

ABSTRAK

Persaingan bisnis pada sektor makanan dan minuman semakin ketat seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha, khususnya pada segmen Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat guna menciptakan dan mempertahankan keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Keunggulan bersaing tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam bersikap inovatif, proaktif, serta memahami dan merespons kebutuhan pasar. Dalam konteks tersebut, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar dipandang sebagai faktor strategis dalam meningkatkan daya saing usaha, khususnya pada industri kuliner seperti kafe dan coffee shop. Paradox Coffee & Roastery Kupang sebagai salah satu usaha kuliner di Kota Kupang menghadapi dinamika persaingan yang menuntut penerapan kedua orientasi tersebut secara optimal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing produk makanan dan minuman pada Paradox Coffee & Roastery Kupang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Rao Purba. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala interval 1–10 dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif serta regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi $Y = 3,008 + 0,042X_1 + 1,291X_2$, di mana Y merupakan keunggulan bersaing, X_1

orientasi kewirausahaan, dan X_2 orientasi pasar. Nilai konstanta sebesar 3,008 menunjukkan bahwa tanpa pengaruh kedua variabel independen, keunggulan bersaing tetap berada pada tingkat positif. Koefisien regresi orientasi kewirausahaan sebesar 0,042 menunjukkan pengaruh positif namun relatif kecil, sedangkan orientasi pasar memiliki koefisien regresi sebesar 1,291 yang menunjukkan pengaruh positif yang kuat terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), orientasi kewirausahaan memperoleh nilai t-hitung sebesar 1,915 dengan signifikansi 0,059. Nilai tersebut lebih besar dari t-tabel (1,661), namun signifikansinya lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Sementara itu, orientasi pasar memperoleh nilai t-hitung sebesar 66,769 dengan signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F-hitung sebesar 2410,208 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut lebih besar dari F-tabel (3,09) dan memiliki signifikansi di bawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Selanjutnya, hasil koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,981 menunjukkan bahwa 98,1% variasi keunggulan bersaing dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 1,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar

merupakan variabel yang paling dominan dalam membentuk keunggulan bersaing Paradox Coffee & Roastery Kupang. Oleh karena itu, pelaku UMKM kuliner disarankan untuk terus memperkuat orientasi pasar melalui pemahaman kebutuhan konsumen, peningkatan kualitas produk dan pelayanan, serta pemantauan strategi pesaing, tanpa mengesampingkan pengembangan orientasi kewirausahaan guna mendukung inovasi dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing