

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Serta Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang Di Cikarang Pusat)

Amelia

Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa
amelia@pelitabangsa.ac.id

Jizenji Tyas Wirastomo

Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa
jizenji@pelitabangsa.ac.id

Kurbandi Satpatmantya BR

Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa
kurbandi.s@pelitabangsa.ac.id

Article's History:

Received 1 Juli 2023; Received in revised form 12 Juli 2023; Accepted 23 Juli 2023; Published 1 Agustus 2023. All rights reserved to the Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET).

Suggested Citation:

Amelia., Wirastomo, J. T., & Satpatmantya BR, K., (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Serta Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus Pada Umkm Depot Air Minum Isi Ulang Di Cikarang Pusat). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9 (4). <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1330>

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai kontribusi yang penting dalam membantu meningkatkan pendapatan daerah. UKM lebih fleksibel dan dapat membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Perubahan yang terjadi dalam berbagai sektor seperti teknologi, menuntut UKM harus bisa beradaptasi dengan cepat agar tidak ketinggalan dengan perusahaan-perusahaan lain. Sebuah perusahaan dituntut mempunyai strategi bisnis agar bisa berkembang dan dapat menjaga eksistensi usahanya. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, merupakan data yang diperoleh peneliti yang berupa tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan oleh peneliti melalui kuesioner. Sumber data primer ini berasal dari sumber yang dipilih atas dasar sampel yang diambil, yaitu UKM Air minum isi ulang yang dipilih sebagai anggota sampel. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisisioner, data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dalam jurnal (Pradana 2019) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada responden. Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha dan pengaruh secara simultan orientasi kewirausahaan, inovasi produk serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha. Pengujian hipotesis ini menggunakan software SmartPLS 4.0

Kata Kunci : Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing dan Keberhasilan usaha

PENDAHULUAN

Dalam memulai pergerakan perekonomian Nasional maupun Global wirausaha memiliki kontribusi yang tidak sedikit. Mengapa wirausaha sangat mempunyai pengaruh yang besar terhadap perekonomian di negara-negara

maju seperti Amerika Serikat ada beberapa alasan, diantaranya adalah wirausaha memberikan banyak kontribusi yang sangat penting bagi perusahaan-perusahaan besar dan wirausaha dikenal dapat menampung banyak tenaga kerja yang lebih inovatif. (Pradana, 2019)

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai kontribusi yang penting dalam membantu meningkatkan pendapatan daerah. UKM lebih fleksibel dan dapat membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan. Perubahan yang terjadi dalam berbagai sektor seperti teknologi, menuntut UKM harus bisa beradaptasi dengan cepat agar tidak ketinggalan dengan perusahaan-perusahaan lain. Sebuah perusahaan dituntut mempunyai strategi bisnis agar bisa berkembang dan dapat menjaga eksistensi usahanya karena persaingan semakin ketat. Setiap perusahaan dituntut untuk melakukan perbaikan berkelanjutan baik dari segi produk maupun pelayanan, yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan pasar dan dapat memenangkan persaingan (Frengky Andiyanto and Sufian, Miyasto 2017).

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Untuk meneliti pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha air minum isi ulang di Cikarang Pusat
2. Untuk meneliti pengaruh Inovasi Produk terhadap keberhasilan usaha air minum isi ulang di Cikarang Pusat
3. Untuk meneliti pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap keberhasilan usaha air minum isi ulang di Cikarang Pusat
4. Untuk meneliti seberapa besar pengaruh Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha secara simultan pada UMKM Air minum isi ulang di Cikarang Pusat

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian pustaka merupakan kajian tentang hasil-hasil penelitian yang relevan dengan masalah yang ingin diteliti, baik itu kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada (Arikunto, 2000:75). Penulis menyadari bahwasanya tidak ada penelitian yang murni sepenuhnya berangkat dari ide-ide pribadi. Dalam hal ini penulis telah melakukan beberapa tinjauan terhadap beberapa buku dan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait dengan orientasi kewirausahaan, inovasi produk, keunggulan bersaing dan keberhasilan usaha.

Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Menurut KBBi Edisi Kelima orientasi adalah peninjauan untuk memutuskan sikap (arah, tempat, dan sebagainya) yang tepat dan benar, atau pandangan yang mendasari pikiran, perhatian atau kecenderungan. Adapun kewirausahaan terdiri dari dua unsur kata yaitu "wira" artinya berani dan "usaha" berarti sebagai kegiatan Bisnis baik komersil maupun non komersil, sehingga kewirausahaan adalah hal-hal yang berkaitan dengan keberanian seseorang untuk melakukan kegiatan bisnis atau non bisnis secara mandiri.

Orientasi Kewirausahaan atau *entrepreneurial orientation* menurut Lumpkin yaitu cara perusahaan membuat keputusan, yang menekankan kepada perilaku kewirausahaan. Adapun menurut Gurbuz dan Aykol, orientasi kewirausahaan adalah postur strategis perusahaan, yang menunjukkan postur kewirausahaan mereka untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan (Hery Pratono, 2018:44-45) dalam jurnal (Sinulingga et al., 2022)

Pengertian Inovasi Produk

Menurut Levitt dalam Suryana (2013:43) dalam jurnal (darman Syafe'i dan Jalaludin, 2021) inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Oleh karena itu UMKM pada usaha Penjahit Pakaian di Kecamatan Baturaja Timur harus terus berupaya untuk mengembangkan strategi yang efektif dan inovatif guna membangun

dan mempertahankan usahanya

Pengertian Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing diartikan sebagai strategi dari perusahaan yang melahkukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasarnya. Untuk mengukur keunggulan bersaing adalah keunikan, tidak mudah di tiru, dan harga bersaing. Keunikan produk adalah keunikan produk atau barang yang memadukan nilai seni dan dengan selera pelanggan, harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga di pasaran, tidak mudah dijumpai berarti keberadaannya langka dalam persaingan yang saat ini dilakukan (Riany.A.I. dan Dahmiri, 2020)(A., Dahmiri, dan Indrawijaya 2021)

Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Suryana dan Bayu (2010:254) dalam jurnal (Syafei & Jalaludin, 2021) keberhasilan usaha adalah tercapainya suatu keberhasilan yang tergantung pada visi, motivasi, dan kompetensi dari setiap individu. Apabila seseorang tidak tercapai suatu kesuksesan, kemungkinan disebabkan visinya terlalu tinggi, yang mana komponen tersebut saling berkaitan dan saling mendukung satu sama lain.

METODE PENELITIAN

Menyebutkan bahwa penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian suatu sampel atau populasi tertentu dengan cara pengumpulan data, sedangkan analisisnya bersifat statistik yang bertujuan untuk menguji suatu hipotesis yaitu instrumen penelitian. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, merupakan data yang diperoleh peneliti yang berupa tanggapan responden terhadap item pernyataan yang diajukan oleh peneliti melalui kuesioner. Sumber data primer ini berasal dari sumber yang dipilih atas dasar sampel yang diambil, yaitu UKM Air minum isi ulang yang dipilih sebagai anggota sampel. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisisioner, data yang terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Dalam jurnal (Pradana, 2019)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan, invasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha . Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada responden.

Pengujian Model Measurement (Outer Model)

Uji Convergent Validity

Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian, untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai dengan 0,60 dianggap cukup (Ghozali, 2011 dalam jurnal (Hendy & Keni, 2019)

Uji Discriminant Validity

Model pengukuran berikutnya adalah nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, yaitu nilai menunjukkan besarnya varian indikator yang dihasilkan oleh variabel latennya, *Convergent* nilai AVE lebih besar 0,5 menunjukkan kecukupan validitas yang baik bagi variabel laten. Pada variabel indikator reflektif dapat dilihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk setiap masing-masing konstruk lebih besar dari 0.5.

Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reability

Tahap pemeriksaan selanjutnya dari *convergent validity* adalah reability konstruk dengan melihat *output cronbach's alpha* dan *composite reability*. Kriteria dikatakan reliabel adalah nilai *cronbach's alpha* dan *composite reability* adalah >0,70 (Ghozali.2011 dalam jurnal (Hendy & Keni, 2019)

Pengujian Model Struktural (*inner Model*)

Uji Nilai R-Square

Pengujian pada model structural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji goodness fit model. Pengujian inner model dapat dilihat dari nilai R- square pada persamaan antar variabel laten. Nilai R-square menjelaskan seberapa besar variabel independen mampu menerangkan variabel dependen.

Menurut Ghozali (2006) dalam jurnal (Oktavenus, 2019) pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai seignifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Nilai *R-square* untuk melihat hubungan antar variabel yang merupakan uji *goodness fit model*. Dengan ketentuan, jika *R-square* > 0,67, maka model dikatakan substansial (kuat), jika *R-square* > 0,33, maka model adalah *moderate* (sedang), *R-square* > 0,19 maka model adalah lemah (buruk)

Uji Path Coefficients

Nilai-nilai yang diestimasi untuk analisa jalur di dalam model struktural harus dievaluasi dalam perspektif kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel. Signifikansi hubungan dapat diperoleh dengan cara melakukan uji *bootstrapping*. Jika nilai *p value* < nilai *alpha* (5%), maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dikategorikan signifikan.

Uji Spesifik Indirect Effects

Analisa specific indirect effects berguna untuk menguji signifikansi hipotesis pengaruh tidak langsung suatu variabel independent terhadap variabel dependen yang dimediasi oleh suatu variabel mediator yang dijelaskan dengan nilai koefisien *P value* < 0,05, maka dikatakan signifikan. Artinya variabel mediator memediasi pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan kata lain pengaruhnya adalah tidak langsung.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Dalam teknik statistic, regresi dimaksudkan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh kinerja pegawai sebagai variabel terikat apabila nilai variabel orientasi kewirausahaan, inovasi dan keunggulan bersaing sebagai variabel bebas diubah menjadi model persamaan regresi. Dengan catatan jika terdapat tanda negative (-) berarti terjadi penurunan, dan jika terjadi tanda positif (+) berarti menunjukkan kenaikan. Dalam penelitian ini pengujian regresi linear berganda dilakukan dengan bantuan SPSS (*statistical Package For Service Solution*). Dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y : Variabel terikat, yaitu keberhasilan usaha

α : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel X_1 : Variabel bebas, yaitu orientasi kewirausahaan

X_2 : Variabel bebas, yaitu inovasi

X_3 : Variabel bebas, yaitu keunggulan bersaing

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan :

Uji Partial (uji-t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Langkah – langkah uji hipotesis untuk koefisien regresi adalah:

Perumusan Hipotesis Nihil (H0) dan Hipotesis Alternatif

(H0) $b_1 = 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X1,X2,X3) terhadap variabel terikat (Y).

(H1) $b_1 > 0$ artinya ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel bebas (X1,X2,X3) terhadap variabel (Y).

Penentuan harga t tabel berdasarkan taraf signifikansi dan taraf derajat kebebasan.

Signifikansi = 5% (0,05)

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak Jika nilai signifikansi < 0,05 maka

H0 diterima dan H1 diterima.

Derajat kebebasan = (n-k-1)

Uji simultan (uji-f)

Uji simultan (uji-f) ini digunakan untuk melihat apakah variabel independent yaitu orientasi kewirausahaan (X1), Inovasi (X2) dan Strategi bersaing (X3) secara Bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependent yaitu keberhasilan usaha (Y). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS adalah :

H0 : $b_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan pada masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

H1 : $b_1 \geq 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan pada masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel (Y). Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikansinya adalah 5% dengan kriteria sebagai berikut :

Jika f hitung > f tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara Bersama-sama dengan variabel terikat (Y).

Jika f hitung < f tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) secara Bersama-sama dengan variabel terikat (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Priyanto (2011 : 251) dalam jurnal (darman Syafe'i dan Jalaludin, 2021), analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent menggunakan koefisien determinasi (R²).

Tabel 1.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardize d coefficients	Standardize d coefficients	SE	T value	P value	2.50%	97.50%
ORIENTASI KEWIRAUSAHAN	0.546	0.487	0.102	5.335	0	0.343	0.749
KEUNGGULAN BERSAING	0.455	0.447	0.145	3.134	0.002	0.167	0.743
INOVASI PRODUK	0.006	0.006	0.121	0.047	0.963	-0.234	0.246
Intercept	2.245	0	1.657	1.355	0.179	-1.044	5.535

Berdasarkan keterangan diatas pada tabel maka diperoleh persamaan regresi berikut :

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Intercept sebesar 2,245 ini berarti jika semua variabel independent (Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk, dan keunggulan bersaing) dianggap sama dengan nol maka secara intercept /konstan sebesar 2,245

2. Koefisien regresi variabel Orientasi kewirausahaan (X1) sebesar 0,546 dan bertanda positif terhadap keberhasilan usaha, artinya setiap terjadi peningkatan variabel orientasi kewirausahaan sebesar satu satuan Keberhasilan usaha akan meningkat 0.546.
3. Koefisien regresi variabel Inovasi produk (X2) sebesar 0,006 dan bertanda negatif terhadap Keberhasilan usaha, artinya tidak terjadi peningkatan pada variabel inovasi produk terhadap keberhasilan usaha sebesar 0.006.
4. Koefisien regresi variabel Keunggulan bersaing (X3) sebesar 0.455 dan bertanda positif terhadap Keberhasilan usaha, artinya setiap terjadi peningkatan variabel Keunggulan bersaing satu satuan maka Keberhasilan akan meningkat 0,455.

Uji f

Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Hasil Uji F

AANOVA"

Model	Sum square	df	Mean square	F	P value
Total	5060.75	99	0.000	0.000	0.000
Error	858.811	96	8.946	0.000	0.000
Regression	4201.939	3	1400.646	156.568	0.000

Sumber : Peneliti (2023)

Dari tabel disini dapat dilihat bahwa $p\text{-value}$ (0,000) < α (0,05). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel variabel Oriebtasi kewirausahaan (X1), Inovasi produk (X2), dan Keunggulan bersaing (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen Keberhasilan Usaha (Y)

Uji t

Hasil uji T dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3 Hasil Uji t Coefficient

Variabel	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	SE	T value	P value	2.50 %	97.50%
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN	0.546	0.487	0.102	5.335	0	0.343	0.749
KEUNGGULAN BERSAING	0.455	0.447	0.145	3.134	0.002	0.167	0.743
INOVASI PRODUK	0.006	0.006	0.121	0.047	0.963	-0.234	0.246
Intercept	2.245	0	1.657	1.355	0.179	-1.044	5.535

Sumber : Peneliti (2023)

Uji t ini digunakan untuk menjawab hipotesis pertama, kedua dan ketiga (H_0 dan H_a). Pengujian dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikan dengan derajat kesalahan 5% (0.05). Apabila tingkat signifikan t value < 0.05 maka variabel independent memberikan pengaruh positif terhadap variabel dependen.

Berikut merupakan hasil uji t yang telah dilakukan :

1. Orientasi Kewirausahaan (X_1)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variabel ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0,343 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih besar dari nilai kesalahan artinya H_a ditolak berarti variabel Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Inovasi Produk (X_2)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variabel ini memiliki tingkat signifikan sebesar -0.234 yang apabila dibandingkan dengan kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan lebih dari nilai kesalahan. Artinya H_0 ditolak berarti variabel Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keberhasilan usaha.

3. Keunggulan Bersaing (X_3)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan variabel ini memiliki tingkat signifikan sebesar 0.167 yang apabila dibandingkan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0.05 variabel signifikan karena lebih besar dari nilai kesalahan. Artinya H_a ditolak berarti variabel Keunggulan Bersaing tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keberhasilan usaha

Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi pada penelitian ini dapat di lihat pada tabel 4.15 berikut

Tabel 4.4 Hasil uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	KEBERHASILAN USAHA
R-square	0.830
R-square adjusted	0.825
Durbin-Watson test	2.27

Sumber : Peneliti (2023)

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan smartPLS 4.0 pada pengolahan data diperoleh nilai koefisien determinasi (r) 0,830 atau 83%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent (Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk dan Keunggulan bersaing) terhadap variabel dependen (Keberhasilan Usaha) sebesar 83% sedangkan sisanya sebesar 17% dipengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Hasil dari penelitian ini menunjukkan dukungan penuh untuk hipotesis pertama (H_1), yang mana hasil penelitian membuktikan bahwa Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Sehingga, hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi Orientasi kewirausahaan, maka akan semakin tinggi pula Keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ita Rifiani Permatasari, Ayu Sulasari (2019) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa sebagian besar pelaku UMKM, sudah mempunyai orientasi kewirausahaan yang baik, tetapi keberanian mengambil resiko kerugian finansial belum sepenuhnya dijalani oleh pelaku UMKM. Juga perlu tingkatkan masalah kemampuan dan memperluas jaringan pemasaran.

Hasil dari penelitian menunjukkan dukungan pada Hipotesis kedua (H2), yang mana hasil penelitian membuktikan bahwa Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi produk pada UMKM Depot air minum isi ulang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Baker & Sinkula (2009) dalam jurnal (Syukron & Ngatno, 2020) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap inovasi produk.

Hasil dari penelitian menunjukkan dukungan bahwa Hipotesis ketiga (H3), yang mana hasil penelitian membuktikan bahwa Inovasi produk memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ita Rifiani Permatasari, Ayu Sulasari (2019) yang menyatakan bahwa pelaku UMKM sudah memiliki pemahaman yang baik akan pentingnya Inovasi produk, walaupun masih adanya kesulitan dalam rancangan desain pengemasan produk.

Hasil dari penelitian menunjukkan dukungan pada Hipotesis keempat (H4), yang mana hasil penelitian membuktikan bahwa Inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keunggulan bersaing pada UMKM Depot air minum isi ulang, sehingga hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi Inovasi produk, maka akan semakin tinggi pula Keunggulan bersaing pada UMKM Depot air minum isi ulang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Disusun oleh Andri Sutisna (2019) yang menyatakan bahwa Inovasi produk yang tepat dapat mempengaruhi keunggulan bersaing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan inovasi berkelanjutan dipandang sebagai sumber keunggulan bersaing serta keunggulan bersaing merupakan nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan untuk konsumennya secara terus menerus.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan dukungan penuh untuk Hipotesis ke lima (H5), yang mana hasil penelitian membuktikan bahwa keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Sehingga hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi keunggulan bersaing, maka akan semakin tinggi pula keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Frans A dan Dahmiri Sigit Indrawijaya (2021) menyatakan bahwa hasil dari penerapan keunggulan bersaing ini menurut keberhasilan usaha di UMKM Depot air minum isi ulang masuk dalam kategori tinggi dengan cara meningkatkan Keunggulan bersaing tersebut dengan meningkatkan setiap indikatornya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha, pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha, pengaruh keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha dan pengaruh secara simultan orientasi kewirausahaan, inovasi produk serta keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha. Pengujian hipotesis ini menggunakan *software SmartPLS 4.0*. setelah dilakukan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan semakin tinggi pula keberhasilan usaha pada UMKM.
2. Inovasi produk memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin rendah inovasi produk, maka akan semakin rendah pula keberhasilan pada UMKM tersebut.
3. Keunggulan bersaing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi keunggulan bersaing, maka akan semakin tinggi pula keberhasilan usaha pada UMKM tersebut.
4. Orientasi kewirausahaan, inovasi produk serta keunggulan bersaing secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Depot air minum isi ulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan, inovasi produk serta keunggulan bersaing pada UMKM, maka akan berpengaruh pada semakin tingginya keberhasilan

usaha yang ada pada UMKM tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta kesimpulan yang ada pada penelitian ini, Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil dari penelitian ini didapat beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh penulis, yaitu:

Bagi perusahaan (UMKM)

1. Orientasi kewirausahaan harus lebih ditingkatkan, hal ini memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Oleh karena itu, UMKM Depot air minum isi ulang harus tetap mempertahankan dan meningkatkan orientasi kewirausahaan pada perusahaan, serta dengan memperhatikan beberapa aspek indikator yang mempengaruhi orientasi kewirausahaan, seperti:
 - a. Proaktif
 - b. Inovasi
 - c. Berani mengambil resiko

Hal ini dilakukan dengan tujuan agar orientasi kewirausahaan yang terdapat pada UMKM dapat meningkat dan tujuan UMKM dapat tercapai dengan maksimal.

2. Inovasi produk harus lebih ditingkatkan, hal ini memiliki pengaruh secara tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Oleh karena itu UMKM Depot air minum isi ulang harus tetap meningkatkan inovasi produk pada perusahaan, serta dapat memperhatikan beberapa aspek indikator yang dapat mempengaruhi inovasi produk, seperti:
 - a. Keunggulan relative
 - b. Keserasian/kesesuaian
 - c. Kekomplekan
 - d. Ketercobaan
 - e. Keterlihatan
3. Keunggulan bersaing harus lebih ditingkatkan, hal ini memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha. Oleh karena itu, UMKM Depot air minum isis ulang harus tetap memepertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing pada perusahaan/umkm, serta dengan memperhatikan beberapa aspek indikator yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha, seperti:
 - a. Keunikan produk
 - b. Kualitas produk
 - c. Harga yang bersaing

Bagi penulis

Saran untuk penulis selanjutnya hendaknya perlu dilakukan uji *prasampling* kuesioner karena dalam penelitian ini masih terdapat indikator yang bersifat ganda, yakni satu indikator dapat mengukur dua variabel. Penelitian selanjutnya sebaiknya bisa dilaksanakan dengan ruang lingkup yang lebih luas, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti selanjutnya dapat menambah beberapa variabel dan faktor lain yang dapat berhubungan dengan keberhasilan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- A., F., Dahmiri, D., & Indrawijaya, S. (2021). 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://doi.org/10.22437/jmk.v9i03.12199>
- darman Syafe'i dan Jalaludin, S. M. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah Pada Penjahit Pakaian Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Lahat Email: jalalgumay2@gmail.com*, 105–127.
- Hendy, S., & Keni, K. (2019). Pengaruh Brand Image, Service Quality, dan Customer Relationship Management Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(5), 56. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i5.6082>
- Oktavenus, R. (2019). Analisis Pengaruh Transformasi Digital dan Pola Perilaku Konsumen Terhadap Perubahan Bisnis Model Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(5), 44. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v3i5.6080>
- Pradana, A. E. (2019). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Petani Lele di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I 14 Agustus 2019*, 442–453.
- Sinulingga, J. E., Amelia, W. R., & Syahrial, H. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Digital Printing di Padang Bulan Medan. In *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)* (Vol. 3, Nomor 1, hal. 51–66). Universitas Medan Area. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i1.991>
- Syafe'i, D., & Jalaludin, J. (2021). PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS WIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL MENENGAH PADA PENJAHIT PAKAIAN DI KECAMATAN BATURAJA TIMUR KABUPATEN OKU. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(2), 105–127. <https://doi.org/10.54895/jmbu.v2i2.1024>
- Syukron, M. Z., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing UMKM Jenang di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 209–222.