

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN UMKM F&B DI KOTA DEPOK

Felicia Miranda¹, Herlina Budiono^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: felicia.115210099@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: herlinab@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 10-04-2025, revisi: 15-04-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-07-2025

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap keberhasilan UMKM F&B di Kota Depok. UMKM di sektor F&B memainkan peran penting dalam perekonomian, tidak hanya menyediakan lapangan kerja tetapi juga mendorong pertumbuhan dan inovasi ekonomi lokal. Namun, banyak UMKM menghadapi kesulitan untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang komponen yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk memastikan bahwa sampel yang diambil relevan dengan fokus penelitian, data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan 100 responden dari populasi UMKM F&B di wilayah Depok. Data diolah menggunakan SmartPLS 4.1.0.8.

Kata Kunci: orientasi kewirausahaan, inovasi, keberhasilan usaha

ABSTRACT

The aim of this research is to see whether there is an influence of entrepreneurial orientation and innovation on the success of F&B MSMEs in Depok City. MSMEs in the F&B sector play an important role in the economy, not only providing employment but also encouraging local economic growth and innovation. However, many MSMEs face difficulties in achieving sustainable success. Therefore, it is very important to have a deep understanding of the components that influence the success of MSMEs. This research uses a quantitative approach. To ensure that the samples taken were relevant to the research focus, data was collected through a survey involving 100 respondents from the F&B MSME population in the Depok area. Data is processed using SmartPLS 4.1.0.8.

Keywords: entrepreneurship orientation, innovation, business success

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Di Indonesia, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam masalah sosial ekonomi dan domestik seperti tingginya angka kemiskinan, pengangguran, ketimpangan distribusi, dan masalah urbanisasi, bersama dengan konsekuensi negatifnya. Ada keyakinan bahwa keberadaan dan pertumbuhan UMKM akan sangat membantu memperbaiki beberapa masalah perekonomian yang ada di Indonesia. Usaha kecil, menengah, dan mikro (UMKM) sangat penting dalam meningkatkan kesempatan kerja.

Peran UMKM sangat besar dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Masyarakat berpenghasilan rendah dapat menggunakan UMKM untuk melakukan kegiatan ekonomi yang produktif. Hal yang sangat penting bagi setiap negara adalah pertumbuhan ekonominya.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu pilar ekonomi Indonesia yang paling penting. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia adalah pilar keberlanjutan

ekonomi yang memiliki peran penting dalam pembangunan komunitas, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan potensi lokal. Dukungan terus-menerus terhadap usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah investasi dalam masa depan yang berkelanjutan dan inklusif bagi semua lapisan masyarakat.

Oleh karena itu, untuk mencegah resesi atau kejatuhan ekonomi, para pemimpin negara berusaha sekuat tenaga untuk meningkatkan perekonomian (Merline & Widjaja, 2022). Strategi pembangunan ekonomi nasional bergantung pada UMKM (Merline & Widjaja, 2022). Di Indonesia telah ada 27 juta UMKM yang mengadopsi teknologi digital, ditargetkan akan meningkat menjadi 30 juta UMKM di tahun 2024 (kominfo.go.id).

Sifat, perilaku, dan proses pengambilan keputusan yang menunjukkan kecenderungan seseorang atau organisasi terhadap kewirausahaan disebut orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan, mencakup sikap inovatif dan kemampuan untuk mengambil risiko, yang memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan peluang baru dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah, inovasi dapat dilakukan baik dalam produk maupun proses.

Kedua variabel ini secara keseluruhan berkontribusi pada keberhasilan usaha, yang dapat diukur dengan meningkatkan kinerja pemasaran dan keunggulan bersaing. Wirausaha berkontribusi pada pertumbuhan dan produktivitas melalui penciptaan lapangan kerja baru (Garaika dan Margahana, 2019). Sektor UMKM, terutama industri makanan dan minuman, telah berkembang menjadi salah satu komponen penting dalam perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) F&B tidak hanya membantu menciptakan lapangan kerja tetapi juga meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun, meskipun potensinya besar, banyak UMKM F&B menghadapi berbagai tantangan yang menghambat keberhasilan usaha tersebut. Setiap pemilik UMKM harus memahami bisnis yang dijalankan untuk meningkatkan keberhasilan usaha.

Masalah terkait orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap keberhasilan usaha UMKM adalah pentingnya memahami bagaimana kedua komponen tersebut berperan dalam meningkatkan performa dan daya saing bisnis. Meskipun orientasi kewirausahaan dan inovasi diakui sebagai faktor penting, masih banyak bisnis yang gagal memanfaatkannya dengan baik. Pengembangan produk memenuhi kebutuhan pemasaran, yang berarti pengusaha harus mendesain produk mereka dengan mempertimbangkan preferensi pelanggan supaya produk baru terus menarik pelanggan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Rumusan masalah

Sesuai dengan penjelasan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini:

- a. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha UMKM F&B di Kota Depok?
- b. Apakah terdapat pengaruh inovasi terhadap keberhasilan usaha UMKM F&B di Kota Depok?

Kajian teori

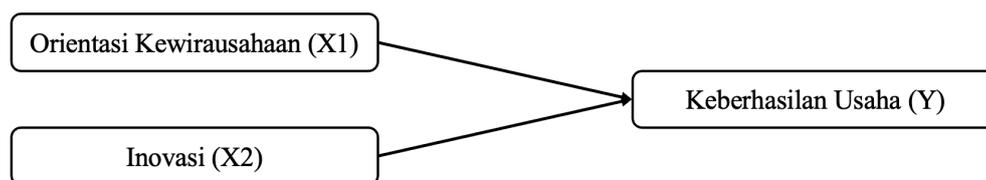
Widjaja dan Sondara (2021) menjelaskan orientasi kewirausahaan adalah sebuah proses, praktik, dan aktivitas dalam pengambilan keputusan yang diambil pengusaha baru. Menurut Miller (2023), orientasi kewirausahaan adalah *framework* yang menggambarkan bagaimana bisnis bertindak sebagai kewirausahaan dengan tiga dimensi utama: proaktif, inovasi, dan pengambilan risiko.

Menurutnya, perusahaan wirausaha adalah perusahaan yang tidak takut mengambil risiko dan selalu mencari peluang baru. Menurut Fernando dan Louis (2020), orientasi kewirausahaan berdampak signifikan terhadap seberapa baik proyek usaha kecil dan menengah berhasil.

Menurut Ibrahim dan Abu (2019) berpendapat bahwa inovasi adalah kecenderungan dalam mendukung ide baru yang original dan kreatif dalam pembuatan produk baru maupun perubahan suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2023), inovasi adalah bagian penting dari strategi pemasaran dan pertumbuhan bisnis. Mereka menekankan bahwa inovasi bukan hanya membuat produk baru; itu juga berarti meningkatkan proses, layanan, dan model bisnis.

Keberhasilan usaha, menurut Svetlana (2018), berarti mencapai suatu tindakan dalam jangka waktu tertentu. Ini juga dapat berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. Menurut (Christian & Merisa, 2020), Inovasi, keberanian mengambil risiko, komitmen terhadap kualitas dan layanan pelanggan, efisiensi produksi, dan mobilisasi pemikiran dan energi untuk membawa perubahan positif dalam perusahaan adalah kunci kesuksesan bisnis.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik suatu kerangka berpikir bahwa pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi dapat mempengaruhi keberhasilan usaha yang digambarkan pada model penelitian pada Gambar 1.



Gambar 1. Model pemikiran

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

H2: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Menurut Silaen (2018), desain penelitian merupakan semua langkah dalam melaksanakan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menurut Sugiyono (2021) merupakan pendekatan yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui instrumen.

Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis secara kuantitatif menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana berbagai variabel dalam populasi berinteraksi satu sama lain.

Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang akan dituju adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dimiliki oleh Pelaku UMKM F&B di Kota Depok.

Teknik pengambilan sampel

Menurut Margono (2022), metode pemilihan sampel digunakan untuk memilih bagian dari populasi sebagai perwakilan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, *purposive sampling*

digunakan dalam memilih responden. Data diproses dengan metode *Partial Least Square* dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Usaha di bidang F&B yang berdomisili di Depok.
- b. Telah menjalankan usaha minimal 1 tahun.

Ukuran sampel

Sugiyono (2019) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500, sehingga penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 100.

Operasionalisasi variabel dan instrumen

Variabel dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala Likert dengan skala 1-5, dimana satu menunjukkan sangat tidak setuju dan lima menunjukkan sangat setuju.

Tabel 1. Operasionalisasi orientasi kewirausahaan

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Orientasi Kewirausahaan	Kemampuan dalam menjaga komitmen dengan konsumen.	OK1	Ordinal
	Mengenalkan produk atau layanan baru secara berkala.	OK2	Ordinal
	Kemampuan untuk berinisiatif dalam mengembangkan strategi untuk mencapai peluang pasar.	OK3	Ordinal
	Mengalahkan pesaing untuk memasuki pasar baru.	OK4	Ordinal

Tabel 2. Operasionalisasi inovasi

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Inovasi	Merespon dengan baik permintaan pelanggan untuk "fitur baru".	I1	Ordinal
	Mengubah penawaran produk untuk memenuhi kebutuhan klien.	I2	Ordinal
	Terus <i>update</i> akan kemajuan teknologi di bidang yang dijalani.	I3	Ordinal
	Melakukan inovasi secara berkala untuk meningkatkan pendapatan usaha.	I4	Ordinal

Tabel 3. Operasionalisasi keberhasilan usaha

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Keberhasilan Usaha	Jumlah penjualan meningkat setiap tahunnya	KU1	Ordinal
	Meningkatkan sarana usaha yang dimiliki untuk mendukung usaha	KU2	Ordinal
	Jumlah pelanggan terus bertambah	KU3	Ordinal
	Secara umum pendapatan mengalami peningkatan setiap tahun	KU4	Ordinal

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Tabel 4. Hasil uji *loadings factor*

Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Indikator	Inovasi	Keberhasilan Usaha	Orientasi Kewirausahaan
I1	0,902		
I2	0,844		
I3	0,809		
I4	0,850		
KU1		0,821	
KU2		0,843	
KU3		0,718	
KU4		0,822	
OK1			0,746
OK2			0,812
OK3			0,757
OK4			0,875

Berdasarkan hasil *loadings factor* menunjukkan indikator variabel telah memenuhi validitas, yaitu nilai loading di atas 0,7. Seluruh variabel dalam penelitian ini orientasi kewirausahaan, inovasi, dan keberhasilan usaha telah memenuhi syarat.

Tabel 5. Hasil uji *cross loadings*
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Indikator	Inovasi	Keberhasilan Usaha	Orientasi Kewirausahaan
I1	0,902	0,326	0,345
I2	0,844	0,360	0,357
I3	0,809	0,340	0,279
I4	0,850	0,231	0,214
KU1	0,285	0,821	0,196
KU2	0,303	0,843	0,337
KU3	0,260	0,718	0,377
KU4	0,360	0,822	0,251
OK1	0,171	0,207	0,746
OK2	0,237	0,309	0,812
OK3	0,338	0,169	0,757
OK4	0,381	0,402	0,875

Berdasarkan hasil *cross loadings* menunjukkan bahwa nilai *loadings* indikator dari suatu variabel lebih tinggi daripada nilai *cross loadings* indikator tersebut dalam variabel lainnya. Dengan demikian seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi validitas diskriminan dan dapat dinyatakan valid.

Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 6. Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE)
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
Orientasi Kewirausahaan	0,639
Inovasi	0,726
Keberhasilan Usaha	0,644

Berdasarkan hasil dari *average variance extracted* (AVE) kepada variabel yang di uji sudah menunjukkan nilai diatas 0,5 yang berarti bahwa semua variabel telah memenuhi syarat validitas penelitian.

Uji reliabilitas

Tabel 7. Hasil analisis reliabilitas
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Orientasi Kewirausahaan	0,820	0,876
Inovasi	0,874	0,913
Keberhasilan Usaha	0,815	0,878

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai *cronbach's alpha* setiap variabel dalam penelitian ini di atas 0,6 dengan rincian; orientasi kewirausahaan (0,820), inovasi (0,874), keberhasilan usaha (0,815). Serta nilai *composite reability* di atas 0,7 dengan rincian; orientasi kewirausahaan (0,876), inovasi (0,913), dan keberhasilan usaha (0,878), sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan reliabel dan dapat dianalisis secara lebih lanjut.

Uji koefisien determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil analisis koefisien determinasi
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Variabel	R Square
Keberhasilan Usaha	0,207

Berdasarkan perhitungan, hasil uji *R-square* dalam penelitian ini sebesar 0,207. Berdasarkan dari uji *R-square* di atas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang ada di penelitian ini yaitu, orientasi kewirausahaan dan inovasi dapat menjelaskan variabel dependennya yaitu keberhasilan usaha pada UMKM F&B di Kota Depok sebesar 0,207 atau 20,7%, sedangkan sisanya sebesar 0,793 atau 79,3% dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak ada di penelitian ini.

Goodness of Fit (GoF)

Untuk mencari GoF dapat digunakan rumus sebagai berikut:

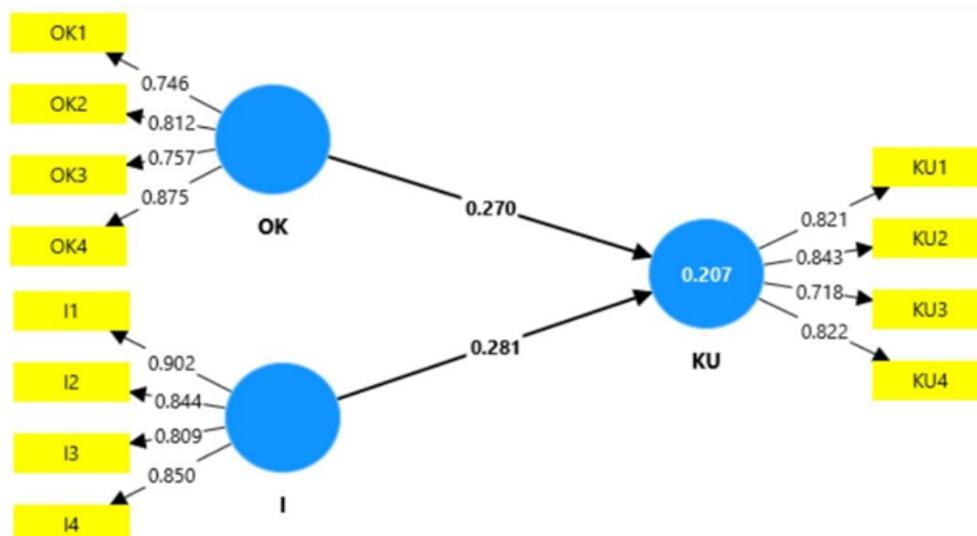
$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\
 &= \sqrt{0,669 \times 0,207} \\
 &= \sqrt{0,138} \\
 &= 0,371
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, hasil *goodness of fit* penelitian ini sebesar 0,371 yang berada di atas 0,36, artinya ketepatan model atau kecocokan model dalam penelitian besar.

Path coefficient

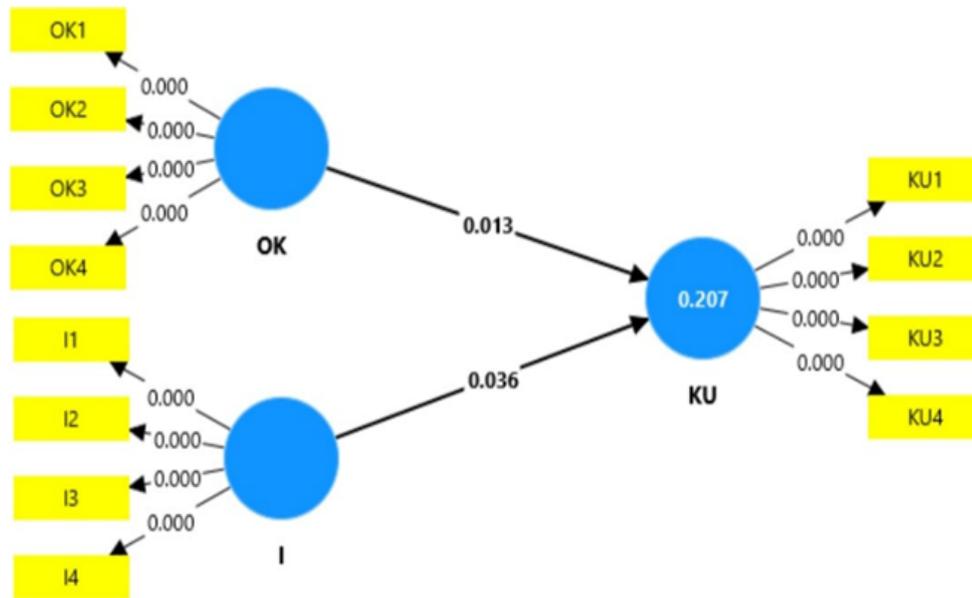
Tabel 9. Hasil uji *path coefficient*
Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Variabel	Path Coefficient	t-statistic	p-value
Orientasi Kewirausahaan → Keberhasilan Usaha	0,270	2,486	0,013
Inovasi → Keberhasilan Usaha	0,281	2,101	0,036



Gambar 2. Diagram *path coefficient*

Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis



Gambar 3. Diagram *bootstrapping*

Sumber: Olahan data SmartPLS 4.1.0.8 dan diolah oleh penulis

Berdasarkan hasil *path coefficient* dan uji hipotesis H1 mengenai hubungan antara variabel Orientasi Kewirausahaan terhadap variabel Keberhasilan Usaha di atas, dapat dikatakan bahwa H1 diterima. Dapat dilihat bahwa nilai *t-statistic* variabel Orientasi Kewirausahaan sebesar 2,486. Hasil nilai *p-values* variabel Orientasi Kewirausahaan sebesar 0,013 yang berarti memiliki nilai di atas batas kriterianya yaitu $< 0,05$. Sehingga dapat dikatakan variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM F&B di Kota Depok.

Berdasarkan hasil *path coefficient* dan uji hipotesis H2 mengenai hubungan antara variabel Inovasi terhadap variabel Keberhasilan Usaha di atas, dapat dikatakan bahwa H2 diterima. Dapat dilihat bahwa nilai *t-statistic* variabel Inovasi sebesar 2,002. Hasil nilai *p-values* variabel Inovasi sebesar 0,036 yang berarti memiliki nilai di atas batas kriterianya yaitu $< 0,05$. Sehingga dapat dikatakan Variabel Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM F&B di Kota Depok.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas, dapat disimpulkan bahwa:

- Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM F&B di Kota Depok.
- Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM F&B di Kota Depok.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang sekiranya bermanfaat adalah:

- Orientasi Kewirausahaan pada UMKM F&B di Kota Depok sudah baik tetapi dorongan yang diberikan anggota keluarga memang akan membuat para pelaku UMKM menjadi yakin dan percaya diri dalam mewujudkan ide bisnis mereka.
- Peneliti memberikan saran agar dapat menambah variabel lain seperti pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, motivasi kewirausahaan, kewirausahaan digital.
- Peneliti menyarankan untuk memperbesar jumlah sampel, tidak hanya sampel yang berada dalam lingkungan Kota Depok saja, melainkan peneliti dapat mengambil sampel dari Kota lainnya.

Ucapan terima kasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang berpartisipasi selama proses perkuliahan dan penyusunan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih juga kepada para pelaku UMKM F&B di Kota Depok yang bersedia sebagai responden dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Angreni, Y. (2018). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, modal, dan pemilihan lokasi yang mendorong keberhasilan usaha pada toko emas di Kota Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*, 6(3), 997-1010.
- Christina, M., & Merisa, M. (2020). Peranan inovasi sebagai mediator terhadap kinerja usaha kecil menengah asesoris gawai di Roxy Mas Jakarta. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 4(1), 66–78. <https://doi.org/10.30813/jpk.v4i1.2082>
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovasi terhadap kesuksesan proyek pada bidang fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(3), 690-699. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9581>
- Garaika, H., & Margahana, H. (2019). Self efficacy, self personality and self confidence on entrepreneurial intention: Study on young enterprises. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-12.
- Kominfo. (2024). Indonesia Targetkan 30 juta Pelaku UMKM Adopsi Teknologi Digital. https://www.kominfo.go.id/content/detail/58051/siaran-pers-no-475hmkominfo082024-tentang-tahun-2024-indonesia-targetkan-30-juta-pelaku-umkm-adopsi-teknologi-digital/0/siaran_pers.
- Merline, & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap keberhasilan UKM alumni dan mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 435-443.
- Mutaqin, T. Z. & Apriadi, D. (2023). Pengaruh Motivasi Usaha dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang). *e-jurnal UKRI*, 51-68.
- Silaen, (2018). Desain Penelitian.
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha UKM bidang konveksi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 500–508. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11897>
- Sugiyono, (2021). Metode Penelitian Pendidikan. Alfabeta.