



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Magister Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3100/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/V/2020*

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN  
TERHADAP *INNOVATION CAPABILITY* MELALUI  
*ORGANIZATIONAL LEARNING CAPABILITY* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

Tesis

Oleh

Rika Fitriani

2017801013

Pembimbing Tunggal

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil.

Bandung  
2022

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP *INNOVATION CAPABILITY* MELALUI *ORGANIZATIONAL LEARNING CAPABILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



**Oleh:**

**Rika Fitriani**

**2017801013**

**Persetujuan Untuk Sidang Tesis pada Hari/Tanggal:**

**Jumat, 4 Februari 2022**

**Pembimbing Tunggal:**

**Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil.**

**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2022**

## SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rika Fitriani

NPM : 2017801013

Program Studi: Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung

Menyatakan bahwa tesis dengan judul

“PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP *INNOVATION CAPABILITY* MELALUI *ORGANIZATIONAL LEARNING CAPABILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”

adalah benar-benar karya saya di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau tuntutan formal atau non-formal dari pihak lain yang berkaitan dengan karya saya, saya siap menanggung segala resiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung

Tanggal : 16 Februari 2022



Rika Fitriani

**PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP *INNOVATION CAPABILITY* MELALUI *ORGANIZATIONAL LEARNING CAPABILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**Rika Fitriani (2017801013)**

**Pembimbing Tunggal : Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil.**

**Magister Administrasi Bisnis**

**Bandung**

**Februari 2022**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur bagaimana pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* melalui *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

Teknik pengumpulan data yang digunakan merupakan data primer berupa penyebaran kuisioner kepada pemilik cafe yang ada di wilayah kota Bandung. Teknik sample yang digunakan merupakan *nonprobability sampling dengan metode convenience sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 60 orang para pemilik café di kota Bandung sebagai sample penelitian.

Jensi penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, sementara analisis data menggunakan analisis *structural equation modelling* (SEM) dengan *partial least square* (PLS).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil deskriptif bahwa tingkat karakteristik kewirausahaan yang terdiri dari 6 dimensi dan 14 indikator pernyataan berada pada kategori cukup/sedang, *learning capability* yang terdiri dari 5 dimensi dan 15 indikator pernyataan berada pada kategori cukup/sedang dan *inovasi capability* yang terdiri 4 dimensi dan 19 indikator pernyataan berada pada kategori cukup/sedang. Hasil verifikatif melalui pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *organizational learning capability*, terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability*, terdapat pengaruh *organizational learning capability* terhadap *innovation capability* dan terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* melalui *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung. Hal

ini membuktikan bahwa *organizational learning capability* merupakan variabel yang mempengaruhi pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

Kata Kunci: Karakteristik Kewirausahaan, *Innovation Capability*, *Organizational Learning Capability*

**THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS ON  
INNOVATION CAPABILITY THROUGH ORGANIZATIONAL LEARNING  
CAPABILITY AS AN INTERVENING VARIABLE**

**Rika Fitriani (2017801013)**

**Supervisor : Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil.**

**Master of Business Administration**

**Bandung**

**February 2022**

**ABSTRACT**

*This study aims to measure how the influence of entrepreneurial characteristics on innovation capability through organizational learning capability on Cafe Owners in Bandung City.*

*The data collection technique used is primary data in the form of distributing questionnaires to cafe owners in the Bandung city area. The sample technique used is non-probability sampling with convenience sampling method, in order to obtain as many as 60 cafe owners in the city of Bandung as research samples.*

*The type of this research is quantitative research with descriptive and verification methods, while data analysis uses structural equation modeling (SEM) analysis with partial least squares (PLS).*

*Based on the results of the study, descriptive results were obtained that the level of entrepreneurial characteristics consisting of 6 dimensions and 14 statement indicators was in the sufficient/moderate category, learning capability consisting of 5 dimensions and 15 statement indicators was in the sufficient/moderate category and innovation capability consisting of 4 dimensions and 19 statement indicators are in the sufficient/medium category. The results of verification through hypothesis testing show that there is an influence of entrepreneurial characteristics on organizational learning capability, there is an influence of entrepreneurial characteristics on innovation capability, there is an influence of organizational learning capability on innovation capability and there is an influence of entrepreneurial characteristics on innovation capability through organizational learning capability in Cafe Owners in Bandung City. This proves that organizational learning capability*

*is a variable that influences the influence of entrepreneurial characteristics on innovation capability in Cafe Owners in Bandung City.*

Keywords: Characteristics of Entrepreneurship, Innovation Capability, Organizational Learning Capability

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “PENGARUH KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP *INNOVATION CAPABILITY* MELALUI *ORGANIZATIONAL LEARNING CAPABILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”. Penulis menyadari tanpa adanya bantuan, saran, serta bimbingan dari berbagai pihak, maka tesis ini tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Agus Gunawan, MBA., M.Phil selaku Ketua Program Studi Magister Administrasi Bisnis yang telah memberikan dukungan penuh sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi Magister Administrasi Bisnis,
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos., MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan selama membimbing penulis dalam menyusun tesis,
3. Ibu Dr. Isti Raafaldini Mirzanti dan Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen penguji yang senantiasa memberikan masukan yang membangun dalam penulisan tesis,
4. Nurlia Sugianti dan Keluarga yang selalu memberi dukungan, semangat, dan doa kepada penulis,
5. Teman-teman penulis yang turut membantu dan memberikan dukungan selama penulisan tesis,
6. Seluruh responden yang rela meluangkan waktunya untuk mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penulisan tesis ini. Oleh karena itu penulis terbuka terhadap masukan dan kritik yang membangun untuk mendukung tesis ini menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, 16 Februari 2022

Penulis



# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>ABSTRACT</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	iv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
1.5 Kerangka Pemikiran.....	19
1.6 Penelitian Terdahulu.....	22
1.7 Hipotesis dan Model Penelitian.....	24
1.7.1 Hipotesis Penelitian.....	24
1.7.2 Model Penelitian.....	25
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	26
2.1 Konsep Inovasi Bisnis.....	26
2.1.1 Pengertian Inovasi.....	26
2.1.2 Karakteristik Inovasi.....	27
2.2 Karakteristik Kewirausahaan.....	28
2.2.1 Kewirausahaan.....	28
2.2.2 Wirausahawan.....	30
2.2.3 Karakteristik Kewirausahaan.....	30
2.3 Inovasi Capability.....	32
2.3.1 Pengertian Inovasi Capability.....	32
2.3.2 Proses Penciptaan Inovasi.....	33

2.3.3	Dimensi/Indikator Inovasi Capability.....	34
2.3.4	Sumber inovasi capability.....	35
2.4	Organizational Learning Capability.....	37
2.4.1	Pengertian Organizational Learning Capability.....	37
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Organizational Learning Capability...38	
2.4.3	Karakteristik agar Berhasil dalam Organisasi Pembelajaran.....	39
2.4.4	Dimensi Organizational Learning Capability.....	40
2.5	Keterkaitan Antar Variabel.....	42
<b>BAB III</b>	<b>METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>50</b>
3.1	Objek Penelitian.....	50
3.2	Metode penelitian.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	51
3.4	Populasi dan Sampel.....	52
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6	Operasional Variabel.....	54
3.7	Teknik Pengolahan Data.....	58
3.8	Teknik Analisa Data.....	59
3.8.1	Analisa Deskriptif.....	60
3.8.2	Method of Successive Interval (MSI).....	61
3.8.3	Analisis Verifikatif.....	62
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	66
4.1.1	Profil Responden.....	66
4.1.2	Deskriptif Data Penelitian.....	70
4.1.3	Outer Model (Model Pengukuran).....	77
4.1.4	Inner Model (Model Struktural).....	81
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	86
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>94</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2 Output Software.....	101

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak dalam meningkatkan perekonomian baik di Indonesia maupun ASEAN. Kesempatan kerja yang muncul dari kelompok usaha tersebut dinilai jauh lebih besar dibandingkan dengan penyerapan tenaga kerja yang dilakukan oleh usaha besar, dengan besarnya penyerapan tenaga kerja yang dilakukan oleh UMKM, maka berperan strategis terhadap upaya pemerintah dalam mengurangi kemiskinan di dalam negeri. Sekitar 88% hingga 99% bentuk usaha yang ada di ASEAN merupakan usaha mikro kecil menengah dengan berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sekitar 30% hingga 57% dan penyerapan tenaga kerja 50% sampai 97%. Di Indonesia tercatat pada tahun 2018 sebanyak 64.19 juta unit usaha yang terdiri 99,9% nya merupakan UMKM dengan berkontribusi terhadap PDB sebesar 57.24% dan membantu dalam penyerapan tenaga kerja hingga 97%. Melihat dari angka tersebut peran UMKM dirasa sangat berperan dalam membantu membuka lapangan pekerjaan, sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran dan dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi baik skala nasional maupun ditingkat regional. Berikut data perkembangan UMKM di Indonesia, dapat terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1  
Perkembangan UMKM di Indonesia

No	Indikator	Satuan	Periode Tahun			
			2015	2016	2017	2018
1.	Jumlah UMKM	Unit	59.267.759	61.656.547	62.928.077	64.199.606
2.	Tenaga Kerja	Orang	127.423.438	116.273.356	120.260.177	120.598.138
3.	Sumbangan PDB UMKM	Rp. Miliar	10.141.340,0	11.712.450,6	12.840.859,0	14.038.598,5

	Atas Harga Dasar					
4.	Nilai Ekspor UMKM	Rp. Miliar	1.182.643,0	1.774.626,9	2.073.824,9	2.044.490,8

Sumber: Kementerian KUKM RI, 2020

Jika dilihat pada tabel 1.1, pertumbuhan yang terjadi pada jumlah UMKM di tiap tahunnya mengalami kenaikan, angka penyerapan tenaga kerja pada tahun 2016 mengalami penurunan, berdasarkan data pada Badan Pusat Statistika tahun 2016, jumlah angkatan kerja juga mengalami penurunan yaitu sebesar 116.273.356, sedangkan pada tahun 2015 mencapai 127.423.438, meski mengalami penurunan namun UMKM tetap berperan besar dalam penyerapan tenaga kerjahingga 97.04% dari jumlah tenaga kerja yang ada pada tahun 2016 dan sumbangan PDB yang diberikan oleh UMKM juga sangat berperan dalam pertumbuhan ekonomi. Selain memberikan banyak keuntungan untuk negara atau suatu wilayah UMKM dinilai dapat bertahan dari terpaan krisis ekonomi dan mampu menyelamatkan perekonomian negara saat terjadinya krisis keuangan tahun 1997 dan pada krisis global 2008.

Kota Bandung sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia tak lepas dari fenomena menjamurnya UMKM, sebagai salah satu kota yang memiliki banyak latar belakang baik dari sisi budaya, industri, aktivitas, dan pendidikan, kota Bandung memiliki masyarakat yang cenderung heterogen. Struktur ekonomi masyarakat kota Bandung bervariasi terdiri dari golongan bawah, menengah, dan atas. Aktivitas masyarakat yang ada juga cukup beragam mulai pengusaha, pegawai, karyawan, siswa, hingga mahasiswa. Hal ini turut melatarbelakangi berkembangnya bisnis UMKM yang beragam menyesuaikan dengan pasar yang ingin disasar. Keberadaan bisnis UMKM tidak terlepas dari laju pertumbuhan perekonomian kota Bandung yang berkembang pesat, mencapai 6.8% lebih besar dari laju pertumbuhan perekonomian di Jawa Barat yang mencapai 5.3% dan nasional mencapai 5.0%. Namun laju pertumbuhan perekonomian tersebut belum mampu menurunkan kurva kemiskinan di kota Bandung. Untuk

menangani permasalahan tersebut, pemerintah kota Bandung berkomitmen untuk terus memberdayakan potensi-potensi di kota Bandung untuk menyebarkan usahanya.

Laju pertumbuhan perekonomian tidak terlepas dari perkembangan penduduk, pendudukan kota Bandung selama ini menunjukkan peningkatan, pada tahun 2018 sebesar 2.452.179 jiwa dan meningkat menjadi 2.480.464 jiwa pada tahun 2019, sehingga laju pertumbuhan penduduk kota Bandung pada tahun 2018 mencapai 1.14%, dan angkatan kerja yang berada di kota Bandung pada tahun 2018 dengan persentase sebesar 61.98% meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 63.11%. Tingkat pengangguran kota Bandung mengalami penurunan cukup tinggi selama periode 2018-2019 yaitu 12.17% pada tahun 2018 menjadi 10.34% di tahun 2018 (Bandung.go.id, 2012). Jumlah UKM di Kota Bandung, pada 2018 dengan jumlah wirausaha yang ditargetkan 4.000 orang, realisasinya bisa mencapai 5.220 (0.21% dari jumlah penduduk).

Kota Bandung sebagai ibu kota provinsi Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan jumlah sumber daya manusia terbesar di Indonesia, memiliki kontribusi cukup besar dalam membentuk perekonomian provinsi Jawa Barat. Pertumbuhan jumlah unit UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung terus meningkat dari tahun 2014 hingga 2019 seperti yang tertera pada tabel, sebagai berikut :

Tabel 1.2  
Data Jumlah UMKM Kota Bandung 2014-2019

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2014	3.498
2015	3.544
2016	3.764
2017	4.077
2018	5.220
2019	6.201
2020	6.141

Sumber: Dinas Koperasi & UMKM Kota Bandung, 2020

Kota Bandung sendiri banyak melahirkan berbagai macam jenis usaha yang menghasilkan produk dengan mengelola sumber daya yang ada. Pada perjalanannya UMKM di Kota Bandung dijadikan sebagai sentra UMKM yang merupakan pusat kegiatan bisnis di kawasan/lokasi tertentu. Berdasarkan persepsi wisatawan, kota Bandung menduduki posisi sebagai salah satu kota wisata terbaik ke tiga di Indonesia setelah Yogyakarta dan Denpasar. Bandung memiliki wahana wisata menarik, yang layak dikunjungi mulai wisata alam, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata belanja, dan sebagainya. Kepopuleran kota Bandung, semakin meningkat semenjak dibukanya jalur tol cipularang, sehingga akses semakin mudah. Kota Bandung tidak hanya dikenal karena kawasan perbelanjaannya, selain itu juga terkenal dengan wisata kulinernya. Mulai dari jajanan khas sunda, maupun jajanan yang di jajakan di kedai-kedai pinggir jalan. Saat ini banyak tempat makan yang tidak hanya menjual makanan saja, tapi juga menjual konsep tempat yang unik sehingga menarik perhatian pengunjung baik dari kota Bandung sendiri, maupun dari luar kota Bandung. Pergeseran ekonomi di Kota Bandung dari kota industri menjadi kota jasa di tunjukan dengan semakin meningkatnya kontribusi sektor perdagangan, hotel, dan restoran terhadap perekonomian kota Bandung. Produk domestik regional bruto (PDRB) merupakan jumlah keseluruhan nilai tambah barang dan jasa yang dihasilkan dari semua kegiatan perekonomian diseluruh wilayah dalam periode tahun tertentu yang pada umumnya dalam waktu satu tahun. Berikut data mengenai produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Bandung periode 2015-2019 yaitu, sebagai berikut:

Tabel 1.3  
PDRB Sektoral Kota Bandung dan Kontribusi Berdasarkan Harga Konstan Periode tahun  
2015-2020  
(Dalam Miliar Rupiah)

Sektor	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Pertanian dan Kehutanan dan Periklanan	168.58 (0.15%)	180.66 (0.14%)	18410.62 (12.3%)	188.93 (0.10%)	186.18 (0.09%)	173.70 (0.10%)
Indutri Olahan	27108.16 (24.59%)	29371.30 (22.76%)	31968.18 (21.37%)	34753.93 (20.10%)	38122.86 (19.28%)	38204.35 (19.43%)
Listrik, Gas dan Air Bersih	339.64 (0.3%)	385.17 (0.29%)	420.70 (0.28%)	443.77 (8.81%)	445.49 (8.84%)	447.67 (8.86%)

Konstruksi	9247.28 (8.38%)	11480 (8.89%)	13224.75 (8.84%)	15238.96 (8.97%)	17476.15 (9.06%)	15959.04 (8.46%)
<b>Perdagangan, Hotel dan Restoran</b>	<b>36991.72 (33.55%)</b>	<b>43450.85 (33.68%)</b>	<b>50399.03 (33.69%)</b>	<b>58125.42 (33.62%)</b>	<b>68855.16 (33.32%)</b>	<b>68870.23 (33.53%)</b>
Transportasi dan Komunikasi	16825.02 (15.26%)	21657.75 (16.78%)	27742.48 (18.54%)	34576.62 (20.04%)	41150.29 (20.82%)	41372.45 (21.17%)
Jasa Keuangan Persewaan	8223.32 (7.45%)	9519.33 (7.37%)	10851.45 (7.25%)	12516.42 (7.24%)	14416.84 (7.29%)	14773.86 (7.73%)
Jasa Lainnya	11330.67 (10.27%)	12960.32 (10.04%)	14789.66 (9.88%)	17007.91 (9.83%)	19989.73 (10.11%)	19997.32 (10.18%)

Sumber: BPS Kota Bandung, 2020

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, dapat dilihat bahwa nilai tambah bruto pada sektor perdagangan, hotel dan restoran di kota Bandung dari periode tahun 2015- 2019 mengalami fluktuatif, namun masih dari beberapa sektor usaha, masih merupakan sektor yang memperoleh persentase tertinggi, jika dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya dan diproyeksikan akan mengalami peningkatan ditahun-tahun kemudian. Melihat pertumbuhan PDRB yang cukup meningkat tiap tahunnya yang sebagian besar berasal dari sektor restoran, yang merupakan salah satu sub sektor dimana kegiatan usaha yang menyediakan makanan dan minuman jadi, yang pada umumnya dikonsumsi di tempat penjualan, sehingga membuat para pendatang baru melihat peluang bisnis untuk membuat tempat makan dan minum.

Salah satu usaha dibidang restoran adalah cafe, yang menyusung untuk makanan dan minuman cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran, industri cafe ini merupakan salah satu usaha bidang usaha restoran, yang mengusung konsep *modern* dan menjadi suatu peluang bisnis yang cukup menjanjikan di kota Bandung. Hampir di setiap sudut kota Bandung terdapat cafe yang berdiri yang menyajikan makanan-makanan khas kota Bandung atau makanan-makanan yang unik. Berdirinya cafe-cafe di kota Bandung didukung oleh kondisi yang kondusif yakni selain dari heterogenitas penduduk yang memiliki minat beragam pada kuliner tertentu, juga didukung oleh banyaknya permintaan dari pencinta kuliner yang bertujuan untuk mendapatkan makanan yang sesuai



dengan keinginannya. Keberadaan cafe kini menunjukkan tren positif ditandai dengan hadirnya usaha ini di kota-kota besar. Hal ini terjadi, karena cafe dapat dijangkau oleh semua kalangan, karena banyak kafe yang menawarkan kenyamanan dan menu bervariasi dengan harga terjangkau. Sesuai dengan namanya "cafe" yang berasal dari bahasa Inggris yakni "*coffe*" yang berarti kopi, kafe memiliki konsep yang mirip dengan warung kopi. Kafe menyediakan minuman yang bermacam-macam dan makanan ringan serta menyediakan tempat yang nyaman agar pengunjung betah berlama-lama di tempat tersebut. Bagi pecinta kuliner situasi ini memberikan keuntungan karena pilihan untuk mencoba menu yang lezat dengan tempat yang nyaman semakin beragam.

Mendirikan sebuah bisnis cafe dalam industri restoran, bukan lagi merupakan hal yang baru, ditengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat, adanya inovasi dan diferensiasi produk banyak dipilih pengusaha kafe untuk dapat tetap eksis. Berbagai macam cara dilakukan berkaitan dengan inovasi bisnis ini, seperti mengkreasikan menu-menu baru yang belum ada, menjalankan konsep *one stop food*, sehingga apapun yang dipesan dan diinginkan oleh pengunjung bisa dipenuhi hingga menawarkan konsep nuansa pedesaan yang asri. Pada situasi yang sama juga cafe yang bukan hanya sebagai tempat makan atau berkumpul bersama kerabat atau teman-teman akan tetapi sekarang juga telah menjadi tempat pertemuan antara rekan bisnis. Cafe merupakan suatu tempat dimana para pengunjung dapat menikmati hidangan seperti sebuah restoran yang dilengkapi dengan iringan musik untuk mengiringi tamu yang tengah makan minum. Jika memperhatikan penjelasan tersebut, maka keberadaan cafe merupakan hal yang menjadi daya tarik yang dimiliki Kota Bandung. Beragam kuliner kota Bandung yang akan memanjakan selera makan dan minum para pengunjungnya dihadirkan cafe-cafe yang dikunjungi para wisatawan maupun orang yang memang tinggal di kota Bandung.

Peluang usaha pada bisnis cafe menjadi inspirasi bagi para pengusaha atau *entrepreneur* yang mulai membuka usaha kafe di Kota Bandung menjadi tempat usaha yang menjanjikan. Perkembangan bisnis cafe di kota Bandung mengalami kemajuan, sangat mudah mencari cafe, tempat makan dan minum di Bandung. Berkaitan dengan perkembangan bisnis cafe di kota Bandung, hal tersebut menunjukkan perkembangan yang sangat pesat yang juga diikuti dengan persaingan yang sangat ketat. Mereka mampu melihat bahwa usaha cafe merupakan peluang yang bagus pada saat ini. Mereka melihat beberapa peluang penting yang akan membawa keuntungan lebih jika mereka membangun sebuah cafe. Keberadaan dari restrukturisasi akan diharapkan supaya suatu perusahaan bisa makin menghasilkan struktur yang ramping, fleksibel, efisien, responsif dan menjawab permasalahan yang sebelumnya ada dalam perusahaan. Salah satu contoh dari proses restrukturisasi yaitu keberadaan dampak pandemik virus covid-19 dan pengaturan PSBB oleh pemerintah saat ini. Beberapa daerah di Indonesia telah menerapkan PSBB (pembatasan sosial berskala besar) yang bertujuan untuk menurunkan tingkat virus covid-19 di Indonesia. Efek pengaturan PSBB oleh Pemerintah ini tentu berdampak buruk bagi para pengusaha karena berkurangnya aktivitas masyarakat yang berimbas pada penurunan pendapatannya. Banyaknya bisnis yang terdampak pandemi virus covid-19 membuat para pengusaha harus berinovasi dan restrukturisasi untuk mendukung jalannya usaha, salah satu inovasi yang dapat dijalankan adalah pada model pembayaran, bahan baku menu minuman dan makanan, bentuk jam kerja *outlet*, pelayanan konsumen dan sebagainya.

Kewirausahawan dapat berjalan apabila, mereka memiliki motif berpretasi yang tinggi yang terdiri dari komitmen, tanggung jawab, selalu optimis dalam situasi kurang menguntungkan dan juga mempunyai kemampuan mengelola secara proaktif. Orientasi kemasa depan merupakan salah satu karakteristik yang harus ada pada diri seorang wirausahawan, hal ini berkaitan dengan bagaimana kelanjutan perkembangan usahanya

kedepan, apa saja rencana- rencana yang dibutuhkan untuk usaha yang didirikan kedepannya. Adapun kendala yang banyak dihadapi pengusaha tersebut dalam mengembangkan usahanya adalah perilaku atau cara seorang pelaku usaha tersebut dalam menjalankan bisnisnya. Karena tanpa adanya kemampuan dan karakteristik wirausaha yang ada pada diri seseorang dalam menjalankan usahanya maka usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Seorang wirausahawan memerlukan pengetahuan untuk bisa bertahan dan berkembang seperti pengetahuan mengenai kemampuan menjalankan bisnisnya untuk dapat berhasil dan sukses didalam usaha tersebut. Karakteristik kewirausahaan merupakan watak, karakter, sikap dan perilaku yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha yang menjadikannya terkondisi untuk mampu menjalankan kegiatan usaha secara efektif dan efisien, berani dan mampu mengatasi tantangan dan persaingan hingga menjadikannya berpeluang untuk mencapai dan meraih keberhasilan usaha. Seorang pengusaha harus memiliki karakteristik pengusaha yaitu sifat-sifat dan keterampilan yang membentuk kompetensi *entrepreneur* yang dibutuhkan untuk kesuksesan usaha, sehingga apabila seorang pengusaha tidak memiliki karakteristik-karakteristik tersebut maka akan sulit bagi pengusaha tersebut untuk meraih kesuksesan.

Wirausahawan merupakan seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi tersebut bisa dalam bentuk memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, memperkenalkan metode atau cara produksi baru, membuka pasar yang baru, memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya (Schumpeter, dalam Widayati, 2019:100). Wirausahawan (*enterptrener*) merupakan orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Sukses dalam berwirausaha tidak diperoleh secara tiba-tiba atau instan dan secara kebetulan, tetapi

dengan penuh perencanaan, memiliki visi, misi, kerja keras, dan memiliki keberanian secara bertanggung jawab Orang tersebut melakukan kegiatan melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada. Suatu usaha baru atau melanjutkan usaha yang sudah ada merupakan sebuah keputusan seseorang yang akan memulai karir sebagai seorang wirausaha.

Dalam usaha kecil dan menengah (UKM), apabila hanya mengandalkan jiwa kewirausahaan dari pemiliknya saja tanpa disertai dengan kemampuan untuk membuat program pemasaran yang kreatif maka akan sulit untuk berkembang, karena mereka hanya memiliki visi namun tidak disertai dengan strategi pendukungnya. Begitu pula sebaliknya, apabila kemampuan dalam pembuatan program pemasaran yang kreatif, akan sulit dilakukan, jika tidak disertai oleh kemampuan untuk melihat apa tantangan yang sebenarnya sedang dihadapi. Pentingnya orientasi wirausaha dan keberadaan program pemasaran sebagai satu kesatuan yang menunjang kesuksesan perusahaan terutama bagi usaha kecil dan menengah (UKM), pemasaran berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan konsep produk, harga, promosi, dan distribusi baik barang maupun jasa sedangkan orientasi wirausaha dipandang sebagai sebuah seni dalam melihat tantangan dan peluang yang sedang dihadapi. Orientasi wirausaha berkaitan dengan jiwa atau karakteristik personal dari pemilik perusahaan dan mewarnai perusahaan tersebut. Ketiga hal tersebut yaitu orientasi wirausaha, program pemasaran, dan lingkungan tampaknya sudah menjadi satu kesatuan yang tidak terpisahkan. mengutip hasil penelitian Cunningham (dalam Riyanti, 2003:7) terhadap 178 wirausahawan di Singapura menunjukkan bahwa keberhasilan berkaitan dengan sifat-sifat kepribadian (49%), seperti keinginan untuk melakukan pekerjaan dengan baik, keinginan untuk berhasil, motivasi diri, percaya diri dan berfikir positif, komitmen dan sabar. Sejumlah peneliti juga mendukung penemuan di atas, seperti sifat kreatif dan rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkannya secara produktif, energi

yang melimpah dan asertif, proaktif, berorientasi prestasi dan komitmen dengan pihak lain. Semua faktor yang disebutkan di atas akan menentukan keberhasilan seorang wirausahawan hanya jika seorang wirausahawan tersebut memiliki kekuatan dalam mengelola organisasi. Berikut daftar beberapa cafe yang berada di kota Bandung dan menjadi daya tarik antara lain, sebagai berikut:

Tabel 1.4  
Daftar nama Café di Wilayah Bandung

No	Nama Café	No	Nama Cafe
1.	Tafso	31.	Dakken Restoran
2.	Dago Bakery	32.	The Sugarush
3.	Cakrawala Sparkling Nature	33.	Maja House
4.	Miss Bee Providore	34.	Concordia
5.	Wild Grass	35.	Selasar Soenaryo
6.	Angkringan De Blank On	36.	Little wings book cafe
7.	Taman Kardus	37.	Richeese factory riau
8.	One Eighty Coffee	38.	Cocorico
9.	Goldstar 360 cafe	39.	Noah's barn
10.	Gourmetaria	40.	Lcamera coffe
11.	Hummingbird eatery	41.	Chingu cafe
12.	Please café and resto	42.	Café Burangrang
13.	Orifi cafe	43.	The Parlour
15.	Cats Village	44.	Ngorea Bistro
15.	Cats and Ice Cream	45.	Marlo Eat and share
16.	Congo Gallery and Cafe	46.	Kane Pizzeria
17.	Tree House café	47.	The Larder At 55
18.	D'pakar	48.	Sierra Café & Lounge
19.	Le delice café and bakery	49.	The Peak Resrt Dining
20.	Day and Nite eatery and grocery	50.	BelleVue French& Italian Bistro
21.	Two Hand full	51.	Roemah Kopi
22.	Bene Dago	52.	The Stone Cafe
23.	Wiki koffie	53.	Ngopi Doeloe
24.	Bober	54.	Old Bens Garage & coffe
25.	Brezze	55.	Café pohon durian
26.	Coffe Center	56.	Garden coffe 294
27.	La Petite Paris	57.	Black Canyon cafee
28.	Malabar Coffe Shop	58.	Embargo Coffee
29.	Prefere 72	59.	Excelso Coffe
30.	J.Co Donut Coffe	60.	Coffe arcade

Sumber: BandungTourism.com

Berdasarkan tabel 1.4, diperoleh informasi bahwa dengan jumlah cafe di daerah kota Bandung tergolong banyak, sehingga mengharuskan setiap pemilik usaha mampu menciptakan konsep dan strategi usaha kuliner yang berbeda dibandingkan usaha pesaing, yang dapat berdampak terhadap kelangsungan dari usaha tersebut. Keberhasilan usaha sangat penting dilakukan oleh wirausaha untuk dapat mempertahankan posisinya dipasar dan dapat menarik konsumen menjadi konsumen yang loyal terhadap usaha yang dijalankan, peluang kegagalan dalam pengelolaan usaha cafe akan lebih besar dibandingkan dengan usaha yang berskala menengah atau besar. Hal ini dikarenakan pada level cafe sebuah usaha harus memiliki perhatian dan optimalisasi pada pengelolaannya dan sosial *support*.

Peningkatan dan pertumbuhan usaha cafe tidak lepas oleh wirausahawan yang dapat menunjang serta melihat kesempatan untuk mengembangkan lapangan usaha ini. Sosok wirausahawan merupakan seseorang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara profesional. Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan berbagai ide. Jiwa kewirausahaan merupakan faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga jiwa kewirausahaan dapat diartikan sebagai pendorong perilaku seseorang. Ukuran terhadap keberhasilan dari kebijaksanaan bisnis tersebut dapat berupa penambahan aset, besar kecilnya keuntungan yang diperoleh, semakin meningkatnya volume penjualan, keunggulan produk, keunggulan harga, penambahan cabang baru, penambahan jenis produk, penambahan jumlah karyawan. Keberadaan wirausahawan pemilik cafe di kota Bandung dan pentingnya akan jiwa kewirausahaan dari pengusaha untuk mendorong keberhasilan usaha membuat berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal tersebut. Ketika UKM khususnya pada usaha cafe mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dan inovasi, maka mereka mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan. Strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UKM, mengingat dalam mengembangkan usahanya dituntut kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya. Sebab orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis. Karakteristik kewirausahaan seorang pengusaha dianggap memiliki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan sehat. Sebuah perusahaan yang memiliki konsep karakteristi kewirausahaan akan cenderung melakukan usahanya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mengadopsi orientasi konservatif. Karakteristik kewirausahaan dipandang memiliki

kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan, karakteristik kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usaha hal tersebut terlihat dari pemilik dan pengelola dalam menjalankan usahanya sudah menunjukkan perilaku inovatif, proaktif dan berani dalam mengambil resiko. Selain itu beberapa peneliti beranggapan bahwa variabel inovasi dapat dimasukkan untuk menilai kinerja perusahaan. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk serta menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi dan kreatifitas saling berhubungan dan memiliki peran penting dalam dunia berbisnis. Pada inovasi dan kreatifitasnya memiliki peran yang berbeda tetapi masih memiliki batasan yang tegas. Langkah pertama dalam menuju inovasi yaitu kreatifitas (Yani dan Wadi, 2019). Kreatifitas merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan produk baru, kemampuan ini merupakan modifikasi untuk membuat konsep yang baru atau dapat dikatakan konsep lama dikombinasikan dengan konsep baru agar menjadi kekuatan dalam persaingan bisnis. Pada kreatifitas ini menunjukkan proses cara berpikirknya seseorang dalam memecahkan masalah dengan menemukan ide yang efektif. Kreatifitas dan inovasi mempunyai kaitan yang berbeda, sehingga kreatifitas berkaitan dengan ide yang bermanfaat sedangkan inovasi ide yang diimplementasikan. Dengan memaksimalkan kreatifitas dan cara pandang serta pola berpikir akan mampu tampil dengan modifikasi yang telah ada. Dalam inovasi mempunyai makna sebagai pembaharuan dengan menciptakan sesuatu yang sebelumnya telah ada kemudian terjadinya perubahan yang lebih baik, lebih berkualitas, lebih menarik, dan lebih banyak diminati dari sebelumnya (Munthe, 2021: 47)

Fenomena yang terjadi pada pelaku UMKM khususnya pemilik cafe di dikota Bandung yaitu terdapat beberapa cafe yang tutup/bangkrut padahal belum lama berdiri. Hal ini terjadi karena, kehilangan pelanggannya. Kehilangan pelanggan membuat keuntungan dan penjualan menurun, sehingga kinerja bisnis menurun. Hal ini diakibatkan pemilik cafe kalah dalam



bersaing dengan para kompetitornya. Pemilik cafe tidak mampu menyediakan lokasi yang menarik, harga yang bersaing, produk yang unik dan berkualitas. Selain itu, tidak ada pengembangan pada cafe tersebut. Mereka tidak melakukan inovasi dalam berbagai sektor seperti produk, pelayanan, proses, dan pemasaran sehingga pelanggan bisa bosan dan lebih memilih tempat lain. Hal ini juga bisa disebabkan karena pengusaha tidak mengetahui kondisi industri dan pelanggan yang ada. Pada umumnya sebagian besar pemilik cafe tersebut, tidak optimis pada usahanya, hal ini dapat dilihat dari banyaknya UMKM yang selalu tidak percaya diri di dalam bersaing. Seringkali mereka menganggap bahwa dirinya tidak mampu untuk bersaing dengan perusahaan lainnya. Padahal jika dilihat dari produk yang mereka hasilkan, sebenarnya UMKM tersebut memiliki potensi yang besar untuk dapat lebih maju lagi. Selain itu, pelaku UMKM tersebut cenderung takut untuk mengambil risiko di dalam usahanya. Hal ini berlandaskan ketakutan dalam hal terjadinya produk tidak laku, produk mengalami kerusakan, atau bahkan mengalami kerugian. Belum lagi, kurangnya inovasi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis cafe, membuat pelaku bisnis cafe tersebut sulit untuk mengembangkan usahanya. Seperti halnya pada interior kemasan dan penyajian, umumnya pengemasan masih dilakukan secara sederhana dan tradisional. Kemudian kurangnya inovasi pada produk, pada umumnya dari tahun ke tahun masih menjual produk yang sama. Hal ini disebabkan adanya ketidakmampuan para pelaku bisnis cafe untuk menciptakan produk baru dan tidak adanya keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru. Hal inilah yang membuat sulitnya para pelaku pelaku bisnis kafe untuk bersaing dengan cafe lainnya di mana dalam berbisnis perlu selalu mengutamakan inovasi di dalam produknya.

Selain itu proses pembelajaran karakteristik kewirausahaan merupakan proses yang kompleks, karena keterampilan yang berbeda diperlukan untuk membuat atau menyesuaikan pengetahuan yang ada dalam organisasi. UKM yang berkepentingan dengan pemeliharaan proses pembelajaran berkelanjutan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pasar,

mereka menggunakan pengetahuan internal dan pengalaman serta mengembangkan kemampuan untuk bereaksi dengan cepat terhadap kebutuhan pasar baru, secara fleksibel mengkonfigurasi ulang sumber daya mereka dan mengurangi persepsi ketidakpastian terhadap kompleksitas lingkungan. Pembelajaran mencakup perolehan informasi pada organisasi lingkungan internal dan eksternal, distribusinya, interpretasi dan penyimpanannya untuk digunakan di masa mendatang dalam memori organisasi. Proses ini menghasilkan perkembangan organisasi pengetahuan, tercermin dalam model mental bersama, database, prosedur formal, rutinitas dan model budaya formal yang memandu perilaku organisasi. Sebagai hasil inovasi dari penggunaan pengetahuan baru, *organization learning* merupakan elemen penting dalam mengembangkan kemampuan inovatif perusahaan.

Kemampuan untuk berinovasi, mengubah ide menjadi layanan baru tergantung pada keterampilan untuk memperoleh dan menggunakan pengetahuan baru dari internal atau lingkungan eksternal (Gottfridsson, 2014), yang perlu mengalir melalui yang sesuai mekanisme distribusi dan interpretasi, jika tidak maka mungkin tidak tersedia untuk tujuan inovas. Semua inovasi harus mengandung beberapa tingkat kebaruan, dalam pengertian ini, inovasi mencakup hasil kombinasi baru dari yang sudah ada layanan, teknologi, orang dan pendekatan untuk memenuhi pelanggan saat ini dan calon pelanggan membangun proposisi nilai baru atau sistem layanan baru (Chen et al., 2016), dan terkait dengan adopsi teknologi. Berdasarkan Chen et al. (2016) membuat skala orientasi inovasi untuk menangkap fokus dan keterlibatan perusahaan jasa pada inovasi; skala tersebut terdiri dari lima kategori yaitu *network* layanan pasar, layanan baru ke perusahaan, modifikasi layanan, jalur layanan ekstensi dan proses pengiriman baru, dijelaskan secara singkat bahwa bisnis perlu yang meluncurkan "layanan baru untuk pasar" mendorong proses inovasi sebagai banyak ide dan pengetahuan berasal dari organisasi-organisasi ini.

Inovasi membutuhkan perolehan dan penggunaan pengetahuan tentang pelanggan, pesaing sebagai serta pengetahuan internal tentang sumber daya dan kapasitas organisasi. Tingkat interaksi antara para wirausaha dan klien mereka telah terbukti dampak jenis pengetahuan yang dipertukarkan, serta tingkat layanan penyesuaian dikembangkan (Pace dan Miles, 2019). Oleh karena itu, perusahaan yang ingin berinovasi harus memahami bahwa mereka adalah bagian dari jaringan tempat mereka dapat berinteraksi dan berbagi sumber daya, pengetahuan dan ide (Verma & Jayasimha, 2014). Seperti penelitian sebelumnya yang menegaskan hal positif hubungan antara organization learning dengan inovasi (Calantone et al., 2002; Darroch, 2005; Alegre & Chiva, 2008).

Bekal pengetahuan kewirausahaan itu meliputi pengetahuan tentang usaha yang dijalankan, cara menjalankan usaha tersebut, pengetahuan tentang manajemen, operasional, pemasaran dan lain-lain. Menurut Hisrich (dalam Sarwono dan Nugroho, 2013:205) “pengetahuan kewirausahaan merupakan sebuah dasar dari sumber daya kewirausahaan yang terdapat didalam mandiri individu”. Pemilik usaha perlu memahami pengetahuan dimulai dengan kemampuan untuk memperoleh, mengembangkan usaha, mengelola, memanfaatkan informasi pengetahuan, dan pengetahuan organisasi serta mengelola pengetahuan pekerja, yang selanjutnya terdapat tiga sifat seberapa baik wirausaha melakukan kegiatan pada pengetahuan yaitu *newness, quantity, dan tacitness*". Karakteristik wirausaha sebagai ciri khas atau bentuk-bentuk watak atau karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang melekat pada diri setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Sinaga (2016:25) bahwa ciri-ciri dan watak kewirausahaan haruslah memiliki, percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko dan mempunyai tantangan, berjiwa kepemimpinan serta mudah beradaptasi dengan orang lain dan terbuka terhadap saran serta kritik, keorisinilan yaitu inovatif, kreatif, dan fleksibel, berorientasi masa depan. Sikap atau karakteristik wirausaha merupakan bagian penting dalam

kewirausahaan, karakteristik wirausaha akan menentukan keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

Dari uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap *Innovation Capability* melalui *Organizational Learning Capability* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pemilik Cafe di Kota Bandung)"**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah merupakan salah satu tahap di antara sejumlah tahap penelitian yang memiliki kedudukan yang sangat penting dalam kegiatan penelitian. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung?
3. Apakah terdapat pengaruh *organizational learning capability* terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung?
4. Apakah terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* melalui *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian merupakan apa yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh *organizational learning capability* terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* melalui *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, berguna dalam hal memperluas pengetahuan mengenai faktor-faktor kewirausahaan, inovasi dan pembelajaran dalam perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi bagi UKM khususnya para pemilik cafe di kota Bandung dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan keberhasilan UKM dalam mengimplementasikan produk yang berkualitas tinggi, sehingga UKM memiliki daya saing yang lebih dibandingkan para pesaing sejenis. Dan juga menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi bagi UKM dalam pencapaian keberhasilan usaha dalam berinovasi.
4. Peneliti mampu memahami secara langsung implementasi dari faktor-faktor kewirausahaan pada UKM cafe dan mengetahui dampak dari penerapan kemampuan inovasi terhadap hasil produk yang lebih berkualitas.
5. Kontribusi terhadap penelitian selanjutnya dan dapat menjadikan masukan bagi pemilik cafe di Kota Bandung dalam faktor-faktor kewirausahaan.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Pembelajaran kewirausahaan merupakan proses perilaku dan sosial dimana seseorang berinteraksi dengan orang lain mencoba untuk mengenali dan bertindak atas peluang (Rae, 2007). Pembelajaran kewirausahaan tidak hanya dilakukan di lingkungan pendidikan sendiri. Juga disarankan agar memperoleh pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan yang terlibat mendapatkan pengalaman sosial di dunia nyata. Teori proses pembelajaran sosial oleh Wenger (1998) mengemukakan bahwa seseorang harus terlibat secara aktif dalam pembelajaran mempraktikkan komunitas dan membangun identitasnya dalam waktu yang bersamaan. Keterlibatan ini akan membentuk mereka lakukan, siapa mereka dan bagaimana mereka menafsirkan apa yang mereka lakukan di komunitas. Partisipasi sosial sebagai proses belajar dan mengetahui dicirikan oleh integrasi empat komponen yaitu: makna (*learning as* pengalaman); praktek (belajar sambil melakukan); komunitas (belajar sebagai milik) dan identitas (belajar sebagai menjadi). Landasan ini erat kaitannya dengan apa yang dikemukakan oleh Rae (2007) bahwa pembelajaran kewirausahaan model berisi proses pembelajaran sosial. Proses pembelajaran sosial menghubungkan individu dengan konteks sosialnya sebagai mereka mengembangkan identitas dan kemampuan kewirausahaan melalui lingkungan tempat tinggalnya (Royo, 2014:747).

Karakteristik kewirausahaan dapat mengorientasikan bagaimana perusahaan menyelaraskan proses, praktiknya dan kegiatan manajerial menuju pasar baru (Lumpkin dan Dess 2005). Ini melibatkan strategi niat dan tindakan wirausahawan, seperti kecenderungan untuk mengambil risiko, tingkat inovasi dan kemampuan untuk mengenali peluang (Smart dan Conant 1994). Ini mencakup perilaku agresif terhadap pesaing, pilihan untuk bertindak secara mandiri dan proaktif ke pasar (Lumpkin dan Dess 2005). Karakteristik pengusaha juga melibatkan kemauan untuk mengambil resiko dalam mengejar tujuan perusahaan, mengadopsi

teknologi terbaru dan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis (Miles, Arnold dan Thompson 1993). Becherer dan Maurer (1997) dan Prashantham (2004) berpendapat bahwa orientasi kewirausahaan tingkat tinggi membantu pertumbuhan dan ekspansi perusahaan, yang dihasilkan dalam kinerja perusahaan yang lebih baik.

Menurut Schumpeter (dalam Ndubisi dan Kahraman 2005) terdapat perbedaan antara adaptif dan kreatif menanggapi hal-hal baru. Ia mengemukakan bahwa respon kreatif sebagai suatu proses, dimana industri melakukan sesuatu yang berada di luar jangkauan praktik yang ada. Ia juga menyebutkan bahwa kreatif tanggapan dipengaruhi oleh kualitas otak yang tersedia dan keputusan serta perilaku aktor sosial. Dalam studi saat ini, kami menganggap inovasi sebagai respons kreatif dari pengusaha yang berada di luar jangkauan praktik yang ada untuk perusahaan sampel. Ini akan bergantung pada basis pengetahuan wirausahawan serta karakteristik yang diinginkan untuk mempengaruhi kemampuan inovasi perusahaan. Dapat dikatakan bahwa pengusaha telah dilaporkan dalam penelitian kepribadian dan psikologis untuk menunjukkan karakteristik unik yang membedakan mereka dari pengguna teknologi lain.

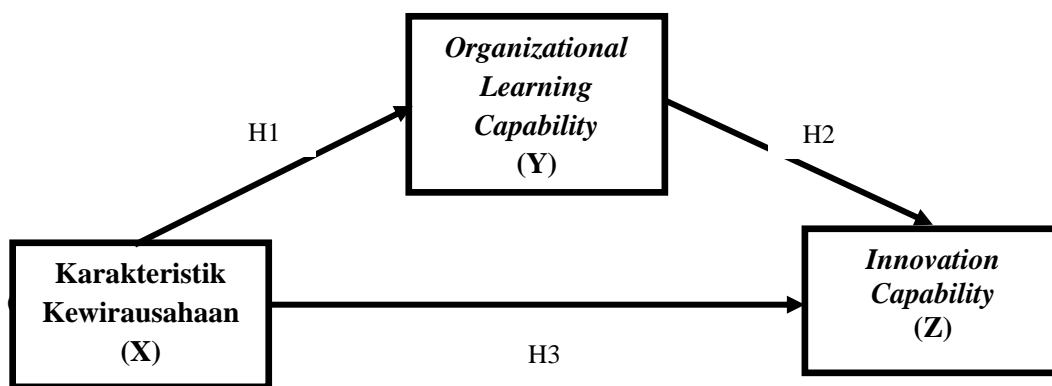
Penelitian menunjukkan bahwa beberapa ciri kepribadian menghasilkan hal-hal baru, Sternberg (2004) telah mengidentifikasi korelasi antara sifat dan kreativitas. Ciri-ciri ini terdiri dari kemandirian penilaian, kepercayaan diri, dan ketertarikan kompleksitas, orientasi estetika dan pengambilan risiko. Galindo dan Pizaco (2013); Hafeez *et al.* (2012) melakukan penelitian terhadap wirausahawan dan menemukan hasil bahwa karakteristik kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi serta mampu berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi suatu Negara, khususnya bagi negara-negara berkembang. Wang *et al.* (2015) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan dengan ketiga aspek yaitu *risk taking*, proaktif, dan inovatif signifikan sebagai penggerak inovasi, karena ketiga aspek tersebut dianggap mampu berkolaborasi dengan inovasi dalam menciptakan peluang yang unik untuk kelangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan

Kapabilitas pembelajaran organisasi melibatkan generasi dan penggunaan pengetahuan baru yang meningkatkan kinerja organisasi. Pembelajaran adalah kunci untuk kecepatan dan fleksibilitas dalam proses pengembangan produk, dan pembelajaran sistematis atas dasar pengalaman masa lalu sangat penting dalam tahap pertama proses pengembangan produk (Nederhof et al., 2002). Organisasi yang mampu menghasilkan pengetahuan baru dan mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada dengan menggunakan metode yang berbeda diharapkan dapat bekerja dengan baik dalam hal inovasi produk dan proses manufaktur. Selain itu, proses pengembangan produk baru membutuhkan pembaharuan organisasi secara terus menerus (Calantone et al., 2002). Dalam konteks ini, kemampuan belajar dipandang sebagai faktor kunci bagi organisasi untuk berinovasi (Jerez, 2005; Alegre dan Chiva, 2008; Sinkula et al.; Calantone et al. 2002). Perusahaan yang berfokus pada pembelajaran akan memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan, menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing dengan lebih baik, dan menjadi lebih efektif dalam menarik pelajaran dari kegagalan dan kesuksesan. Perusahaan semacam itu juga akan lebih efektif dalam melakukan inovasi dibandingkan dengan pesaing mereka, dan lebih banyak melakukan inovasi (Garcia-Morales et al. 2007). Ada penelitian lain dalam literatur yang meneliti hubungan antara kemampuan belajar organisasi dan kinerja inovasi produk. Lynn dkk. (1999), misalnya, menemukan bahwa tingkat pembelajaran organisasi yang lebih tinggi dikaitkan dengan tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dalam pengembangan produk. Dengan kata lain, peningkatan kapabilitas pembelajaran organisasi disertai dengan peningkatan paralel kapabilitas inovasi (Hsu dan Fang, 2008; Ussahawanitchakit, 2008; Akgün et al. 2007; Phromket dan Ussahawanichthakit, 2009). Inovasi adalah proses pembelajaran individu dan kolektif yang memfasilitasi menemukan metode baru untuk memecahkan masalah, dan dikaitkan dengan kemampuan belajar, yang memungkinkan



organisasi untuk menghasilkan, mentransfer dan memanfaatkan pengetahuan baru (Alegre dan Chiva, 2008; Sinkula dkk. 1997; Calantone dkk. 2002).

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2017:60). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini berkaitan dengan variabel karakteristik kewirausahaan, *innovation capability* dan *organizational learning capability*. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1.1  
Kerangka Pemikiran

## 1.6 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi informasi dalam penelitian yang akan dilakukan ini. Tabel berikut ini memaparkan mengenai penelitian terdahulu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* melalui *organizational learning capability*. Penelitian terdahulu ditujukan untuk mendukung penelitian dan menjadi salah satu dasar pemilihan variabel yang mempengaruhi keputusan peneliti. Tabel berikut ini memaparkan beberapa perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, sehingga jelas bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Adapun penelitian yang pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu antara lain, sebagai berikut:

Tabel 1.5  
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
R.P. Jayani Rajapathirana, 2018	<i>Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance</i>	Terdapat hubungan antara kapabilitas inovasi; upaya inovasi dan kinerja perusahaan signifikan dan kuat.	Menggunakan variabel innovation capability	Menggunakan variabel innovation type dan firm performance
Eka Ludiya, 2020	Pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada UMKM fashion di kota Cimahi	Terdapat pengaruh yang signifikan antara karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha baik secara simultan maupun parsial	Menggunakan variabel karakteristik kewirausahaan dan inovasi	Menggunakan variabel kinerja usaha
Adinda Fauziyyah Djayadingrat, 2017	Peran Inovasi produk memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran IMK sector Industri Makanan Kota Denpasar	Variabel inovasi produk juga terbukti mampu memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran IMK sektor industri makanan di Kota Denpasar.	Menggunakan variabel inovasi dan kewirausahaan	Menggunakan variabel kinerja pemasaran.
Xingjian Wei, 2019	<i>How Does the Entrepreneurship Education Influence the Students' Innovation Testing on the Multiple Mediation Model</i>	(1) terdapat hubungan yang positif antara persepsi pendidikan kewirausahaan dengan persepsi inovasi, (2) keterampilan politik dan pengenalan peluang kewirausahaan secara individu memainkan peran mediasi antara persepsi pendidikan kewirausahaan	Menggunakan variabel kewirausahaan dan inovasi	Menggunakan variabel keterampilan politik dan pengenalan peluang.

		dan inovasi, dan (3) keterampilan politik dan kewirausahaan.		
Nayda Al-Khowarizmi Ryadi. 2016.	Kemampuan Inovasi memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja produk IMK sector Industri Makanan di Kota Denpasar.	Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kemampuan inovasi dan kinerja produk IMK. Kemampuan inovasi juga diketahui terbukti mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan secara signifikan	Menggunakan variabel kewirausahaan dan inovasi	Menggunakan variabel kinerja produk.

Sumber: Diolah Peneliti, 2021

## 1.7 Hipotesis dan Model Penelitian

### 1.7.1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuesioner (Sugiyono, 2017:63). Berdasarkan uraian dan hasil penelitian yang dikembangkan oleh para ahli dan peneliti terdahulu di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

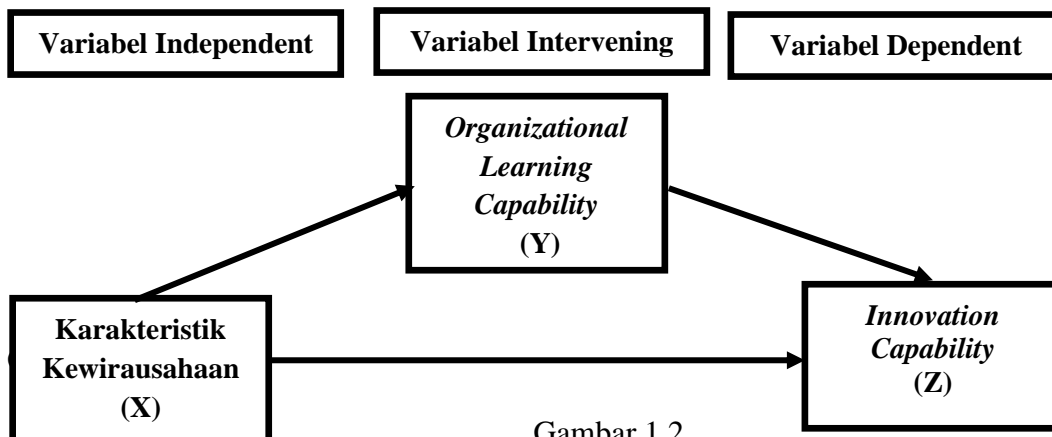
H2 : Terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

H3 : Terdapat pengaruh *organizational learning capability* terhadap *innovation capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

H4 : Terdapat pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap *innovation capability* melalui *organizational learning capability* pada Pemilik Cafe di Kota Bandung.

### 1.7.2 Model Penelitian

Berdasarkan telaah literatur dan pengembangan hipotesa yang telah dibahas sebelumnya, maka menghasilkan model penelitian yang merupakan perspektif riset yang digunakan peneliti yang berisi bagaimana cara pandang (*world view*), model dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.2  
Model Penelitian