp 5.910.000	Rp 5.820.000	80%	79%	70%	67%	59%	58%
3	Kedai Kopi Ebony, Abdal Muis	Rp 10.000.000,00	Rp 9.500.000	Rp 8.453.000	Rp 6.550.000	Rp 6.500.000	Rp 5.800.000	Rp 5.610.000	95%	85%	66%	65%	58%	56%
4	Laito Coffee Bar And Roastery, Monginsidi	Rp 10.000.000,00	Rp 7.000.000	Rp 7.000.000	Rp 6.000.000	Rp 5.910.000	Rp 4.800.000	Rp 4.000.000	70%	70%	60%	59%	48%	40%
5	Sukokopi, Padang	Rp 14.000.000,00	Rp 8.500.000	Rp 8.550.000	Rp 7.980.000	Rp 7.900.000	Rp 7.700.000	Rp 7.100.000	61%	61%	57%	56%	55%	51%
6	Els Coffee, Nipah	Rp 10.000.000,00	Rp 13.000.000	Rp 11.800.000	Rp 10.000.000	Rp 9.800.000	Rp 9.000.000	Rp 8.751.000	130%	118%	100%	98%	90%	88%
7	Kopmi OMP Warang Kopi Nusantara Oche, Taplau	Rp 10.000.000,00	Rp 5.000.000	Rp 4.980.000	Rp 4.300.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	Rp 3.560.000	50%	50%	43%	40%	40%	36%
8	KOPMIL OM PING Pondok	Rp 10.000.000,00	Rp 7.500.000	Rp 7.300.000	Rp 6.430.000	Rp 6.400.000	Rp 5.910.000	Rp 5.845.000	75%	73%	64%	64%	59%	58%
9	Mami's Cafe, Hayam Wurak	Rp 12.000.000,00	Rp 8.400.000	Rp 8.300.000	Rp 8.000.000	Rp 7.100.000	Rp 6.750.000	Rp 6.000.000	70%	69%	67%	59%	56%	50%
10	LukaKu, Cokro Armoto	Rp 10.000.000,00	Rp 10.630.000	Rp 9.430.000	Rp 9.425.000	Rp 9.410.000	Rp 7.565.000	Rp 7.500.000	106%	94%	94%	94%	76%	75%
11	Opang Waffle, Rokan	Rp 13.000.000,00	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000	Rp 7.900.000	Rp 7.780.000	Rp 7.700.000	Rp 7.540.000	62%	62%	61%	60%	59%	58%
12	V coffee, Batang Agam	Rp 10.000.000,00	Rp 9.400.000	Rp 9.425.000	Rp 8.300.000	Rp 8.130.000	Rp 7.565.000	Rp 5.000.000	94%	94%	83%	81%	76%	50%
13	Bacario Kopi, Nipah	Rp 18.000.000,00	Rp 9.100.000	Rp 9.000.000	Rp 7.150.000	Rp 7.050.000	Rp 6.800.000	Rp 5.000.000	51%	50%	40%	38%	38%	28%
14	Mama Oly Coffee	Rp 10.000.000,00	Rp 6.000.000	Rp 5.300.000	Rp 5.000.000	Rp 4.600.000	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000	60%	53%	50%	46%	40%	40%
15	Warkop Kodang, Batang Arau	Rp 10.000.000,00	Rp 7.500.000	Rp 7.150.000	Rp 6.000.000	Rp 5.970.000	Rp 5.915.000	Rp 5.809.600	75%	72%	60%	60%	59%	58%
16	WARKOP DAL	Rp 15.000.000,00	Rp 8.040.000	Rp 8.000.000	Rp 8.040.000	Rp 8.000.000	Rp 7.565.000	Rp 5.600.000	54%	53%	54%	53%	50%	37%
17	Lamak Coffee & Shakes, Cendrawasih	Rp 10.000.000,00	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 5.835.000	Rp 5.805.000	Rp 4.000.000	Rp 3.500.000	60%	60%	58%	58%	40%	35%
18	Takama Kopi, Pauh	Rp 11.000.000,00	Rp 8.500.000	Rp 8.040.000	Rp 7.955.000	Rp 7.565.000	Rp 6.860.000	Rp 5.000.000	77%	73%	72%	69%	62%	45%
								Rata-rata omzet	74,8%	71,4%	64,9%	62,8%	56,7%	50,6%

Sumber : *Data Primer, 2021*

Dalam observasi yang peneliti lakukan, Dari data di atas terdapat rata-rata omzet dari coffe shop yang bersedia di wawancarai, terdapat penurunan omzet rata-rata dari bulan february-juni -3,8%, -10,6%, -5,6%, -10,0%, -13,4%, hal ini di duga faktor pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha yang belum maksimal.

Menurut Zimmerer (2008) dalam Sandra dan Purwanto (2015: 100), Kinerja usaha Usaha perusahaan dalam menganalisis faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap perusahaan dengan melihat peluang yang berada di lingkungan eksternal, serta melakukan penyesuaian dengan mempertimbangkan keadaan dan kompetensi inti perusahaan untuk mencapai tujuan. Hal ini merupakan faktor yang perlu dipertimbangan coffe shop di kota padang, dimana faktor ini menuntut bagaimana cara mereka selaku

pelaku usaha untuk dapat bersaing dengan memahami kemungkinan-kemungkinan eksternal yang akan mempengaruhi laju pertumbuhan suatu usaha serta mempertimbangkan kompetensi internal perusahaan untuk dapat bersaing dan mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Seperti halnya yang dijelaskan oleh Nurdasila (2015: 10) mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja usaha adalah lingkungan internal yang mencakup orientasi kewirausahaan, kepemilikan dan akses sumber daya, penguasaan dan pemanfaatan teknologi informasi, sistem manajemen, kultur budaya, kekuatan modal, kemitraan dan jaringan bisnis dengan pihak di luar usaha. Faktor kedua adalah lingkungan eksternal antara lain yang terkait dengan kebijakan pemerintah, aspek hukum, kondisi persaingan pasar, kondisi social, kemasyarakatan, kondisi infrastruktur dan bagaimana memberdayakan kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, serta perubahan ekonomi global. Begitupun dengan Coffe shop di kota Padang yang juga dipengaruhi faktor internal dan eksternal di dalamnya. Faktor-faktor tersebut harus dipertimbangkan agar usaha dapat terus bersaing dengan mampu mengembangkan dan memanfaatkan kinerja usaha dengan efisien.

Menurut (Bayu, dkk 2013: 259) selain dipengaruhi faktor internal dan eksternal, kinerja usaha dapat dipengaruhi oleh faktor pendidikan, pelatihan, usia, pengalaman bisnis, motivasi, inovasi, resiko. Seperti yang terdapat dalam penelitian (Mahmud, dkk 2011) dan (Bambang, 2015) menyampaikan bahwa kinerja usaha dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan. Demikian pula yang disampaikan oleh (Suci, 2009: 20) bahwa orientasi kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan dalam mengelola usahanya.

Kinerja usaha Coffee Shop salah satunya dapat dicerminkan dari kapasitas produksi dan pemasaran yang telah dilakukan. Kinerja usaha Coffee Shop ini menarik untuk dikaji lebih lanjut karena terdapat penelitian tentang kinerja usaha yang menemukan hasil yang berbeda. Pada dasarnya, ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha.

Orientasi kewirausahaan, inovasi usaha dan keunggulan bersaing menjadi variabel yang sangat penting untuk diteliti berkenaan dengan pengaruhnya terhadap kinerja usaha. Hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan yang terdapat pada organisasi bisnis dapat menentukan arah kemana keunggulan bersaing tersebut akan difokuskan.

Orientasi kewirausahaan adalah salah satu elemen kunci untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan imbalan keuangan. Sedangkan orientasi pasar penting untuk dipelajari dan diteliti kaitannya dengan kinerja usaha karena orientasi pasar merupakan suatu elemen penting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif dan meraih profitabilitas tinggi dalam suatu bisnis (Narver & Slater, 1990: 21-22).

Inovasi adalah suatu proses yang belum pernah dilakukan atau baru dilakukan perusahaan guna untuk mengembangkan produk, menciptakan produk baru, atau melakukan pembaharuan produksi terhadap produk yang sudah ada sebelumnya serta distribusi sehingga mampu bersaing dalam memperoleh segmen pasar yang baru (Mulyani, 2015). Inovasi produk bertujuan untuk memenuhi permintaan pasar yang ada, sehingga dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif dari suatu perusahaan. Semakin

baik inovasi produk yang dilakukan perusahaan dengan menciptakan ide-ide baru, desain yang lebih menarik dari produk sebelumnya, maka akan mampu meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Asashi & Putu, 2017: 1823) menemukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja pemasaran serta inovasi produk berpengaruh secara signifikan memediasi hubungan antara orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik suatu perusahaan dalam menciptakan dan mengembangkan ide-ide baru, serta secara aktif melakukan pengembangan terhadap kualitas produk yang dihasilkan, maka akan meningkatkan kinerjanya. Begitupun sebaliknya, semakin berkurang suatu usaha melakukan inovasi produk maka kinerja usaha juga akan menurun. Begitupun dalam bisnis Coffee Shop, perusahaan harus mampu menarik banyak pangsa pasar salah satunya dengan melakukan inovasi produk agar konsumen tidak merasa bosan terhadap apa yang mereka dapatkan, karena dengan adanya inovasi terhadap produk yang dihasilkan, akan mampu menarik konsumen untuk kembali merasakan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut di atas, walaupun tema dan variabel orientasi kewirausahaan, orientasi pasar inovasi usaha, keunggulan bersaing dan kinerja usaha telah banyak digunakan dalam penelitian terdahulu, akan tetapi hasil yang didapatkan ternyata tidaklah sama. Oleh karena itu penulis berkeyakinan bahwa Coffee Shop di Kota Padang ini masih menjadi hal yang menarik untuk diteliti, dikarenakan walaupun

sebenarnya keberadaan Coffee Shop di wilayah ini telah ada sejak lama, namun hingga saat ini masih saja banyak masalah yang dihadapinya seperti, loyalitas pelanggan dan pembelian ulang yang menggambarkan kepuasan konsumen terhadap kinerja coffee shop. Maka penuli ingin melihat dan memberikan gambaran mengenai variabel-variabel apa saja yang dapat menjadikan Coffee Shop di Kota Padang mencapai keberhasilan usahanya. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha Coffee Shop kota padang melalui kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Masih rendahnya tingkat kinerja coffe shop di Kota Padang.
2. Belum maksimalnya orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar karena tingginya persaingan Coffee Shop di Kota Padang.
3. Kurangnya inovasi yang dimiliki Coffee Shop dalam menunjang persaingan.
4. Ketatnya persaingan pada industri kuliner muncul dengan banyaknya competitor.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi

Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Mediasi pada Usaha Coffee Shop di Kota Padang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang ?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang ?
3. Apakah kemampuan inovasi berpengaruh terhadap kinerja Coffee Shop di Kota Padang?
4. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kemampuan inovasi produk pada Coffee Shop di Kota Padang?
5. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan inovasi produk pada Coffee Shop di Kota Padang ?
6. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi?
7. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang melalui inovasi produk sebagai variabel mediasi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang ?
2. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang ?
3. Untuk mengetahui apakah kemampuan inovasi berpengaruh terhadap kinerja Coffee Shop di Kota Padang?
4. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi produk pada Coffee Shop di Kota Padang?
5. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan inovasi pada Coffee Shop di Kota Padang ?
6. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang melalui kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi?
7. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Coffee Shop di Kota Padang melalui kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi?

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan membawa manfaat :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran dan menambah kajian ilmu manajemen pemasaran

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

- 1) Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis di bidang manajemen pemasaran.
- 2) Aplikasi teori-teori yang telah didapat di bangku perkuliahan dan dijadikan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan.
- 3) Sebagai sarana untuk menambah wawasan, kreativitas daya analisa dan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan secara nyata.

b. Bagi Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi kontribusi bagi karya ilmiah dan menjadi salah satu sumber pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran.

c. Bagi wirausaha

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pengelola usaha di Kota Padang agar dapat lebih meningkatkan kinerja usaha, sehingga dapat meningkatkan kepuasan layanan di Kota Padang. Serta dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan tentang pengembangan usaha Coffe Shop.