

# PERAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KEUNGGULAN BERSAING, DAN KREATIVITAS DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN USAHA KULINER DI JAKARTA

Vanessa Catalina<sup>1</sup>, Lydiawati Soelaiman<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: [vanessa.115210144@stu.untar.ac.id](mailto:vanessa.115210144@stu.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta\*  
Email: [lydiawatis@fe.untar.ac.id](mailto:lydiawatis@fe.untar.ac.id)

\*Penulis Korespondensi

Masuk : 10-02-2025, revisi: 28-04-2025, diterima untuk diterbitkan : 30-04-2025

---

## ABSTRAK

Persaingan yang semakin kompetitif dalam industri kuliner menuntut pelaku usaha untuk memiliki pendekatan bisnis yang adaptif dan inovatif. Orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini untuk menyelidiki peran orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di Jakarta. Teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dipergunakan dalam penelitian dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur instrumen penelitian. Sejumlah 55 responden valid berhasil dikumpulkan dalam kuesioner. Data yang berhasil dikumpulkan akan dilakukan analisis validitas dan reliabilitas yang beracuan pada *outer model* dengan metode PLS-SEM dengan alat analisis SmartPLS versi 4.0. Selanjutnya, setelah lolos uji *outer model* selanjutnya dilakukan analisis data yang beracuan pada *inner model* untuk menguji kekuatan prediksi antar konstruk dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Berdasarkan hasil uji hipotesis, didapat bahwa orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas masing-masing berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner di Jakarta, sehingga hipotesis pertama, kedua dan ketiga didukung. Penelitian ini memperkuat bahwa orientasi kewirausahaan memungkinkan suatu bisnis lebih adaptif terhadap perubahan pasar, dan juga keunggulan bersaing usaha dalam menciptakan nilai lebih pada produk dibandingkan kompetitor, serta kreativitas dalam kemampuannya menghadirkan hal baru dengan konsep yang unik, desain yang menarik dan strategi pemasaran yang inovatif. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat menjadi landasan strategis bagi UMKM kuliner dalam menghadapi perubahan pasar, menciptakan nilai tambah, serta mengembangkan ide-ide baru secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Orientasi Kewirausahaan; Keunggulan Bersaing; Kreativitas; Keberhasilan usaha

## ABSTRACT

*The increasingly competitive landscape of the culinary industry demands that business actors to adopt adaptive and innovative business approaches. Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and creativity are key factors that can influence business success. This study aims to investigate the role of entrepreneurial orientation, competitive advantage, and creativity in the success of culinary in Jakarta. This descriptive, quantitative study employs non-probability purposive sampling. A total of 55 valid responses were obtained. The data were then analyzed for validity and reliability using the outer model approach in PLS-SEM with SmartPLS version 4.0. After passing the outer model test, inner model analysis was conducted to assess predictive strength and test hypotheses. The results indicate that entrepreneurial orientation, competitive advantage, and creativity each have a positive and significant impact on business success, supporting all three hypotheses. This finding underscores the importance of entrepreneurial orientation for market adaptability, competitive advantage for delivering superior product value, and creativity for developing novel ideas, unique designs, and innovative marketing strategies. These results highlight that these three aspects can serve as a strategic foundation for culinary MSMEs to respond to market changes, create added value, and continuously develop new ideas.*

**Keywords:** Entrepreneurial orientation, competitive advantage, creativity, business success

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri kuliner merupakan salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan paling pesat di Indonesia dan memegang peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Pada tahun 2023, industri kuliner menjadi sektor dominan dalam industri mikro kecil (IMK) dengan kontribusi sebesar 26,91% terhadap nilai tambah nasional (Kadin Indonesia, 2023). Selain itu, sektor kuliner menyumbang 40,31% terhadap PDB industri non-migas (Hidayat, 2025) dan mengalami pertumbuhan sebesar 5,53% pada tahun 2024, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB nasional (tempo.co, 2024). Fakta ini menegaskan pentingnya industri kuliner sebagai penggerak ekonomi yang mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya beli masyarakat (Chandra dkk., 2024).

Namun demikian, meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar, banyak pelaku UMKM di sektor kuliner belum mampu mencapai tingkat keberhasilan yang optimal, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu elemen penting yang memengaruhi keberhasilan usaha (Adam et al., 2024). Kemampuan untuk berinovasi, mengambil risiko, dan bertindak secara proaktif menjadi karakteristik penting yang harus dimiliki oleh pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing (Sofyan, 2017; Mustikowati & Tysari, 2014). Survei yang dilakukan oleh Vincenzi & da Cunha (2021) menunjukkan bahwa minimnya orientasi kewirausahaan sering menjadi penghambat produktivitas dan pertumbuhan UMKM di Indonesia. Oleh karena itu, para pelaku UMKM perlu mengasah keterampilan orientasi kewirausahaan untuk bertahan di pasar yang kompetitif, salah satunya dengan menerapkan strategi diferensiasi yang tepat guna memperkuat posisi pasar mereka (Sari et al., 2023).

Di samping itu, keunggulan bersaing juga memainkan peran krusial dalam menentukan keberlangsungan yang dijalankan oleh UMKM. Keunggulan ini dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya internal untuk menciptakan nilai tambah yang sulit ditiru oleh pesaing (Annisa & Elfarina, 2023). Pengembangan produk yang unik dan bernilai tambah tinggi merupakan strategi penting dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Hasnatika & Nurnida, 2018). Dalam konteks ini, kreativitas memegang peran strategis untuk menghasilkan ide-ide baru dan juga menemukan solusi inovatif untuk merespons peluang pasar (Yulianti, 2023). Tingkat kreativitas yang tinggi memungkinkan bisnis untuk berkembang secara berkelanjutan dan menghasilkan produk yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan para pesaingnya (Dedy & Soelaiman, 2023). Namun demikian perlu ditekankan bahwa kreativitas hanya akan memberikan dampak nyata apabila diwujudkan dalam bentuk diferensiasi produk yang jelas dan signifikan (Dahmiri & Indrawijaya, 2020).

Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas dalam pengelolaan bisnis mereka, sehingga berisiko mengalami stagnasi atau bahkan kegagalan usaha (Sari dkk., 2020). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur terkait peran orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas dalam meningkatkan keberhasilan UMKM sektor kuliner, khususnya di wilayah Jakarta.

## Rumusan Masalah

- a. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner di Jakarta?
- b. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner di Jakarta?
- c. Apakah kreativitas berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner di Jakarta?

## Kajian Teori

### Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Bisnis

Orientasi kewirausahaan yang meliputi inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko secara konsisten berpengaruh positif terhadap kinerja usaha ( Liekyhung & Soelaiman, 2022). Orientasi kewirausahaan merupakan cara berpikir strategis yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, sehingga dapat mendorong keberanian untuk terbuka pada hal-hal baru demi mencapai keberhasilan usaha (Juliani & Ie, 2024). Orientasi kewirausahaan memungkinkan pemilik usaha untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu melihat peluang baru secara detail sehingga dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk yang bertujuan untuk kinerja usaha yang lebih baik (Abbas, 2018; Suhartini, 2021).

**H<sub>1</sub>:** Orientasi kewirausahaan secara positif memengaruhi keberhasilan usaha kuliner di Jakarta.

### Kaitan antara Keunggulan Bersaing terhadap Keberhasilan Bisnis

Keunggulan bersaing, yang diukur melalui kemampuan perusahaan dalam menawarkan nilai lebih tinggi kepada pelanggan dibandingkan pesaing, merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha. Penelitian Herminda & Muksin (2021); Dedy & Soelaiman (2023) menunjukkan peran strategis keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja bisnis. Djodjoko & Tawas (2014) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat berupa keunikan atribut produk, kualitas rasa yang terjamin, serta harga yang sesuai dengan daya beli konsumen mampu menarik minat pembeli sehingga mendorong keberhasilan usaha. Keunggulan bersaing merupakan strategi yang harus dirancang secara berkelanjutan dan dapat diperkuat melalui kerja sama antar perusahaan untuk menciptakan nilai yang lebih efektif di pasar (Putri dkk., 2020).

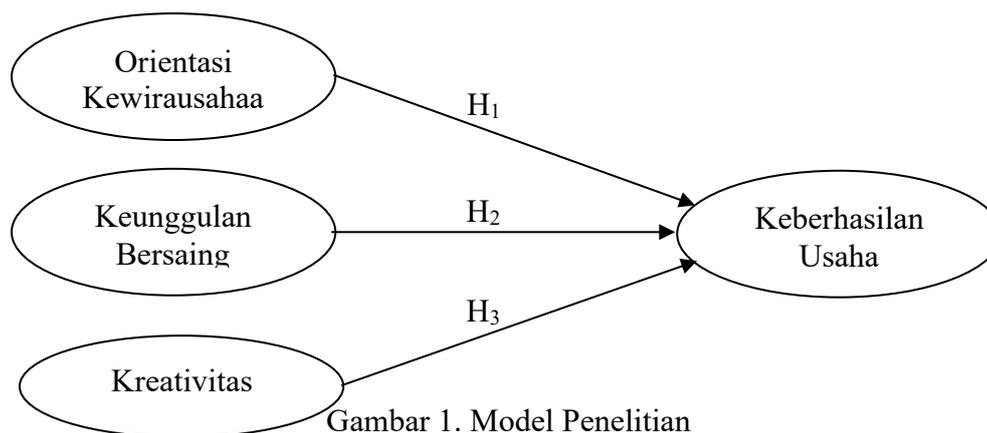
**H<sub>2</sub>:** Keunggulan bersaing secara positif memengaruhi keberhasilan usaha kuliner di Jakarta.

### Kaitan antara Kreativitas terhadap Keberhasilan Bisnis

Kreativitas memiliki peran penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif untuk kesinambungan usaha dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan meluas di era ekonomi global (Wiranawata, 2019). Penelitian Soriyani & Harahap (2022) menegaskan bahwa kreativitas merupakan elemen kunci yang menentukan kesuksesan dan pertumbuhan sebuah usaha. Kreativitas berfungsi untuk menciptakan nilai unik bagi perusahaan di mata calon konsumen (Sahrul & Nuringsih, 2023). Oleh karena itu, kreativitas menjadi variabel yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya.

**H<sub>3</sub>:** Kreativitas secara positif memengaruhi keberhasilan usaha kuliner di Jakarta.

Berdasarkan keterkaitan antar variabel di atas, maka diperoleh gambar 1 yang merupakan model penelitian yang menjabarkan keterkaitan antar variabel.



Gambar 1. Model Penelitian

## 2. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada model penelitian. Pendekatan kuantitatif dilakukan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian secara statistik (Bougie & Sekaran, 2020).

Penelitian ini melibatkan tiga variabel eksogen (X) yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kreativitas dan satu variabel endogen (Y) yaitu keberhasilan usaha. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan langsung kepada para pelaku UMKM. Penelitian ini memiliki 15 instrumen penelitian yang menggunakan Skala Likert untuk mengukur tanggapan responden yang diwakili angka 1 (sangat tidak setuju) sampai angka 5 (sangat setuju).

Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini yang akan dijelaskan secara lebih rinci melalui tabel berikut.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan  
Sumber: Buli (2017)

Variabel	Pernyataan	Kode	Skala
Orientasi Kewirausahaan (OK)	Saya aktif melakukan pengembangan dan inovasi dalam bisnis	OK1	Interval
	Istilah “pengambil risiko” adalah atribut positif untuk karyawan saya	OK2	
	Karyawan saya didorong untuk mengambil risiko dengan ide-ide baru	OK3	
	Secara keseluruhan, bisnis saya mengambil pendekatan yang berani dan agresif pada saat bersaing	OK4	

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Keunggulan Bersaing  
Sumber: Susanti *et al.* (2023)

Variabel	Pernyataan	Kode	Skala
Keunggulan Bersaing (KB)	Usaha saya menghasilkan produk/jasa yang mudah dikenali oleh pelanggan.	KB1	Interval
	Usaha saya melakukan inovasi dalam memasarkan produk atau layanan yang ditawarkan	KB2	
	Usaha saya memiliki tim yang bekerja secara profesional	KB3	

Tabel 3. Operasionalisasi Variabel Kreativitas  
Sumber: Novriansyah & Ainun (2022); Apriyani & Juniansyah (2022)

Variabel	Pernyataan	Kode	Skala
Kreativitas (KR)	Saya terbuka atas kritik dan saran dari konsumen.	KR1	Interval
	Saya selalu mencari ide dari berbagai referensi	KR2	
	Ketika menemui rintangan, saya dapat mengatasinya	KR3	
	Saya terus berinovasi terhadap bisnis saya	KR4	

Tabel 4. Operasionalisasi Variabel Keberhasilan Usaha  
Sumber: Qalati *et al.* (2021)

Variabel	Pernyataan	Kode	Skala
Keberhasilan Usaha (KU)	Hubungan dengan pelanggan pada usaha saya meningkat dari waktu ke waktu	KU1	Interval
	Usaha saya mampu meningkatkan kualitas layanan dari waktu ke waktu	KU2	
	Reputasi usaha saya meningkat dari waktu ke waktu	KU3	
	Usaha saya mencapai target penjualan dari waktu ke waktu	KU4	

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kuliner di Jakarta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu usaha kuliner di Jakarta yang telah beroperasi minimal satu tahun. Ukuran sampel yang digunakan adalah 55 responden.

Berdasarkan tabel 5 dan 6 diketahui bahwa mayoritas yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM dengan rentang usia 26-35 tahun dengan persentase 41,82%. Kemudian, diketahui juga bahwa mayoritas telah menjalankan usaha antara 1 sampai < 3 tahun, dengan jumlah 49 responden 89,09%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM berada pada fase penting dalam perkembangan bisnis, di mana pelaku usaha umumnya masih dalam tahap membangun posisi pasar, memperkuat keunggulan bersaing, dan mengoptimalkan orientasi kewirausahaan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan usaha di masa mendatang.

Tabel 5. Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
Di bawah 25 tahun	21	38,18%
26-35 tahun	23	41,82%
36-45 tahun	8	14,55%
Di atas 45 tahun	3	5,45%
Total	55	100%

Tabel 6. Lama Menjalankan Usaha

Lama Menjalankan Usaha	Jumlah Responden	Persentase
1- < 3 tahun	49	89,09%
3-5 tahun	2	3,64%
Di atas 5 tahun	4	7,27%
Total	55	100%

### Analisis Data

Analisis data menggunakan metode PLS-SEM dengan alat bantu SmartPLS versi 4.0. Tahap pertama pada analisis data adalah analisis validitas dan reliabilitas yang beracuan pada *outer model*. Pada analisis validitas, terdiri menjadi dua, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen ditinjau melalui nilai *outer loadings* > 0,5 (Chin, 1998) dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,5 (Ghozali & Latan, 2015). Kemudian, validitas

diskriminan ditinjau dari *cross loadings* yang dapat dinyatakan lolos apabila indikator terhadap variabel yang diukur adalah yang terbesar jika dibandingkan dengan indikator terhadap variabel yang bukan diukur (Garson, 2016). Selanjutnya, analisis reliabilitas dengan melihat nilai *cronbach's alpha* > 0,6 dan *composite reliability* > 0,7 (Bougie & Sekaran, 2020).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis *outer model* dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 7. Hasil *Outer Loadings*

Kode	OK	KB	KR	KU
OK-1	0.793			
OK-2	0.739			
OK-3	0.711			
OK-4	0.680			
KB-1		0.784		
KB-2		0.683		
KB-3		0.836		
KR-1			0.677	
KR-2			0.650	
KR-3			0.722	
KR-4			0.822	
KU-1				0.737
KU-2				0.700
KU-3				0.750
KU-4				0.692

Note: OK = Orientasi Kewirausahaan; KB = Keunggulan Bersaing; KR = Kreativitas; KU = Keberhasilan UMKM

Tabel 8. Hasil *Cross Loadings*

Kode	OK	KB	KR	KU
OK-1	0.793	0.216	0.439	0.532
OK-2	0.739	0.227	0.309	0.420
OK-3	0.711	0.289	0.344	0.447
OK-4	0.680	0.346	0.239	0.443
KB-1	0.266	0.784	0.362	0.538
KB-2	0.302	0.683	0.300	0.500
KB-3	0.280	0.836	0.454	0.633
K-1	0.261	0.396	0.677	0.471
K-2	0.346	0.253	0.650	0.416
K-3	0.382	0.262	0.722	0.400
K-4	0.350	0.466	0.822	0.515
KU-1	0.534	0.498	0.501	0.737
KU-2	0.428	0.509	0.323	0.700
KU-3	0.318	0.581	0.516	0.750
KU-4	0.534	0.509	0.460	0.692

Note: OK = Orientasi Kewirausahaan; KB = Keunggulan Bersaing; KR = Kreativitas; KU = Keberhasilan UMKM

Tabel 9. Hasil AVE, *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	AVE	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability</i> ( <i>rho c</i> )	Kesimpulan
OK	0.535	0.710	0.821	Valid & Reliabel
KB	0.593	0.654	0.813	Valid & Reliabel
KR	0.519	0.689	0.811	Valid & Reliabel
KU	0.519	0.691	0.812	Valid & Reliabel

Note: OK = Orientasi Kewirausahaan; KB = Keunggulan Bersaing; KR = Kreativitas; KU = Keberhasilan UMKM  
 Berdasarkan tabel 7, 8, dan 9 diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, kreativitas dan keberhasilan UMKM adalah valid secara konvergen karena indikator yang digunakan untuk mengukur keempat variabel tersebut, menghasilkan nilai *outer loadings* di atas 0,5, begitu juga nilai AVE di atas 0,5, serta valid secara diskriminan karena indikator yang digunakan mengukur variabel yang diukur memiliki nilai terbesar dibandingkan nilai dengan bukan variabel yang diukur. Kemudian, indikator yang digunakan juga bersifat reliabel dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* masing-masing di atas 0,6 dan 0,7. Dengan demikian, analisis data dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya yaitu *inner model*.

Tabel 10. Hasil  $R^2$ ,  $f^2$ , dan GoF

Variabel	$R^2$	Kesimpulan	Variabel	$f^2$	Kesimpulan	GoF	Kesimpulan
OK	-		OK → KU	0.333	sedang		
KB	-		KB → KU	0.626	tinggi		
KR	-		KR → KU	0.127	kecil	0.617	Tingkat kelayakan besar
KU	0.704	sedang	-	-	-		

Note: OK = Orientasi Kewirausahaan; KB = Keunggulan Bersaing; KR = Kreativitas; KU = Keberhasilan UMKM

Berdasarkan tabel 10, dapat dinyatakan bahwa sebesar 70,4% variabel keberhasilan usaha kuliner dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas secara bersama dengan sifat pengaruh sedang, sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini. Kemudian, berdasarkan nilai  $f^2$ , orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha memiliki efek sedang; keunggulan bersaing terhadap keberhasilan UMKM memiliki efek tinggi; dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha memiliki efek kecil. Selanjutnya, jika dilihat dari nilai yang dihasilkan pada GoF, maka dinyatakan bahwa keseluruhan kinerja pada model penelitian gabungan (*outer model* dan *inner model*) memiliki tingkat kelayakan yang besar.

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>	Kesimpulan
OK → KU	0,349	2,932	0,003	Positif & Signifikan
KB → KU	0,487	4,623	0,000	Positif & Signifikan
KR → KU	0,230	2,854	0,004	Positif & Signifikan

Note: OK = Orientasi Kewirausahaan; KB = Keunggulan Bersaing; KR = Kreativitas; KU = Keberhasilan UMKM

Hipotesis dinyatakan *valid* jika nilai *p-value* kurang dari 0,05, serta nilai *t-Statistic* lebih besar dari 1,96. Berdasarkan Tabel 11 diketahui bahwa hipotesis pertama (H1) didukung, sehingga dengan meningkatnya keterampilan orientasi kewirausahaan, akan meningkatkan keberhasilan usaha. Didukungnya hipotesis tersebut ditunjukkan dengan nilai *original sample* sebesar +0,349 yang artinya pengaruh positif dan nilai *t-stat* > 1,96 dan *p-val* < 0,05 yang berarti signifikan. Kemudian, hipotesis kedua (H2) didukung, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik keunggulan bersaing, akan meningkatkan keberhasilan usaha tersebut untuk dapat terus bertahan di pasar. Didukungnya hipotesis tersebut dijelaskan oleh nilai *original sample* +0,487 yang berarti

berkontribusi positif dan juga nilai  $t\text{-stat} > 1,96$  dan  $p\text{-val} < 0,05$  yang berarti signifikan. Selanjutnya hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) didukung, artinya meningkatnya kreativitas akan meningkatkan keberhasilan usaha. Hipotesis tersebut didukung karena memiliki nilai *original sample* +0,230 yang berarti berpengaruh positif, dan memiliki nilai  $t\text{-stat} > 1,96$  dan  $p\text{-val} < 0,05$  yang artinya signifikan. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa dari ketiga variabel penentu keberhasilan usaha kuliner, keunggulan bersaing memiliki kontribusi terbesar.

Hasil pengujian hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) diterima, dengan interpretasi orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner. Hasil penelitian ini sejalan dengan Liekyhung & Soelaiman (2022) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan, yang meliputi inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko, secara konsisten berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan memungkinkan pemilik usaha untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar, mempercepat pengambilan keputusan, dan mampu melihat peluang baru secara detail (Suhartini, 2021). Peningkatan orientasi kewirausahaan dapat memperluas kemampuan perusahaan dalam mengembangkan produk, memperluas jaringan pemasaran, dan memperkuat posisi pasar, sehingga berdampak positif pada kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan yang kuat tidak hanya memperbesar peluang keberhasilan, tetapi juga memperkuat daya tahan bisnis dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, khususnya dalam industri kuliner yang sangat dinamis.

Selanjutnya pengujian hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) diterima, yang artinya keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner. Temuan ini sejalan dengan Herminda & Muksin (2021) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing suatu usaha untuk menawarkan nilai lebih tinggi kepada pelanggan dibandingkan pesaing, memiliki dampak langsung pada keberhasilan usaha. Keunggulan bersaing harus dirancang secara berkelanjutan, mencakup inovasi produk, pengelolaan hubungan pelanggan, serta strategi diferensiasi yang konsisten untuk memperkuat posisi pasar (Putri dkk., 2020). Keunggulan bersaing pada industri kuliner merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan usaha, karena memperkuat strategi kompetitif dengan memberikan nilai tambah yang sulit ditiru pesaing, memperkuat loyalitas pelanggan, dan meningkatkan profitabilitas dalam jangka panjang.

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) juga didukung, yang artinya kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha kuliner. Hasil ini sejalan dengan temuan Soriyani & Harahap (2022) yang menemukan bahwa kreativitas merupakan elemen kunci yang menentukan kesuksesan dan pertumbuhan bisnis, karena memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan cepat dengan menghadirkan solusi inovatif yang relevan. Kreativitas menjadi variabel krusial dalam industri kuliner untuk sigap merespon perubahan pasar secara proaktif sehingga memperkuat posisi bisnis khususnya dalam industri kuliner yang dinamis.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

##### **Kesimpulan**

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan memengaruhi keberhasilan usaha kuliner di Jakarta.
2. Keunggulan bersaing secara positif dan signifikan memengaruhi keberhasilan usaha kuliner di Jakarta.
3. Kreativitas secara positif dan signifikan memengaruhi keberhasilan usaha kuliner di Jakarta.

### Keterbatasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan sebagai penentu keberhasilan UMKM hanya 3, yaitu: orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan kreativitas yang diketahui berdasarkan analisis koefisien determinasi bahwa ketiga variabel ini belum mampu menjadi prediktor yang kuat dalam meningkatkan variabel keberhasilan UMKM.
2. Konteks penelitian ini adalah UMKM sektor kuliner di seluruh Jakarta, namun sampel yang diambil hanya berjumlah 55 responden, sehingga belum dapat digeneralisasikan penerapannya pada seluruh pelaku UMKM sektor kuliner di kota Jakarta.
3. Penggunaan *non-probability sampling* dalam pengambilan sampel dapat membatasi generalisasi temuan, karena sampel yang dipilih tidak secara acak dan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi seluruh UMKM kuliner di Jakarta.

### Saran

Adapun saran yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM sektor makanan di kota Jakarta, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji kekuatan prediktor antar variabel, ditemukan bahwa variabel keunggulan bersaing memiliki kontribusi tinggi dalam meningkatkan keberhasilan UMKM, sehingga pelaku UMKM perlu memprioritaskan keunggulan bersaing tersebut dengan cara meningkatkan inovasi dalam memasarkan produk/layanan yang ditawarkan dan mempertahankan reputasi produk/jasa untuk tetap mudah dikenali oleh pelanggan.
2. Kemudian, variabel orientasi kewirausahaan merupakan kontribusi sedang dalam meningkatkan keberhasilan UMKM. Pelaku UMKM perlu untuk meningkatkan tindakan proaktif dalam memperkenalkan pengembangan dan inovasi produk yang ditawarkan kepada konsumen dan juga mempertahankan strategi agresif pada saat bersaing.
3. Selanjutnya variabel kreativitas memiliki kontribusi kecil dalam meningkatkan keberhasilan UMKM, namun kreativitas juga penting untuk diperhatikan dengan cara meningkatkan usaha pembaruan produk sesuai tren pasar dan mempertahankan desain produk yang berbeda agar selalu menciptakan kesan unik bagi konsumen pada produk yang ditawarkan.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak: dosen pembimbing, para responden dan LPPM UNTAR yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

### REFERENSI

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 95–111. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Adam, L., Ermawati, T., Nurjati, E., Yoga Edi, R., Inayah, I., Mulyaningsih, Y., Thoha, M., Sarana, J., Soesilowati, E. S., Saptia, Y., Adityawati, S., & Darwin. (2024). Entrepreneurial orientation in Indonesian SMEs. *Cogent Business & Management*, 11(1), 1-22. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2399750>
- Annisa, N. N., & Elfarina, D. D. (2023). Peran keunggulan bersaing sebagai mediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan dan pengetahuan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 51–64. <https://doi.org/10.33603/jibm.v7i1.8241>

- Apriyani, R., & Juniansyah, R. (2022). Influence Creativity and Social Media on the Success of Talang Bandung Culinary Village in Districts Ogan Commuting Ulu. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(3), 25130-25139. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i3.6556>
- Bougie, R. & Sekaran, U. (2020). *Research methods for business. A skill building approach*. 8<sup>th</sup> edition. USA: Wiley.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: evidence from ethiopian enterprises. *Management Research Review*, 40(3), 292-309. DOI: <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2016-0173>
- Chandra, H. R. D., Ningrum, M. P. W., Susanti, B. D. A., Nugroho, R. H., dan Ikaningtyas, M. (2024). Strategi perencanaan dan pengembangan bisnis kuliner di Indonesia. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(3), 38-48. <https://journal.csspublishing.com/index.php/ijm/article/view/702/499>
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada rumah makan dendeng batokok di Provinsi Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 9(3), 172-182. <https://repository.unja.ac.id/18797/>
- Dedy, N. M., & Soelaiman, L. (2023). Pengaruh orientasi pasar dan bauran pemasaran terhadap keunggulan bersaing usaha olahan pala di Kota Ternate. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(4), 1496-1506. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.04.26>
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di Kota Manado. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1214–1329. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5800>
- Garson, G. D. (2016). *Partial least squares: Regression and structural equation models*. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishers.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris* (Edisi ke-2). Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). Analisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UKM “Duren Kamu Pasti Kembali” di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(3), 1-9. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i3.1252>
- Herminda, H., & Muksin, A. (2021). Competitive advantage strategies and culinary business success. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(4), 580–592. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i4.847>
- Hidayat, A. (2025, Maret 18). *Investasi di sektor makanan & minuman capai Rp 110,57 T di 2024*. detikFinance. Diakses dari: <https://finance.detik.com/industri/d-7828733/investasi-di-sektor-makanan-minuman-capai-rp-110-57-t-di-2024>
- Juliani, V., & Ie, M. (2024). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha dengan dimediasi kesiapan sumber daya manusia. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 259-273. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i1.29775>
- Kadin Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Diakses dari: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Liekyhung, L., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha umkm dki jakarta yang dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 731-738. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19767>

- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (studi pada UKM sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23-37. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>
- Novriansyah, Y., & Ainun, A. (2022). Pengaruh adaptasi kewirausahaan dan karakter wirausaha terhadap kinerja usaha pengolahan makanan di Kabupaten Bungo. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 338-343. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.649>
- Putri, S. M., Desmiyawati, & Hariadi. (2020). Pengaruh keunggulan bersaing dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM): Studi empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir. *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43-53. <https://doi.org/10.31328/jopba.v1i2.119>
- Qalati, S. A., Li, W., Ahmed, N., Mirani, M. A., & Khan, A. (2021). Examining the factors affecting sme performance: the mediating role of social media adoption. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su13010075>
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran e-commerce, media sosial dan digital transformation untuk peningkatan kinerja bisnis UMKM. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 286-299. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i2.23293>
- Sari, D., Kusuma, B. A., Sihotang, J., & Febrianti, T. (2023). The role of entrepreneurial marketing & innovation capability in the performance of SMEs during covid-19 pandemic: Evidence of MSMEs in West Java. *Cogent Business & Management*, 10(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2194091>
- Sari, S. M., Yunizar, Y., & Sartika, D. (2020). Penentu keunggulan bersaing pada UMKM: apakah kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan penting?. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 63-72. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i1.26999>
- Sofyan, S. (2017). Orientasi kewirausahaan, kinerja inovasi dan kinerja pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah pada sentra industri tas desa kadugenep. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 1(1), 65-80 <https://dx.doi.org/10.48181/jrbmt.v1i1.2608>
- Soriyani, H., & Harahap, N. (2022). Pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Desa Patumbak Kampung, Kecamatan Patumbak, Kabupaten Deli Serdang. *VALUE: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 61-70. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.219>
- Suhartini, Y. (2021). Pengaruh karakteristik wirausaha dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada warung kelontong di kasihan bantul Yogyakarta. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(2), 1-9. <https://journal.upy.ac.id/index.php/akmenika/article/view/2144?utm>
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(2), 1-26. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>
- Tempo.co. (2024, September 4). *Industri makanan dan minuman tumbuh 5,53 persen, beri sumbangan terbesar ke PDB*. Diakses dari: <https://www.tempo.co/ekonomi/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-5-53-persen-beri-sumbangan-terbesar-ke-pdb--12737>
- Vincenzi, T. B. D., & da Cunha, J. C. (2021). Open innovation and performance in the service sector. *Innovation & Management Review*, 18(4), 382-399. <https://doi.org/10.1108/INMR-01-2020-0004>
- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Manajemen*, 7(4), 16-40. <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2491444&val=23696&title>

Yulianti, D., Agung Pujiyanto, M. M., & Nasution, U. C. (2023). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kreativitas produk terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha sentra wisata kuliner convention hall keputih di Surabaya. *SOSIALITA*, 2(2), 1041-1047. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sosialita/article/download/9088/6023>