

ANALISIS BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENDEKATAN *ENTREPRENEURIAL ORIENTATION SURVEY (EOS)* PADA WARUNK UPNORMAL PUSAT BANDUNG

ORGANIZATIONAL CULTURE ANALYSIS THROUGH THE APPROACH OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION SURVEY (EOS) AT WARUNK UPNORMAL CENTER BANDUNG

¹⁾ Muhammad Fatkhurrohman ArsalBasri ²⁾Nadya Novandriani Moeliono,S.Sos,M.A.B

^{1,2)}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

[1\)mfaturarsal@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:mfaturarsal@student.telkomuniversity.ac.id) [2\)nadyamoeliono@gmail.com](mailto:nadyamoeliono@gmail.com)

Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis kuliner menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti pola hidup masyarakat, daya beli masyarakat, dan meningkatnya gaya hidup masyarakat. Maka dari itu, bisnis kuliner berupa kafe merupakan salah satu prospek bisnis yang menjanjikan, khususnya di daerah perkotaan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini metode kuantitatif dengan metode analisis faktor konfirmatori yang dapat digunakan untuk mengkonfirmasi apakah model pengukuran yang dibangun sesuai dengan yang dihipotesiskan.

Berdasarkan hasil penelitian Budaya Organisasi Melalui Pendekatan *Entrepreneurial Orientation Survey (Eos)* Pada Warunk Upnormal Pusat Bandung dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Faktor-Faktor yang paling utama adalah 1 faktor Saya selalu merencanakan proses perencanaan untuk kedepannya, dengan nilai kumulatif 66,69%.

Kata kunci: Analisis Budaya Organisasi, Warunk Upnormal, *Entrepreneurial Orientation Survey (Eos)*

Abstract

In recent years, the culinary business has shown significant development. It is influenced by several factors, such as people's lifestyle, people's purchasing power, and the increasing lifestyle of the community. Therefore, the culinary business in the form of cafes is one of the promising business prospects, especially in urban areas.

The method used in this study is a quantitative method with a method of konfirmatori factor analysis that can be used to confirm whether the measurement model is built according to the hypothesized.

Based on the results of organizational culture research through entrepreneurial orientation survey (Eos) approach in Warunk Upnormal Central Bandung can be drawn the following conclusions: The main factors are 1 factor I always plan the planning process for the future, with a cumulative value of 66.69%.

Keywords: Organizational Cultural Analysis, Warunk Upnormal, Entrepreneurial Orientation Survey(EOS)

1. PENDAHULUAN

Warunk upnormal mempunyai budaya organisasi melalui pendekatan metode EOS untuk membuat warunk upnormal itu berkembang dengan berbagai cara:

1. Mencari produk yang disukai banyak orang

Salah satu cara untuk membuat konsumen mengetahui warunk upnormal yaitu dengan cara mencari produk yang disukai banyak orang contohnya: indomie, di warunk upnormal indomie di variasikan menjadi berbagai varian.

2. Inovasi

Semakin berkembangnya warunk upnormal semakin berinovasi . setelah mempunyai banyak cabang warung upnormal, sekarang upnormal mempunyai roaster coffee atau bisa disebut dengan Upnormal Roaster.

3. Ikuti Era Digital

Warunk Upnormal mengikuti perkembangan zaman , pada saat ini warunk upnormal dapat diakses menggunakan aplikasi yang telah disediakan di Appstore dan google play.

Pelopop warunk mie pertama yang dikenal awalnya hanya di Bandung saja kemudian mempunyai banyak cabang di berbagai kota di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori

2.1.1 Budaya Organisasi

Pengertian Budaya Organisasi Budaya organisasi didefinisikan oleh Wardani (2016:58) budaya organisasi sebagai suatu pola dari asumsi-asumsi dasar yang ditemukan, diciptakan, atau dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu dengan maksud agar organisasi belajar mengatasi atau menanggulangi masalah-masalahnya yang timbul akibat adaptasi eksternal dan integrasi internal yang sudah berjalan

dengan cukup baik, sehingga perlu diajarkan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, memikirkan dan merasakan berkenaan dengan masalah-masalah tersebut.

2.1.2 Entrepreneurship dan Intrapreneurship

Pada dasarnya terdapat persamaan yang amat mendasar antara *entrepreneurship* dan *intrapreneurship*. Hal ini berkaitan erat karena mereka sama-sama memiliki *action-oriented*, pandangan jauh ke depan tentang peluang-peluang yang selalu ada bagi mereka dan tidak hanya sebatas itu mereka juga mencari cara untuk mewujudkannya dengan cara inovasi- inovasi baru (Cohen, 2002).

2.1.3 Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata entrepreneurship menurut Soemahamidjaja (dalam Daryanto, 2013: 3) yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup

2.1.4 Entrepreneurial Orientation Survey (EOS)

Analisis budaya perusahaan adalah suatu tahap dimana kita menganalisis dari semua data yang kita dapatkan dalam penelitian baik dari data primer maupun data sekunder. Kumpulan analisis tersebut akan dapat mengantarkan kita melihat semua apakah budaya perusahaan di Warunk Upnormal Pusat Bandung telah sesuai atau tidak dengan dimensi-dimensi *entrepreneurial* yang ada dalam penelitian EOS.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini metode kuantitatif dengan metode analisis faktor konfirmatori yang dapat digunakan untuk mengkonfirmasi apakah model pengukuran yang dibangun sesuai dengan yang dihipotesiskan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Warunk Upnormal yang berjumlah 30 orang. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah seluruh jumlah populasi yang ada di Warunk Upnormal yang berjumlah 30 orang

3.3 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:206) teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan tiap data variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggambarkan ringkasan data-data penelitian. Menurut Widodo (2017:76) Analisis Deskriptif yaitu teknik analisis data yang digunakan untuk mendeskripsikan keadaan suatu variabel penelitian.. Peneliti melakukan analisis deskriptif terhadap jawaban dari setiap butir pertanyaan yang telah dijawab responden. Jawaban yang diberikan responden kemudian disusun kriteria penelitian untuk setiap butir pertanyaan berdasarkan persentase.

TABEL 4. 1

TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI ENTREPRENEURIAL ORIENTATION SURVEY.

No	Dimensi	Item Pernyataan	Alternatif Jawaban					N	Skor Ideal	Skor Total	%	Kategori
			SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)					
1.	General	Saya Menyediakan dana untuk keperluan yang dibutuhkan	5	41	4	0	0	50	250	205	82	Baik
2.	Rencana Strategi	Saya Selalu Merencanakan proses perencanaan untuk kedepannya									86,8	Sangat Baik
3.	Cross Functionally	Saya Selalu mencari solusi untuk pemecah masalah									82,4	Baik
4.	Dukungan Terhadap Ide- Ide Baru	Saya Selalu Menerima dukungan untuk									80,4	Baik

9.	Fleksibel	Saya selalu fleksibel dalam hal apapun								79,2	Baik
10.	Focus	Saya selalu focus pada pekerjaan								74	Baik
11.	Future	Saya Selalu memberi ide untuk menciptakan metode baru dan lahan baru								84	Sangat Baik
12	Tentang Saya	Saya Bangga Terhadap hasil yang saya capai								79,2	Baik
										81,37	

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

4.2 Measure Of Sampling Adequacy (MSA)

Measure of Sampling Adequacy (MSA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Nilai ini dapat dilihat pada nilai anti-image correlation matriks. Jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Apabila terdapat nilai MSA dari variabel-variabel awal yang kurang dari 0,5

harus dikeluarkan satu per satu dari analisis, diurutkan dari variabel yang nilai MSAnyanya terkecil dan tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya. Besarnya angka MSA berkisar antara 0 dan 1 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $MSA = 1$, item tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh item lain.
- b. $MSA > 0,5$, item masih bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- c. $MSA < 0,5$, item tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil MSA, pada nilai anti-image correlationmatriks, sebagai berikut:

TABEL 4. 2

UJI MEASURE OF SAMPLING ADEQUACY (MSA)

No	Faktor	Nilai MSA
1.	Saya Menyediakan dana untuk keperluan yang dibutuhkan	.497
2.	Saya Selalu Merencanakan proses perencanaan untuk kedepannya	.573
3.	Saya Selalu mencari solusi untuk pemecah masalah	.532
4.	Saya Selalu Menerima dukungan untuk melakukan metode baru	.764
5.	Saya selalu menerima saran yang diberikan	.668
6.		.716

	Saya jauh mengutamakan anggota untuk bekerja dalam tim	
7.	Saya Sangat Berhati-hati dalam mengambil keputusan	.683
8.	Saya cepat mengambil keputusan yang telah saya periksa terlebih dahulu	.426
9.	Saya selalu fleksibel dalam hal apapun	.780
10.	Saya selalu focus pada pekerjaan	.828
11.	Saya Selalu memberi ide untuk menciptakan metode baru dan lahan baru	.733
12.	Saya Bangga Terhadap hasil yang saya capai	.803

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 pengujian MSA, maka diperoleh hasil bahwa terdapat 5 faktor yang tidak memenuhi batas sebesar 0.5, untuk itu dari 10 faktor-faktor karakteristik kewirausahaan akan dikeluarkan dari matrik dan akan dilakukan pengujian ulang. Berdasarkan hasil pengolahan data maka diperoleh hasil pengujian ulang MSA, pada nilai anti-image correlationmatriks, sebagai berikut:

TABEL 4. 3

UJI ULANG MEASURE OF SAMPLING ADEQUACY (MSA)

No	Faktor	Nilai MSA
1.	Saya Menyediakan dana untuk keperluan yang dibutuhkan	0.906
2.	Saya Selalu Merencanakan proses perencanaan untuk kedepannya	0.893

3.	Saya Selalu mencari solusi untuk pemecah masalah	0.919
4.	Saya Selalu Menerima dukungan untuk melakukan metode baru	0.876
5.	Saya selalu menerima saran yang diberikan	0.844

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 pengujian ulang MSA, maka diperoleh hasil bahwa terdapat terdapat 5 faktor yang memenuhi karena memiliki hasil MSA >0.5 sehingga bisa diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.

4.3 KMO dan Barlett Test (*Measure of Sampling Adequacy*)

TABEL 4. 4

UJI KMO DAN BARLETT TEST

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.871
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	228.120
	df	66
	Sig.	.000

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Budaya Organisasi Melalui Pendekatan *Entrepreneurial Orientation Survey* (Eos) Pada Warunk Upnormal Pusat Bandung dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Faktor-Faktor yang paling utama adalah 1 faktor Saya selalu merencanakan proses perencanaan untuk kedepannya, dengan nilai kumulatif 66,69%.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dengan ini peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

- a. Dapat dijadikan rekomendasi bagi para owner gerai Pujasera Sukabirus Kabupaten Bandung, dengan lebih memperhatikan komitmen, percaya diri, mandiri dan bertanggung Jawab, inovasi dan yakin dalam menunjang faktor keberhasilan usaha yang paling dominan dalam mempengaruhi keberhasilan usaha di gerai Pujasera Sukabirus Kabupaten Bandung.
- b. Perlu owner memiliki sikap optimistis dalam menjalankan usahanya agar mempengaruhi keberhasilan usaha.
- c. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi pada pelaku usaha baru yang mulai merintis dan mengembangkan usahanya termasuk para informan terkait, dalam menjalankan usaha di gerai Pujasera Sukabirus Kabupaten Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wardani (2016:58) *Budaya Organisasi*
- [2] Cohen. (2002). *Entrepreneurship dan Intrapreneurship*
- [3] Daryanto, (2013:3) *Istilah Kewirausahaan*
- [4] Thornberry (2006) *Pengembangan Entrepreneurial Orientation Survey (EOS)*
- [5] Sugiyono (2014:206) *Analisis Data*
- [6] Widodo (2017:76) *Analisis Deskriptif*