

# Analisis Faktor yang Berpengaruh pada Kinerja Usaha Restoran dan Rumah Makan di Kota Malang

Margono Setiawan

**Abstract:** Restaurant business has grown and developed quickly from time to time. This development of restaurant business depends on competitiveness culture include : entrepreneurship, innovation, organizational learning and market orientation in restaurant business. Because of that, it is needed a good performance to increase restaurant services. The aim of this research is to analyze the significant effects among entrepreneurship, innovation, organizational learning and market orientation on restaurant business performance. And to analyze the dominant effects to restaurant business performance. This research was conducted to restaurant entrepreneur in Malang using purposive sampling method, with the sample of 144 respondents. The data were collected using questionnaires, observation and interview. The analytical tools used in this research to answer the research hypotheses was Confirmatory Factor Analysis (CFA), whereas, to detect the dominant effect using multiple regression analysis. The results of this research shows that : entrepreneurship and innovation factors have a positive effect to restaurant business performance. Whereas, market orientation have negative effect and organizational learning have no significant effect to restaurant business performance. Among those four factor, innovation have dominant effect to restaurant business performance.

**Keywords:** entrepreneurship, innovation, organizational learning, market orientation, performance

Usaha restoran tumbuh dan berkembang dengan cepat dari waktu ke waktu. Restoran banyak yang merupakan restoran formal, dibuka di gedung-gedung hunian eksklusif dengan fasilitas mewah namun belum dikelola secara maksimal dan profesional. Semakin tingginya angkatan kerja di Indonesia menyebabkan terjadinya berbagai perubahan-perubahan pada perilaku masyarakat Indonesia terutama di perkotaan. Salah satu perubahan tersebut adalah pada pola makan yang berubah yang menyebabkan makin berkembangnya usaha restoran.

Bisnis restoran dan rumah makan merupakan bisnis jasa, di samping kualitas makanan (cita rasa harus enak), beda dengan lainnya (diferensiasi), ada hal-hal penting yang harus diperhatikan yaitu, pelayanan, dan *value* (nilai). Nama/*brand* sangat terkait dengan *value*. *Value* bisa di tafsirkan sebagai gengsi ([www.wongsolo.com](http://www.wongsolo.com), 2002). Untuk membangun *brand*/nama (*image building*) kita harus berani mengeluarkan biaya yang jumlahnya tidak kecil. Kasus

seperti rumah makan yang konsumennya sifatnya masal (banyak) peran brand ini sangat besar, sehingga brand harus dibangun dan dijaga terus-menerus. Banyak restoran yang menawarkan berbagai macam keunggulan dan keunikan yang dimilikinya. Tidak hanya menawarkan berbagai menu andalan, tetapi banyak juga restoran yang menawarkan suasana nyaman dengan berbagai macam keunikan yang dimiliki.

Restoran yang menawarkan keunikan suasana seperti pada restoran yang menggunakan konsep *open kitchen* (Resto, Oktober 2004:14), *open kitchen* ini bisa membuat restoran makin menarik, ada suatu nilai lebih yang coba ditawarkan oleh restoran yang menggunakan konsep ini. Seperti pada atraksi para juru masak saat meracik makanan aroma bumbu-bumbu ataupun perlengkapan yang ada didapur. Ada juga restoran yang melengkapi restorannya dengan fasilitas internet, jadi para pengunjung bisa menikmati hidangan sambil berinternet. Dan ada

juga yang menampilkan suasana khas daerah yang ada di Indonesia. Selain restoran yang menawarkan kenyamanan dan keunikan suasana, ada juga yang menawarkan keunikan menu dan citarasa. Pengkombinasian dan pemilihan bahan sangatlah penting dalam citarasa suatu masakan.

Pada bisnis restoran ini, kita perlu juga memperhatikan tentang budaya persaingannya. Empat faktor budaya yaitu, wirausaha, inovasi, orientasi pasar, dan pembelajaran organisasi—bersama memberikan perkembangan pada organisasi "budaya persaingan". Budaya persaingan adalah tingkatan pada sebuah organisasi yang cenderung untuk menemukan dan mengisi kekosongan diantara keinginan pasar dan penawaran yang ada (Hult, et al., 2002).

Pengusaha restoran dan rumah makan penting memahami budaya persaingan yang terdiri dari wirausaha, inovasi, pembelajaran organisasi, dan orientasi pasar dipandang mampu meningkatkan kinerja usahanya dalam menghadapi situasi yang penuh ketidakpastian.

Dari uraian di atas, timbul keinginan untuk mengkaji keterkaitan budaya persaingan yang terdiri dari wirausaha, inovasi, orientasi pasar, dan pembelajaran organisasi, sehingga penelitian ini diberi judul "Analisis Faktor yang Berpengaruh Pada Kinerja Usaha Restoran dan Rumah Makan Di Kota Malang"



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini terdapat empat variabel independen yaitu; wirausaha ( $X_1$ ), inovasi ( $X_2$ ), pembelajaran organisasi ( $X_3$ ), dan orientasi pasar ( $X_4$ ), serta variabel dependen (Y), yaitu: kinerja.

Variabel *wirausaha*, terdiri dari: percaya diri, cepat merespon sesuatu yang baru, keinginan untuk mengambil risiko dan kebutuhan akan keberhasilan. Variabel *inovasi*, terdiri dari: inovasi teknis, kreativitas, siap menerima inovasi dan selalu berinovasi. Untuk variabel pembelajaran organisasi, terdiri dari: orientasi team pada tujuan, orientasi team pada visi perusahaan, kemampuan belajar, keselarasan dan kemampuan belajar kunci keberhasilan. Variabel terakhir, yaitu orientasi pasar, terdiri dari: persaingan, orientasi pelanggan, kepuasan pelanggan dan strategi bersaing.

Sedangkan untuk variabel kinerja, terdiri dari: pangsa pasar, pertumbuhan usaha, keuntungan dan ukuran usaha.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan kerangka konseptual penelitian, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Diduga faktor wirausaha, Inovasi, Pembelajaran Organisasi dan orientasi pasar mempengaruhi kinerja.
- Diduga faktor wirausaha memberi pengaruh yang dominan terhadap kinerja.

**METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah *survey*, sedangkan penelitian ini adalah *explanatory research*. Penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha restoran dan rumah makan. Penelitian ini dilakukan pada usaha restoran dan rumah makan di Kota Malang, Jawa Timur.

**Definisi Variabel**

Berikut ini adalah penjelasan secara lebih operasional tentang variabel-variabel, indikator maupun item-item yang ada pada kuesioner yang diteliti dalam penelitian ini:

- *Wirausaha* ( $X_1$ ) adalah orang yang percaya diri, pandai mengenali produk baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencari keuntungan.
- *Inovasi* ( $X_2$ ) adalah Inovasi adalah proses implementasi ide baru, memiliki konsep yang kreatif sehingga dapat diwujudkan.

- *Orientasi Pasar (X<sub>3</sub>)* adalah suatu kegiatan yang berorientasi untuk mengutamakan kepuasan konsumen.
- *Pembelajaran Organisasi (X<sub>4</sub>)* adalah suatu cara untuk memahami suatu organisasi agar dapat menciptakan tim kerja yang handal.
- *Kinerja (Y)* adalah suatu usaha untuk mengarahkan dan mengendalikan karyawan.

### Metode Pengambilan Sampel

Sampel merupakan himpunan bagian dari suatu himpunan yang disebut populasi. Dengan kata lain sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi (Arikunto, 2002:109). Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* maksud dari metode ini adalah bahwa pengambilan sampel didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Sampel yang dipilih memiliki kriteria sebagai berikut:

- Usaha yang diambil adalah usaha restoran dan rumah makan.
- Usaha Restoran yang memiliki luas ruang makan sekurang-kurangnya 65% dari luas bangunan, dan menu yang ditawarkan adalah menu klasik/ menu Eropa populer.
- Usaha Rumah makan yang memiliki luas ruang sekurang-kurangnya 50% dari luas bangunan, dan menu yang disediakan sangat terbatas dan membatasi menu-menu yang relative cepat selesai dimasak.

Dari 278 pengusaha maka didapat pengusaha restoran yang memenuhi syarat adalah 54 pengusaha, sedangkan untuk Rumah makan sebanyak 60 pengusaha.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner, observasi, dan wawancara. Penentuan skor masing-masing item pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert* lima poin. Data yang diperoleh dari skala *likert* tersebut kemudian diadakan uji validitas dan realibitas dengan menggunakan versi 11.0 *for windows*, di mana instrumen tersebut dinyatakan valid apabila memiliki  $r > 0,30$  dan dinyatakan reliabel apabila memiliki *alpha cronbach*  $\alpha \geq 0,6$ .

### Metode Analisis Data

Alat analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori, yang bertujuan untuk memvalidasi sebuah model yang telah dibentuk sebelumnya dan memperkirakan parameter-parameter model tersebut (Sharma, 1996:177). Analisis faktor konfirmatori akan menghasilkan skor faktor yang dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada kinerja. Untuk memenuhi syarat dari analisis regresi linear berganda maka dilakukan uji asumsi klasik.

## HASIL

### Karakteristik Responden

Analisa data ini bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian yang mempergunakan responden sebanyak 114 pengusaha restoran dan rumah makan di kota Malang mengenai karakteristik individu yang terdiri dari: jenis kelamin, usia, status, tingkat pendidikan serta posisi dalam usaha. Untuk informasi selengkapnya tentang karakteristik responden ini dapat dilihat pada Lampiran 1.

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan *software* SPSS 11.5 didapatkan seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item yang digunakan adalah valis dan reliabel. Oleh karena itu, kuesioner yang ada dalam penelitian ini dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur variabel.

### Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

Hasil analisis faktor konfirmatori (CFA) dengan menggunakan *software* SPSS 11.5 didapatkan seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan perhitungan analisis faktor konfirmatori maka masing-masing item pertanyaan untuk tiap-tiap faktor dinyatakan valid dan reliabel. Untuk faktor wirausaha (X1), inovasi (X2), pembelajaran organisasi (X3), orientasi pasar (X4), dan kinerja (Y) bisa dianalisis lebih lanjut karena memiliki KMO dan MSA diatas 0,5. Dari masing-masing analisis faktor menunjukkan hanya terdapat satu faktor yang

Tabel 1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel

Variabel	item	Koefisien Korelasi Product Moment	Keputusan	Koefisien Alpha	Keputusan
X1	X11	.750**	Valid	0.6843	Reliabel
	X12	.699**	Valid		
	X13	.721**	Valid		
	X14	.699**	Valid		
X2	X21	.778**	Valid	0.714	Reliabel
	X22	.691**	Valid		
	X23	.758**	Valid		
	X24	.708**	Valid		
X3	X31	.580**	Valid	0.6385	Reliabel
	X32	.682**	Valid		
	X33	.738**	Valid		
	X34	.545**	Valid		
	X35	.651**	Valid		
X4	X41	.607**	Valid	0.6391	Reliabel
	X42	.743**	Valid		
	X43	.666**	Valid		
	X44	.755**	Valid		
Y	Y11	.700**	Valid	0.7716	Reliabel
	Y12	.784**	Valid		
	Y13	.770**	Valid		
	Y14	.826**	Valid		

bermakna pada setiap faktor yang ditentukan. Berarti indikator yang digunakan sebagai pengukur variabel bersifat valid. Dari analisis faktor ini menghasilkan skor faktor yang akan digunakan pada analisis regresi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software SPSS 11.5* didapatkan seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Angka R sebesar 0,703 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara kinerja dengan empat variabel *independent*-nya adalah kuat karena angka di bawah 0,5. Angka R *square* atau koefisien determinasi adalah 0,494. Namun, untuk jumlah variabel *independent* lebih dari dua, lebih baik digunakan *Adjusted R Square* yaitu 0,475 (selalu lebih kecil dari *R square*). Hal ini berarti 47,5% variasi dari kinerja

bisa dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel *independent*. Sedangkan sisanya (100%–47,5% = 52,5%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Dari uji ANOVA atau  $F_{test}$ , di dapat  $F_{hitung}$  yaitu: 26,599 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi kinerja atau bisa dikatakan wirausaha, inovasi, pembelajaran organisasi, dan orientasi pasar secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Persamaan regresi: Kinerja = 4,579 + 0,215 Wirausaha + 0,585 Inovasi – 0,241 Orientasi Pasar.

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dilihat arah hubungan dari Wirausaha ( $X_1$ ), Inovasi ( $X_2$ ), dan Orientasi Pasar ( $X_3$ ) yang ditunjukkan oleh tanda koefisien regresinya. Koefisien regresi faktor  $X_1$ , dan  $X_2$ , yang bertanda positif menunjukkan

Tabel 2 Hasil Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

Item Pertanyaan	KMO	MSA	Extraction Factoring	Total Eigenvalues
<b>Faktor Wirausaha (X1)</b>	0,701			2,060
X11		0,680	0,588	
X12		0,734	0,468	
X13		0,697	0,531	
X14		0,704	0,472	
<b>Faktor inovasi (X2)</b>	0,737			2,160
X21		0,713	0,632	
X22		0,758	0,444	
X23		0,739	0,584	
X24		0,751	0,500	
<b>Faktor pemb Org (X3)</b>	0,706			2,087
X31		0,812	0,272	
X32		0,740	0,517	
X33		0,680	0,619	
X34		0,678	0,228	
X35		0,677	0,452	
<b>Faktor Orientasi Psr (X4)</b>	0,666			1,943
X41		0,739	0,298	
X42		0,631	0,597	
X43		0,753	0,425	
X44		0,635	0,623	
<b>Kinerja (Y)</b>	0,721			2,379
Y11		0,724	0,494	
Y12		0,756	0,627	
Y13		0,694	0,585	
Y14		0,714	0,673	

Tabel 3 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Beta	t	Sig t	Keterangan
Wirausaha (X1)	0,215	0,215	2,313	0,023	Signifikan
Inovasi (X2)	0,585	0,585	6,692	0	Signifikan
Pembelajaran organisasi (X3)	-0,09	-0,09	-1,303	0,195	Tidak signifikan
Orientasi Pasar (X4)	-0,241	-0,241	-3,232	0,002	Signifikan
Konstanta	4,579		0	1	

R	:	0,703
R square	:	0,494
Adjusted R square	:	0,475
Alpha	:	0,05
F <sub>hitung</sub>	:	26,599
Sig F	:	0,000

bahwa ada hubungan positif antara Wirausaha dan Inovasi terhadap Kinerja. Setiap penambahan (karena tanda positif) wirausaha dan inovasi maka akan meningkatkan kinerja. Sedangkan koefisien regresi faktor  $X_4$  bertanda negative menunjukkan ada hubungan negative antara orientasi pasar terhadap kinerja. Setiap penurunan (karena tanda negative) orientasi pasar maka kinerja akan meningkat.

Terlihat pada kolom *significance* bahwa faktor wirausaha dan inovasi yang mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja, sedangkan orientasi pasar berpengaruh negative terhadap kinerja. pembelajaran organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha restoran dan rumah makan di kota Malang, sehingga faktor pembelajaran organisasi dikeluarkan.

## PEMBAHASAN

### Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis *pertama*, menduga bahwa faktor budaya persaingan yang terdiri dari faktor wirausaha, Inovasi, Pembelajaran Organisasi dan orientasi pasar mempengaruhi kinerja. Dari uji terlihat pada kolom *sig/significance* bahwa faktor wirausaha dan inovasi mempunyai angka signifikan di bawah 0,05. Bisa dilihat pada analisis regresi bahwa faktor wirausaha memiliki probabilitas 0,023, sedangkan inovasi memiliki probabilitas 0,000, dan orientasi pasar 0,002, ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 ditolak, hanya faktor wirausaha, dan inovasi yang mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap kinerja sedangkan orientasi pasar mempunyai pengaruh signifikan negative terhadap kinerja usaha restoran dan rumah makan di kota Malang.

### Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis *kedua* menduga faktor wirausaha memberi pengaruh yang dominan terhadap kinerja. untuk menentukan faktor yang paling *dominant* dapat dilihat dari tingkat signifikansi yang terkecil. Pada analisis regresi didapatkan faktor yang dominan mempengaruhi kinerja usaha restoran dan rumah makan di kota Malang adalah faktor inovasi dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa hipotesis 2 ditolak karena faktor wirausaha memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,023.

## Hasil Uji Asumsi Regresi Berganda

Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, maka regresi linear berganda harus memenuhi asumsi-asumsi sebagai berikut:

### Multikolinieritas

Deteksi adanya multikolinieritas:

- Besaran *VIF* (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance*

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

- Mempunyai nilai *VIF* di sekitar angka 1.
- Mempunyai angka *TOLERANCE* mendekati 1

$Tolerance = 1/VIF$  atau bisa juga  $VIF = 1/Tolerance$

Pada bagian *COEFICIENT* (lampiran 4) terlihat untuk keempat variabel *independent*, angka *VIF* ada di sekitar angka 1 (misal 1,019 dan 1,865). Dengan demikian, dapat disimpulkan pada model regresi tersebut tidak terdapat *problem multikolinieritas*.

- Besaran korelasi antar variabel *independent*  
Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah koefisien korelasi antar variabel *independent* haruslah lemah (di bawah 0,05). Jika korelasi kuat, maka terjadi *problem multikolinieritas*.

Pada *output* bagian *COEFICIENT CORRELATIONS* (lampiran 4) terlihat *semua* angka korelasi antar variabel *independent* jauh di bawah 0,05. Sebagai contoh korelasi antara faktor orientasi pasar ( $X_4$ ) dan Pembelajaran organisasi ( $X_5$ ) adalah hanya 0,013. Hal ini menunjukkan tidak adanya *problem multikolinieritas* dalam model regresi di atas.

### Heterokedastisitas

#### Deteksi adanya heterokedastis:

Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik (lampiran 4), di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ( $Y$  prediksi -  $Y$  sesungguhnya) yang telah *studentized*.

### Dasar Pengambilan Keputusan:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastis.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastis.

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heterokedastis, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi kinerja berdasar masukan variabel *independentnya*.

### Normalitas

Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik (lampiran 4). Dasar pengambilan keputusan:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dari grafik pada Lampiran 4 terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk prediksi kinerja berdasar masukan variabel *independentnya*.

### Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, baik bagi pengusaha restoran dan rumah makan maupun bagi peneliti-peneliti lain terhadap variabel-variabel yang melandasi dan mendukung kewirausahaan terhadap kinerja pada usaha restoran dan rumah makan.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa budaya persaingan yang terdiri dari wirausaha, inovasi, pembelajaran organisasi dan orientasi pasar yang memberikan pengaruh positif terhadap kinerja hanya faktor wirausaha dan inovasi, sedangkan orientasi pasar memiliki pengaruh negative terhadap kinerja usaha restoran dan rumah makan di kota Malang. Sedangkan faktor inovasi yang memberi pengaruh yang dominan terhadap kinerja usaha restoran dan

rumah makan. Pembelajaran organisasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja.

Hasil penelitian ini tidak sama seperti penelitian yang dilakukan G. Thomas M Hult, Charles C Snow, dan Destan Kandemir (2003) bahwa usaha berskala kecil dan berusia muda faktor wirausaha dan orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap kinerja. Sedangkan faktor pembelajaran organisasi memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja. Faktor Inovasi tidak memiliki hubungan dengan kinerja.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh adanya perbedaan target responden di mana penelitian Hult, *et al.* (2003) mengarah pada usaha berskala kecil dan berusia muda secara umum, sedangkan pada penelitian ini memiliki target responden yaitu, khusus pada restoran dan rumah makan yang juga merupakan usaha berskala kecil dan relative berusia muda. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hult, *et al.* (2003) bertempat di Amerika Serikat yang memiliki perbedaan karakteristik lingkungan ekonomi dan pasar dibandingkan dengan Indonesia sehingga memungkinkan adanya perbedaan gaya didalam menjalankan usaha.

### Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang dialami peneliti dalam penelitian ini, selain keterbatasan waktu dan biaya adalah:

- Data pendukung dari instansi terkait tidak lengkap dan tidak semuanya merupakan data terbaru sehingga tidak semua objek penelitian dapat terdeteksi.
- Situasi responden pada saat pengisian kuesioner yang tidak dapat diduga, di mana pada saat pengisian kuesioner tersebut secara psikologis berada pada kondisi senang atau tidak yang mungkin dapat mempengaruhi responden dalam menjawab kuesioner. Hal ini karena pada saat penelitian ini dilakukan banyak responden yang sedang sibuk beraktivitas.
- Keterbatasan peneliti dalam mengontrol setiap responden, dimana beberapa responden menunjukkan keinginannya untuk mendapatkan penjelasan secara lebih detail menyangkut beberapa item pertanyaan dalam kuesioner. Namun karena situasi dan kondisi, peneliti tidak dapat secara maksimal memberikan penjelasan sebagaimana yang diharapkan.

- memasukkan faktor lingkungan ekonomi yang tidak menentu dimana pada saat ini juga bisa mempengaruhi kinerja usaha khususnya restoran dan rumah makan.

### Usulan Penelitian Lanjutan

Merujuk pada keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini, maka dapat kami usulkan bagi peneliti, selanjutnya yang akan meneliti permasalahan di bidang usaha restoran dan rumah makan kiranya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- Peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil data dari instansi-instansi yang memiliki *database* terbaru agar hasil penelitian juga mencerminkan fenomena terkini.
- Peneliti berikutnya sebaiknya lebih memahami psikologis pengusaha restoran dan rumah makan (responden), karena berdasarkan pengalaman banyak dari mereka memiliki tingkat aktivitas yang tinggi, sehingga dapat mempengaruhi akurasi mereka dalam pengisian jawaban kuesioner.
- Peneliti selanjutnya, dapat memasukkan faktor lingkungan ekonomi yang tidak menentu dimana pada saat ini juga bisa mempengaruhi kinerja usaha khususnya restoran dan rumah makan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini.

Dari empat faktor yang diteliti, yaitu faktor wirausaha (*entrepreneurship*), inovasi (*innovation*), pembelajaran organisasi (*organizational learning*) dan orientasi pasar (*market orientation*), hanya tiga faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha restoran dan rumah makan di kota Malang yaitu, wirausaha (*entrepreneurship*) dan inovasi (*innovation*) yang berpengaruh positif sedangkan orientasi pasar berpengaruh negatif.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja usaha restoran dan rumah makan di kota Malang adalah faktor inovasi (*innovation*).

### Saran

Dari hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, maka diharapkan sebagai berikut.

Bagi pelaku usaha restoran dan rumah makan, pada khususnya di Kota Malang, hasil penelitian ini

diharapkan bisa menjadi acuan di dalam usaha mereka, di mana mereka dapat lebih berinovasi demi kesuksesan usahanya karena memberikan konstirbusi yang paling tinggi pada kinerja.

Bagi instansi-instansi yang terkait dengan usaha restoran dan rumah makan, hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk pembinaan usaha restoran dan rumah makan. Begitu pula dalam hal perijinan untuk melakukan penelitian hendaknya instansi-instansi terkait lebih adaptif sehingga hasil yang didapat dalam suatu penelitian juga menjadi lebih akurat.

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi guna pengembangan penelitian di bidang usaha restoran dan rumah makan selanjutnya, dengan lebih menentukan kriteria-kriteria yang ada pada restoran dan rumah makan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. 2004. Open Kitchen Menggugah Selera? *Majalah Resto*, No. 21/ Oktober 2004. hlm. 14–17.
- Arikunto, S. 2002. *Manajemen Penelitian*. Edisi Baru. Cetakan Keenam. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Gana, F. 2003. Inovasi Organisasi sebagai Basis Daya Saing Bisnis, *Usahawan*, TH.XXXII (10) 9–20.
- Gorat, B. 2003. Inovasi: Sebuah Bentuk Kesadaran, *Usahawan*, TH.XXXII (10) 3–8.
- Maholtra, N.K. 1996. *Marketing Research: Analysis Applied Orientation*, Second Edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Matsuno, K., Mentzer, John T., and Ozsomer A. 2002. The Effects of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance, *Journal of Marketing*, 66(July 2002):18–32.
- Meredith, G.G. 2002. *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*, terjemahan, Andre Asparsayogi. Jakarta: PPM.
- Riyanti, B.P.D. 2003. *Kewirausahaan dari Sudut Pandang Psikologi*. Jakarta: Grasindo.
- Sakti, D.P.B. 2003. *Pengaruh Karakteristik Wirausaha dan Potensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kebijakan Pengembangan UKM Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Pengusaha Kecil di Kota Mataram)*. Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang.
- Santoso, S. 2002. *SPSS Statistik Multivariate*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sharma, S. 1996. *Applied Multivariate Technique*. Toronto: John Wiley & Sons Inc.
- Snow, C.C., Kandemir, Destan, and Hult, G.T. 2003. The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types. *Journal of Management*, 29(3)401–426