
**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KAIN SASIRANGAN**

Najwa

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat
E- mail : najwajwa10@gmail.com

Akhmad Supriyanto

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat

ABSTRACT

This study's objective was to determine and evaluate product innovation's effects and entrepreneurial actions on the success of the Sasirangan fabric business. This study applied a quantitative approach using a causal approach, which aims to determine cause and effect. The population was as many as 112 people. The sample was determined using a purposive sampling technique for a sample of 88 people. Data analysis applied multiple linear regression analysis, F test, T test and determination test. The findings of the study showed that product innovation had a partial impact on the success of the Sasirangan Fabric business. There was an influence of entrepreneurial behavior on the success of the Sasirangan cloth business. There is a concurrent effects of product innovation and entrepreneurial behavior on the success of the Sasirangan cloth business.

Keywords: *Product Innovation, Entrepreneurial Behavior, Business Success.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yakni guna mencari tahu dan melakukan analisis pada pengaruh inovasi produk dan perilaku kewirausahaan pada keberhasilan usaha Kain Sasirangan. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif melalui penggunaan pendekatan kausal yaitu bertujuan untuk mengetahui sebab-akibat. Populasi dalam sebanyak 112 orang. Sampel ditentukan dengan penggunaan teknik purposive sampling sampel penelitian sebanyak 88 orang. Analisis data memanfaatkan analisis regresi linear berganda, uji F, uji T dan uji determinasi. Hasil penelitian membuktikan jika ada jika terdapat pengaruh secara parsial inovasi produk terhadap keberhasilan usaha Kain Sasirangan. Ada pengaruh perilaku kewirausahaan pada keberhasilan usaha Kain Sasirangan Ada pengaruh secara simultan inovasi produk dan perilaku kewirausahaan pada keberhasilan usaha Kain Sasirangan.

Kata Kunci : *Inovasi Produk, Perilaku Kewirausahaan, Keberhasilan Usaha.*

PENDAHULUAN

Tahun 2020 Indonesia mengumumkan lonjakan kasus COVID 19 pertama yang tentunya berdampak secara langsung kepada para pelaku usaha, beberapa wirausaha bahkan mati dan gulung tikar, karena itu para pelaku usaha berlomba-lomba memutar strategi agar usaha mereka tetap membawa keuntungan atau setidaknya tetap bertahan hidup. Penjualan produk melalui sarana digital menjadi pelarian utama para pelaku usaha agar produk yang mereka jual tetap dapat dikonsumsi oleh konsumen tanpa mengkhawatirkan penularan virus COVID 19. Salah satu inovasi usaha yang dilakukan para wirausahawan yaitu turut serta dalam platform penjualan online baik itu dalam bentuk barang maupun jasa. Hal ini menjadi keuntungan besar bagi penyedia platform seperti tokopedia, shopee, gojek, grab, dan perusahaan lain untuk ikut membantu usaha kecil menengah agar tetap dapat hidup di tengah krisis pandemi.

Sampai saat ini adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bagian paling besar dari perekonomian nasional karena UMKM sudah menjadi andalan dalam penyerapan pengangguran, hadirnya UMKM juga sangat membantu dalam pemulihan ekonomi masyarakat, menurut data kementerian koperasi jumlah pelaku usaha UMKM sejumlah 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM yakni sejumlah 117 juta atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha, sedangkan partisipasi UMKM pada perekonomian nasional (PDB) senilai 61,1%, serta sisanya yakni 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang besarnya hanya senilai 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM ini dikuasai oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. UMKM adalah potensi bisnis yang sangat dilaksanakan secara besar - besaran oleh pemerintah, seiring banyaknya masyarakat yang menjadi wirausaha maka akan seiring membaik juga perekonomian suatu daerah disebabkan sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pendanaan lokal bisa terserap serta berguna secara maksimal. Tercatat dalam data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Banjarmasin, hingga tahun 2021 terdapat 112 pengrajin Sasirangan yang menjadikan industri ini sebagai usaha dagang (Banjarmasin, 2021).

Stel, Carree, Thurik & Zoetermeer dalam Hadiyati (2011) menyebutkan jika UMKM memiliki peran sangat yang besar dalam perekonomian nasional. Peran ini khususnya pada aspek misalnya, pembangunan ekonomi, pemerataan pendapatan, meningkatkan ekspor nonmigas, serta meningkatkan peluang kerja. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia sendiri adalah bentuk keoptimisan guna menyokong perwujudan visi Indonesia yakni menjadi negara maju.

Para pebisnis cukup dikenali banyak yang memproduksi berbagai produk kreatif. Banyak dari pebisnis ini menjadi seorang pebisnis yang maju dan berkembang.

Adanya berbagai jenis produk yang diproduksi, misalnya produk makanan olahan, fashion/tekstil, barang kayu serta hasil hutan serta lainnya. Hal tersebut jika usaha yang dijalankan para pebisnis ini diperlukan masyarakat. Kemampuan usaha kecil guna mencapai kesuksesan usaha tertentu antara lain disebabkan oleh faktor kewirausahaan yakni kreatif dan inovatif, mempunyai koneksi serta jaringan yang luas dan mampu menggunakan peluang yang ada. Peran inovasi dan kreativitas

menjadi dasar perkembangan kewirausahaan dikarenakan penting guna jaminan keberlangsungan dan keberhasilan pada suatu usaha.

Kompetisi di antara para pengusaha umumnya bisa memotivasi para pengusaha guna menaikkan mutu produk mereka yang telah ada, terlebih mereka berpikir guna menghasilkan produk yang baru. Bagi produk yang telah ada para pengusaha nantinya memberikan nilai supaya produk tersebut mempunyai nilai tambah yang bisa konsumen serta mempunyai daya saing yang unggul. Hal ini bertujuan agar wirausaha mempunyai keterampilan serta penambahan nilai sehingga bisa melaksanakan pembaruan produk dan perilaku kewirausahaan dari jasa yang ditawarkan untuk pelanggan. Selain itu mereka juga dapat memiliki keberhasilan usaha yang baik dalam melaksanakan pekerjaan selama dalam bidang UMKM yang membuat kain sasirangan.

Perkembangan Usaha Kain Sasairangan di kota Banjarmasin selama ini sudah mulai berkembang pesat karena ditunjang dengan keberhasilan usaha para penjual kain sasirangan, sampai saat ini sasirangan selalu menjadi kebanggaan dserta dijadikan ciri khas masyarakat Banjarmasin. Kain sasirangan sekarang ini telah menghadapi berbagai perubahan. Pada zaman terdahulu, para pengrajin kain sasirangan hanya memanfaatkan cara dan alat yang tradisional bahkan bahan pembuatannya masih menggunakan bahan tradisional melalui pemanfaatan bahan alam yang terdapat di lingkungan sekitar. Pada saat ini, pengrajin sudah banyak menggunakan teknologi dan proses yang lebih modern. Namun dalam pengolahan kain sasirangan terdapat satu hal yang sampai saat ini masih bertahan, yaitu motif kain sasirangan yang masih tradisional, karena saat ini mulai bermunculan motif sasirangan yang modern seperti kain sasirangan dengan kombinasi bordir, payet dan kombinasi tumbuhan. Motif pada kain sasirangan dijadikan salah satu ciri spesial pada kain sasirangan, hingga bertahan serta tetap diminati masyarakat Banjar hingga saat ini. Kain sasirangan yaitu produk unggulan yang diproduksi di Kalimantan Selatan terutama di Kota Banjarmasin.

Kampung Sasirangan merupakan tempat pembuatan batik khas Banjarmasin yakni kain sasirangan yang mana dalam proses produksi batik ini tetap menerapkan cara tradisional. Karena adanya pencanangan gerakan cinta produk dalam negeri termasuk dari daerah masing-masing yaitu sasirangan kemudian di klusterkan menjadi Kampung Sasirangan yang terletak di Jalan Sebrang Masjid Kelurahan Kampung Melayu dan di jalan sungai jingah, sudah menjadi salah satu obyek wisata souvenir kerajinan kain dan busana sasirangan. Dibentuknya Kampung Sasirangan oleh Dinas Pariwisata Pemkot Banjarmasin ini memiliki tujuan guna membuat mudah konsumen juga sarana pembimbingan untuk usaha mikro kecil dan menengah.

Berdasarkan pendapat Zimmerer dalam Suryana (2013) yang mengatakan jika rahasia kewirausahaan sesungguhnya ada pada perilaku seorang wirausaha guna mewujudkan serta mengembangkan suatu hal yang inovatif serta unik. Kesuksesan suatu usaha nantinya diraih jika seorang individu memiliki pemikiran yang kreatif dan inovatif melalui penciptaan sesuatu yang baru atau sesuatu yang lama menggunakan cara-cara baru. Kesuksesan usaha ialah tujuan semua wirausaha, termasuk di dalamnya wirausaha sasirangan. Tantangan yang dihadapi oleh wirausaha, yang bisa menjadi penghambat kesuksesan usaha apabila tidak

segera dilakukan penanganan nantinya dapat menurunkan performa dalam bisnis serta tidak bisa bertahan dalam usahanya.

Kesuksesan usaha yang dimaksud pada penelitian ini yakni dari cara pemilik usaha dan pengrajin kain sasirangan dalam memasarkan produk mereka kepada konsumen. Keberhasilan usaha sebenarnya memiliki ukuran sendiri yaitu dilihat dari penanda kesuksesan usaha berdasarkan pendapat (Suryana, 2003) menjelaskan adanya indikator keberhasilan usaha sebagai berikut: 1) Modal yaitu jumlah dasar dari usaha yang akan dikembangkan oleh pelaku usaha, 2) Pendapatan, yaitu penjualan yang didapatkan secara keseluruhan, 3) Volume penjualan adalah produksi yang dijual ke pasaran dari produk yang telah dikeluarkan oleh para pelaku usaha 4) Output produksi merupakan jumlah produk yang siap pakai atau siap jual kepada konsumen, 5) Tenaga Kerja yaitu para pekerja yang mengerjakan produk usaha yang dikembangkan. Salah satu indikator keberhasilan usaha pada usaha kain sasirangan tersebut dari segi volume penjualan. Hasil data yang didapatkan dari tahun 2022.

Tabel 1.1 Penjualan Kain Sasirangan Kota Banjarmasin

Tahun	Kain (Meter)	Naik (Turun)	
		Meter	%
2017	11,250	-	-
2018	11,050	(200)	-2%
2019	10,500	(550)	-5%
2020	13,700	3,200	30%
2021	9,950	(3,750)	-27%

Sumber: Dinas Perindag Kain Sasirangan Kota Banjarmasin, 2022.

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, penjualan kain sasirangan dari tahun 2017 hingga dengan tahun 2021 menghadapi penurunan, kecuali di tahun 2020 yang mengalami kenaikan cukup signifikan hal ini bisa diamati dengan persentase kenaikan dan penurunan penjualan kain sasirangan di kota Banjarmasin. Penurunan penjualan berlangsung pada tahun 2018, 2019, dan 2021, sementara kenaikan penjualan berlangsung pada tahun 2020. Pada tahun 2020 ada kenaikan penjualan pada masa pandemi, karena Sebagian para pengrajin melakukan penjualan secara online walaupun pada masa pandemic penjualan mereka mengalami kenaikan. Mereka melakukan penjualan melalui media sosial seperti instagram dan tik tok. Hal ini berdampak pada penjualan produk kain sasirangan. Pada tahun 2021 dikeluarkannya perintah dari pemerintah pusat untuk Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), membuat semua kegiatan dan aktifitas terhenti untuk dilakukan sehingga terjadi penurunan penjualan, salah satu contohnya adalah perjalanan dinas luar daerah atau kegiatan-kegiatan di daerah yang mendatangkan tamu-tamu dari luar yang akan membawa cinderamata. Membuat tingkat permintaan dari konsumen untuk membeli kain sasirangan berkurang.

Penurunan penjualan tentunya sangat dipengaruhi oleh strategi perusahaan bagaimana mempertahankan loyalitas pelanggannya. Jika pengusaha dan pengrajin usaha kain sasirangan bisa mempertahankan konsumen yang loyal pada produknya,

dengan otomatis konsumen minimal akan melaksanakan pembelian ulang, serta akan menyarankan produk kepada orang lain.

Penurunan volume penjualan ini juga dilihat dari segi inovasi produk mereka yang harus memberikan minat beli kepada pembeli. Inovasi ialah istilah yang pertama kali dipublikasikan oleh Schumpeter di tahun 1934. Inovasi dianggap menjadi kreasi serta penerapan kombinasi baru. Istilah kombinasi baru ini bisa mengarah pada produk, jasa, proses kerja, pasar, kebijakan dan sistem baru. Istilah 'baru' dipaparkan bukanlah karena orisinal namun cenderung kepada aspek kebaruan. Kebaruan ini diperjelas dengan pandangan Schumpeter yang memaparkan jika inovasi merupakan mengkreasi serta mengimplementasikan sesuatu menjadi kombinasi baru. Dengan inovasi, seorang individu bisa melakukan penambahan nilai dari pelayanan, produk, pemasaran, proses kerja, sistem pengiriman, dan kebijakan, tidak hanya untuk perusahaan namun juga pemegang saham dan masyarakat (Erlina, 2020)

Inovasi bertujuan agar dapat melakukan pemenuhan pada permintaan pasar sehingga produk inovasi ialah salah satu yang bisa dipakai sebagai kinerja marketing untuk perusahaan (Wahyono, 2002). Keberhasilan perusahaan dalam memelihara kelangsungan penjualan produknya ada pada keahliannya dalam melakukan inovasi. Konsumen biasanya ingin apabila produk-produk yang inovatif cocok dengan kemauan mereka. Untuk perusahaan, kesuksesannya dalam melaksanakan inovasi memiliki artian jika perusahaan ini selangkah lebih maju daripada kompetitornya. Hal tersebut memerlukan kecermatan perusahaan dalam mengidentifikasi selera konsumennya sehingga inovasi yang dilaksanakannya pada akhirnya memang berdasarkan atas keinginan konsumennya. Oleh karena itu, inovasi wajib benar-benar berdasarkan atas perencanaan serta dilaksanakan dengan cermat.

Di luar itu peran inovasi dari produk yang dipromosikan senantiasa dinantikan oleh pasar agar terus diperbaharui tidak hanya kualitas namun variasinya. Inovasi adalah sebuah alternatif untuk suatu badan agar tumbuh dan bertahan hidup di lingkungan yang dinamis serta bergejolak. Perusahaan yang tidak melaksanakan inovasi nantinya akan mengalami ketertinggalan oleh kompetitornya dikarenakan konsumen perusahaan tersebut perlahan nantinya meninggalkan serta beralih ke perusahaan pesaing (Gendut, 2011). Menurut pendapat (Lukas, 2000), menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yakni : 1) Perluasan lini (*line extensions*). 2) Produk baru (*me too – product*). 3) Produk benar – benar baru (*new – to – the – world - product*).

Salah satu dari indikator tersebut adalah dari segi produk baru yang disajikan oleh pengusaha dan pengrajin kain sasirangan yaitu Produk benar – benar baru (*new – to – the – world - product*) ialah produk yang masuk kategori baru baik bagi perusahaan maupun pasar. Produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru serta melakukan pembentukan siklus hidup produk yang baru. Selain inovasi produk pelaku UMKM Sasirangan juga harus mampu memasarkan produk dengan baik agar produk dapat dikenal dan mampu bersaing dengan produk kompetitor lain. Adapun inovasi produk dari masing-masing UKM yaitu:

Tabel 1.2
Inovasi UMKM Kain Sasirangan

No	Nama UKM	Lama	Inovasi
1	Nida Sasirangan	3 motif	5 motif
2	Rose Sasirangan	kain	Masker
3	Katuju Sasirangan	kain	Mukena
4	Alya Sasirangan	kain	Jilbab
5	Irna Sasirangan	kain	Cardigan
6	Yaya Sasirangan	kain	Sendal
7	Siska Sasirangan	3 motif	6 motif
8	Aliya Sasirangan	kain	Tas
9	HJ. Purnama Sasirangan	5 motif	7 motif
10	Tiara Sasirangan	kain	Topi

Adapun dari inovasi yang mereka lakukan baik dari bentuk pewarnaan atau dari segi bentuknya, bentuk dari polos menjadi yang berwarna dan memiliki bentuknya yang berhubungan dengan tidak polos ada tulisan atau dari segi corak yang ditampilkan. Inovasi produk pada usaha sasirangan memiliki kaitan erat dengan corak serta motif beragam, dan opsi warna menarik yang mendorong masyarakat di berbagai daerah tertarik guna memakai Kain Sasirangan. Kain Sasirangan tidak senantiasa fokus dalam mengembangkan motif semata, namun juga pada penganekaragaman prosedur pembuatan yang akhirnya - akhirnya menghasilkan jenis Kain Sasirangan Bordir, yakni jenis kain Sasirangan yang menyatukan antara teknik produksi tradisional dengan teknik bordir, kemudian terdapat penganekaragaman pada bahan pewarnaan yang menghasilkan Kain Sasirangan dengan bahan-bahan pewarnaan alami dari tumbuh-tumbuhan melalui pewarnaan alami ini, biasanya diindikasikan dengan jenis warna yang lebih soft atau kalem. Inovasi produk kain sasirangan tidak hanya sebagai bahan pakaian, baru - baru Kain Sasirangan sudah berubah menjadi berbagai produk seni yang memukau contohnya tas, dompet, masker, jilbab, mukena, dan beberapa produk kerajinan lainnya. Akan tetapi sekarang ini, produksi utama industri sasirangan di Banjarmasin masih berbentuk Kain Sasirangan. Sekarang ini, produk baru dari kain sasirangan kebanyakan dihasilkan oleh komunitas penggiat ekonomi kreatif guna melayani pesanan tertentu atau diikutkan pada kegiatan bazar serta pameran. Hal ini disebabkan membutuhkan keterampilan khusus dalam pembuatannya.

Selain dari inovasi produk tersebut perilaku usaha juga mendukung keberhasilan usaha dalam melaksanakan usaha agar dapat berjalan dengan baik. Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh keinginan diri sendiri ataupun pengaruh lingkungan, dengan adanya pengaruh tersebut maka timbullah niat berwirausaha. Para perilaku kewirausahaan ini harus terbiasa melakukan kegiatan yang bisa menunjang kewirausahaannya dengan aktif berkomunikasi kepada pelanggan dan bisa melihat situasi di pasar agar dapat mengumpulkan informasi dan bisa mendapatkan relasi untuk keberhasilan usahanya. Perilaku kewirausahaan juga sebagai salah satu strategi dalam mencapai keberhasilan usaha. Maka hal terpenting dengan adanya inovasi produk adalah perusahaan diharapkan selalu berinovasi

dengan produk yang lama ataupun yang baru dengan penyempurnaan kualitas dari sebuah produk yang dihasilkan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah wirausaha BPS naik sekitar 3,10 persen di tahun 2020, sebelumnya 1,67 persen dari 225 juta penduduk (Badan Pusat Statistik, 2021).

Menurut (Suryana, 2003), indikator perilaku kewirausahaan ialah sebagai berikut: 1) Inovatif, 2) Keberanian menghadapi resiko dan 3) Ambisi mencari peluang. Hal yang mendasari perilaku usaha mereka dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 10 orang responden menunjukkan bahwa

Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Perilaku Kewirausahaan

No	Pernyataan	Tidak Setuju	Kurang setuju	Netral	Setuju
1.	Inovatif, Seorang pengusaha dan pengrajin harus memiliki inovasi produk kain sasingan	4	5	1	0
2.	Keberanian menghadapi resiko Seorang pengusaha dan pengrajin mampu menghadapi resiko saat membuat produk untung atau rugi	0	1	5	4
3.	Ambisi mencari peluang Seorang pengusaha dan pengrajin harus mampu mencari peluang dalam memasarkan produk kepada konsumen	0	0	4	6

Sumber: Hasil Kueisioner tahun 2021

Hal ini berarti bahwa dari 10 orang pengusaha dan pengrajin yang telah diberikan keusioner untuk mengetahui perilaku wirausaha mereka lebih kepada mencari ambisi mencari peluang dalam memasarkan produk kain sasaringan kepada konsumen tersebut. Sedangkan dari segi inovatif dan keberanian menghadapi resiko masih kurang mereka lakukan karena mereka tidak berani dalam mengambil masalah akan datang terutama dari segi modal mereka akan muncul kerugian atau kebangkrutan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas sehingga bisa diketahui jika dari inovasi produk dan perilaku wirausaha terhadap keberhasilan usaha tersebut berdampak keberlangsungan usaha Kain Sasaringan mereka akan datang. Dengan demikian, peneliti tertarik dalam mengangkat penelitian ini dari segi inovasi produk dan perilaku wirausaha terhadap keberhasilan usaha pada pengusaha dan pengrajin kain sasingan di Kota Banjarmasin.

(Farisi, 2013) melakukan penelitian terdahulu yang selaras dengan penelitian yang dilaksanakan penulis dengan mengangkat judul *Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Pengusaha pada Keberhasilan Usaha*. Hasil penelitian ini menyatakan jika inovasi serta kreativitas memiliki pengaruh pada keberlanjutan usaha. Populasi dalam penelitian ini ialah pengusaha rajut di sentra industri rajut binong jati yang berjumlah 293 usaha dilakukan dengan mengumpulkan data dan kuesioner agar dapat mencari tahu pengaruh inovasi produk dan kreativitas pengusaha pada kesuksesan usaha.

Beberapa jenis inovasi pada keterampilan sasirangan sudah pernah dilakukan oleh para pengrajin, salah satunya adalah inovasi sasirangan motif nanas yang diusung oleh Nabil Salim. Inovasi ini berhasil membawa sasirangan hingga ke kancah Internasional karena motifnya yang dianggap unik dan menarik hati para konsumen, adapun pemilihan motif nanas dilatarbelakangi dengan buah nanas sebagai simbol sakral masyarakat Kalimantan Selatan (Ariandi, 2020)

Penelitian ini memiliki tujuan guna :

1. Menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keberhasilan usaha kain sasirangan.
2. Menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha kain sasirangan.
3. Menganalisis pengaruh inovasi produk dan perilaku kewirausahaan berpengaruh pada keberhasilan Usaha Kain Sasirangan Di Kota Banjarmasin.

TINJAUAN PUSTAKA

Inovasi

Inovasi adalah kemampuan seseorang menemukan ide baru yang dapat dikembangkan pada prakteknya. Inovasi adalah ide-ide baru dalam produk, sehingga hasilnya lebih baik. Inovasi ada dalam dua bentuk yakni : Inovasi produk, yang memproduksi barang atau jasa baru atau perbaikan dari yang sudah ada dan inovasi proses, yang menemukan cara baru pada pengerjaan sebuah proses. Inovasi pemasaran adalah teknik - teknik marketing yang baik pada cara-cara berkomunikasi dengan customer melaksanakan edukasi, mengatur pengiriman barang maupun cara pembayarannya (Wahyono, 2002). Inovasi sebagai perubahan organisasi. Inovasi meliputi kreativitas pada penciptaan produk baru, jasa, ide atau proses baru. Inovasi dapat didefinisikan menjadi proses adaptasi produk, jasa, ide, atau proses tidak hanya yang telah ada pada organisasi namun juga yang dikembangkan dari luar organisasi. Secara umum, inovasi mempunyai arti proses pengadopsian hal yang baru oleh siapapun yang mengadopsinya, serta dijadikan proses penciptaan produk baru (Anatan, 2009) .

Inovasi produk merupakan penciptaan produk baru yang bisa melengkapi kebutuhan serta keinginan konsumen yang menyebabkan timbulnya ketertarikan untuk melakukan pembelian pada produk tersebut, yang dikehendaki bisa dilakukan dengan keputusan pembelian.

(Lukas, 2000), memaparkan apabila terdapat beberapa penanda dari inovasi produk, yakni :

1. Perluasan lini (*line extensions*) yakni produk yang diproduksi perusahaan bukanlah benar-benar baru namun relatif baru bagi sebuah pasar. Supaya *line extension* bisa dijadikan teknik yang efektif pada memimpin kompetisi, merek induk wajib mempunyai aset. Di antaranya, *top of mind* dan atribut positif yang kuat. Apabila *line extension* dilaksanakan dengan baik, strategi ini bisa dengan efektif mempercepat laju kinerja merek serta membatasi gerak kompetitor.
2. Produk baru (*me too – product*) yakni produk baru untuk perusahaan namun tidak baru untuk pasar.

3. Produk benar – benar baru (*new – to – the – world - product*) ialah produk yang tergolongkan baru tidak hanya untuk perusahaan maupun pasar. Produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru serta pembentukan siklus hidup produk yang baru.

Perilaku Kewirausahaan

Pengertian Perilaku menurut (Tanjung, 2018), perilaku ialah operasionalisasi dan pengaktualisasian perilaku seseorang atau sebuah kelompok pada suatu (situasi dan kondisi) lingkungan (alam, masyarakat, teknologi atau organisasi), sedangkan sikap merupakan operasionalisasi dan aktualisasi pendirian. Perilaku manusia ialah hasil dibandingkan segala macam pengalaman dan interaksi manusia dengan lingkungannya yang tertuang dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan. Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan jika konsep dasar perilaku manusia pada hakekatnya adalah proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi jika ia adalah makhluk hidup. Hal tersebut bisa ditarik kesimpulan jika seorang individu dengan lingkungan nantinya membentuk perilaku dengan langsung, baik perilaku dalam berwirausaha atau bisnis.

Menurut (Suryana, 2003), perilaku kewirausahaan ialah keterampilan guna mengembangkan ide-ide baru serta cara-cara baru padapemecahan masalah serta mencari peluang. Sehingga bisa dikatakan, perilaku kewirausahaan merupakan keterampilan dalam menemukan sesuatu yang inovatif dan unik. Menurutnya, indikator perilaku kewirausahaan ialah sebagai berikut:

- a. Inovatif
- b. Keberanian menghadapi resiko
- c. Ambisi mencari peluang

Sehingga perilaku kewirausahaan mampu didefinisikan menjadi aktivitas atau kegiatan dari seorang wirausaha yang dituntut oleh enam ciri utama yakni keberanian mengambil resiko, percaya diri, kepemimpinan, befokus pada tugas hasil, dan berorientasi ke masa depan guna mencapai tujuan. Berdasarkan apa yang telah dipaparkan Suryana, individu yang mempunyai jiwa kewirausahaan diindikasikan oleh pola-pola tingkah laku antara lain keberanian menghadapi resiko, inovatif, keinginan menemukan peluang.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha menurut (Suryana, 2003) berhasilnya dari suatu bisnis dalam meraih keinginannya. Kesuksesan usaha ialah tujuan utama dari sebuah perusahaan yang mana seluruh aktivitas yang terdapat di dalamnya dimaksudkan guna meraih sebuah keberhasilan. Secara garis umum, keberhasilan menampilkan sebuah keadaan yang lebih baik atau unggul dibandingkan periode sebelumnya. Sebuah bisnis dianggap berhasil apabila memperoleh keuntungan, meskipun keuntungan bukanlah satu-satunya aspek yang diberikan penilaian dari keberhasilan suatu usaha, namun penyebab laba yang menjadi faktor penting yakni dikarenakan keuntungan ialah tujuan dari orang yang melaksanakan bisnis. Apabila terdapat penurunan laba atau ketidakstabilan laba, akan berdampak pada perusahaan untuk mengalami kesulitan dalam pengoperasian dan memelihara ketahanan bisnisnya.

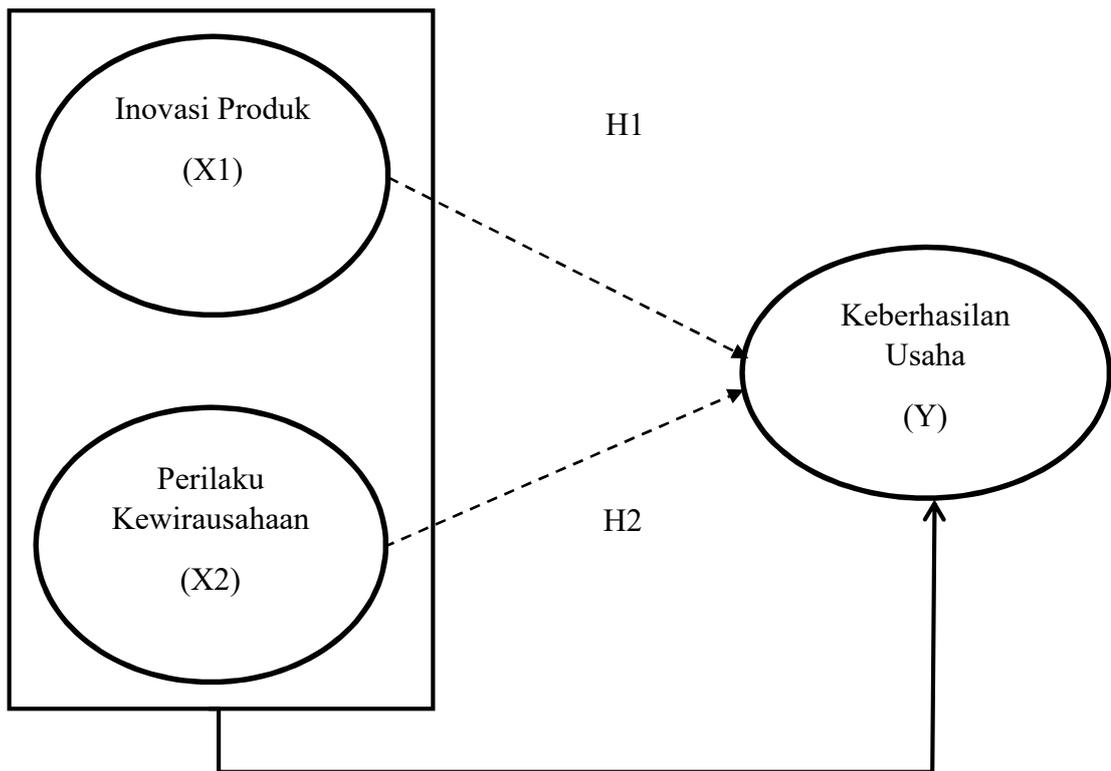
(Suryana, 2003) menjelaskan adanya penanda berhasilnya usaha yakni seperti di bawah:

1. Modal
2. Pendapatan
3. Volume penjualan
4. Output produksi
5. Tenaga Kerja.

KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual menampilkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat yakni pengaruh Inovasi, Perilaku Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha Sasirangan di Kota Banjarmasin. Kerangka konseptual yang baik akan memaparkan dengan eoritis hubungan antar variabel yang nantinya dilakukan penelitian. Di bawah ini merupakan kerangka konseptual yang diterapkan pada penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Keterangan:

▼Memiliki pengaruh secara Parsial

▼ Secara Simultan

Sumber:

Hipotesis 1 (H1) : (Priatna, 2014) (Farisi, 2013), (Gustiana, 2013) (Simanjuntak, 2020).

Hipotesis 2 (H2) : (Lismawati, 2019), (Soesatyo, 2012) (Dirnanudin, 2020)

Hipotesis 3 (H3) : Hairuddin, Enni K (2017)

Hipotesis

H1: Diduga inovasi produk mempunyai pengaruh positif signifikan pada kesuksesan usaha

H2: Diduga perilaku kewirausahaan mempunyai pengaruh positif signifikan pada kesuksesan usaha.

H3: Diduga Inovasi produk dan perilaku kewirausahaan mempunyai pengaruh positif signifikan pada keberhasilan usaha.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang diterapkan yakni jenis penelitian kuantitatif melalui pendekatan penelitian asosiatif kausal. Berdasarkan pemaparan Sugiyono (2016), metode kuantitatif merupakan metode yang berdasarkan pada filsafat positivisme yang menganggap jika suatu realitas, gejala ataupun fenomena bisa digolongkan, relatif tetap, konkret, teramati, terukur, serta hubungan gejala memiliki sifat sebab akibat ialah bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditentukan.

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh pengrajin sasirangan yang ada di Kampung Sasirangan Kampung Melayu dan Kampung Sasirangan di Sungai Jingah Banjarmasin. Hingga tahun 2021 menurut (Disperindag Banjarmasin, 2021) tercatat 112 pengrajin sasirangan yang menjadikan ini sebagai usaha dagang. Sampel berdasarkan (Sugiyono, 2007) merupakan sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi. Teknik yang diambil pada penelitian ini yaitu *purposive sampling* yang merupakan penentuan sampel melalui estimasi tertentu. Pada penelitian ini yang menjadi kriteria sampel ialah pengrajin sasirangan sekaligus menjadikan sebagai usaha dagang. Teknik ini digunakan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki inovasi dalam produk kain sasirangan
2. Termotivasi dalam berwirausaha
3. Berkembang sampai saat ini
4. Memiliki laba dalam usaha

Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin, alasannya dengan adanya penghitungan disebabkan jumlah populasi diketahui 112 orang maka perhitungan tersebut.

Dalam penentuan besaran sampel yang didapatkan dari populasi peneliti menerapkan rumus yang disampaikan oleh slovin dalam Mustafa (2010:90) melalui tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=5\%$ seperti di bawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan pada pemilihan anggota sampel yang ditolerir senilai 5%
Sampel yang masih dapat ditolerir atau dikehendaki senilai 5 %. Sehingga :

$$n = \frac{112}{1 + 112(0,0025)^2}$$

$$n = \frac{112}{1,28} = 87,5$$

Sehingga, bisa ditarik kesimpulan bahwa sampel yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan 88 orang responden.

Pengertian operasional variabel dipakai guna menerangkan definisi operasional dari variabel-variabel penelitian serta menyamakan persepsi dan mencegah kesalahpahaman dalam mengartikan variabel-variabel yang dipakai pada penelitian. Berikut adalah pengertian operasional variabel yang nantinya dipakai pada penelitian ini:

Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel

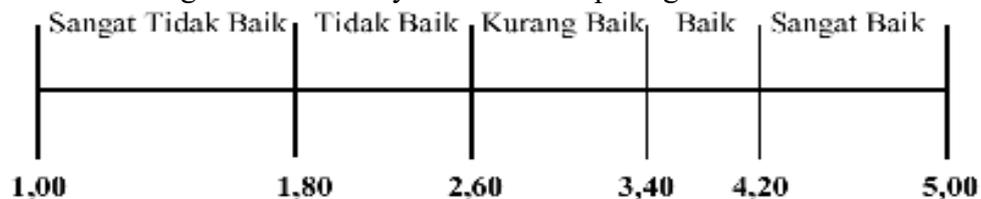
No	Jenis Variabel	Definisi	Indikator
1.	Inovasi (X1) (Lukas, 2000)	Aktivitas penelitian, pengembangan dan atau pun perekayasaan yang bertujuan guna melaksanakan pengembangan pemanfaatan praktis nilai serta konteks ilmu pengetahuan yang baru atau pun metode baru guna mempraktikkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah tersedia ke dalam produk maupun proses produksinya.	a. Perluasan lini (<i>Line extensions</i>) b. Produk baru (<i>me too - product</i>) c. Produk benar-benar baru (<i>new-to-the-wolrd-product</i>)
2.	Perilaku Kewirausahaan (X2) (Suryana, 2003)	Kegiatan atau aktivitas dari seorang wirausaha yang dituntun oleh 6 ciri pokok yakni berani mengambil resiko, percaya diri, memiliki jiwa <i>leadership</i> , memiliki orientasi pada masa depan guna tercapainya tujuan, dan memiliki orientasi tugas hasil.	1. Inovatif 2. Keberanian untuk menanggung resiko 3. Ambisi mencari peluang
3.	Keberhasilan Usaha (Y) (Suryana, 2003)	Mengindikasikan suatu situasi yang unggul atau lebih baik dari pada waktu sebelumnya. Suatu bisnis	1. Modal 2. Penghasilan 3. Volume penjualan

		<p>dianggap sukses jika mendapat keuntungan, meskipun laba bukanlah aspek satu-satunya yang di nilai dari kesuksesan suatu bisnis. Namun, alasan laba yang menjadi elemen utama yakni dikarenakan laba adalah maksud dari individu yang melakukan bisnis.</p>	<p>4. Output produksi 5. Tenaga Kerja</p>
--	--	---	---

Pada penelitian ini, penulis memanfaatkan kuesioner yang dipakai guna mengumpulkan data. Pengukuran variabel memakai skala likert dipakai guna memahami perilaku, opini, serta persepsi sekelompok atau perseorangan mengenai fenomena sosial. (Sugiyono, 2014).

Teknik Analisis Data yaitu analisis deskriptif yakni Metode yang dipakai oleh peneliti saat proses penganalisisan data pada penelitian ini merupakan analisis statistik deskriptif. Sugiyono (2014:206) memaparkan jika analisis deskriptif merupakan: “Statistik yang dipakai guna menganalisis data melalui pendeskripsian atau penggambaran data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya dengan tidak bertujuan menarik kesimpulan yang diterapkan untuk umum atau generalisasi”. Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilaksanakan guna memahami nilai variabel bebas serta variabel terikat. Garis kontinum merupakan garis yang dipakai guna mengukur, menganalisa, serta mengindikasikan besarnya tingkat kekuatan variabel yang sedang dilakukan penelitian, sesuai instrumen yang dipakai. Desain garis kontinum ini menerapkan perhitungan skor yang diterangkan dalam rumus di bawah ini:

Untuk mengklasifikasikannya bisa diamati pada garis kontinum di bawah:



Gambar 3.2 Garis Kontinum

Analisis Regresi ialah analisis yang dipakai guna menghitung suatu pengaruh variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, Imam, 2016). Analisis regresi pada penelitian ini memiliki tujuan guna memahami arah hubungan serta kuatnya pengaruh variabel bebas Inovasi Produk(X1), Perilaku Kewirausahaan(X2) dan variabel dependen Keberlanjutan Usaha(Y) Hubungan fungsional antara variabel independen dan variabel dependen pada model penelitian seperti di bawah ini:

$$Y = a + b_{1X_1} b_{1X_1} + b_{2X_2} b_{2X_2} + e$$

Keterangan:

- Y = Keberhasilan Usaha
a = Konstanta
b1 = Koefisien regresi variabel inovasi produk
b2 = Koefisien regresi variabel perilaku kewirausahaan
x1 = Inovasi produk
x2 = Perilaku kewirausahaan
e = *Standard error*

Pengujian Hipotesis memanfaatkan *Uji Kelayakan Model (Uji F)*, Uji T (Parsial) dan Uji Determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Hasil dan Analisis

Variabel Inovasi Produk

1. Perluasan lini (*Line extensions*)

Hasil dari pernyataan tentang Saya membuat berbagai produk jenis motif dari kain sasirangan agar memiliki banyak pilihan. Responden yang memilih jawaban terbanyak “netral” sebanyak 36 orang (40.9%). Hasil rata-rata menunjukkan 3.64 termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hal tersebut indikator perluasan lini (*line extensions*) pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan (Ersa,2013), yang memiliki penemuan jika produk yang diproduksi perusahaan tidak benar-benar baru namun secara keseluruhan baru bagi sebuah pasar.

2. Produk baru (*me too - product*)

Hasil dari pernyataan tentang Saya membuat produk baru yang mempunyai varian motif yang tidak sama dengan produk yang lain. Responden yang memilih jawaban terbanyak “tidak setuju” sejumlah 44 orang (50%). Hasil rata-rata menunjukkan 2.82 termasuk dalam kategori kurang baik. Hasil dari pernyataan tentang Saya memproduksi berbagai jenis produk dengan model terbaru dari kain sasirangan. Responden yang memilih jawaban terbanyak “tidak setuju” sebanyak 44 orang (50%). Hasil rata-rata menunjukkan 2.95 termasuk dalam kategori kurang baik. Hasil rata-rata indikator dari indikator produk baru (*me too - product*) adalah 2.89 termasuk dalam kategori kurang baik. Produk baru (*me too - product*) yakni produk baru untuk perusahaan akan tetapi tidak baru bagi pasar (Lukas,2000). Berdasarkan hal tersebut indikator produk baru (*me-too-product*) pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Phoebe,2019) yang menemukan bahwa guna mencapai kelebihan bersaing, suatu UKM perlu menambah produk yang terhitung baru tidak hanya untuk perusahaan namun juga untuk pasar dalam menggapai kesuksesan usaha.

3. Produk benar-benar baru (*new-to-the-world-product*)

Hasil dari pernyataan tentang Saya membuat motif dari kain sasirangan yang belum ada di pasaran. Responden yang memilih jawaban terbanyak “netral” sebanyak 56 orang (63.6%). Hasil rata-rata menunjukkan 3.50 termasuk dalam kategori kurang baik.

Hasil kesimpulan dari indikator tertinggi dengan indikator perluasan lini (*Line extensions*) dengan rata-rata menunjukkan 3.64 termasuk dalam kategori baik. Sementara Indikator terendah adalah indikator produk baru (*me too - product*) adalah 2.89 termasuk dalam kategori kurang baik.

Produk benar – benar baru (*new – to – the – world - product*) merupakan produk yang dihitung baru tidak hanya untuk perusahaan namun juga pasar. Produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru serta menciptakan siklus hidup produk yang baru (Lukas,2000). Berdasarkan hal tersebut indikator produk benar-benar baru (*new-to-the-world-product*) pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasingan. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Ersa,2013) yang menyebutkan bahwa produk yang membentuk pasar yang baru serta menciptakan siklus produk yang baru bisa meningkatkan kesuksesan usaha.

Variabel Perilaku Kewirausahaan

1. Inovatif

Hasil dari pernyataan tentang Selalu membuat motif baru dari kain sasingan. Responden memilih jawaban terbanyak “netral” sebanyak 44 orang (50%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.59 termasuk dalam kategori baik.

Inovatif adalah berusaha keras untuk menemukan cara-cara baru agar kinerjanya menjadi lebih baik. Terbuka untuk perspektif, ide, serta temuan-temuan baru yang bisa digunakan dalam peningkatan performa. Tidak terpaku di masa lalu, memiliki pandangan ke masa depan serta terus melakukan pencarian atas gagasan baru. Sifat inovatif dapat dinilai melalui banyak segi yakni tingkat kepuasan pengusaha pada proses produksi juga kualitas produk, percobaan guna meningkatkan kualitas produk serta penjualan, sikap terhadap kritik dari konsumen serta berpengetahuan mengenai perkembangan usaha. Dari enam sifat pada kategori diatas, dua diantaranya dinilai sangat baik yakni guna melaksanakan eksperimen untuk meningkatkan penjualan serta berpengetahuan mengenai perkembangan usaha dan dua lainnya pada kategori cukup, yakni kepuasan atas proses produksi serta kualitas produk (Junaidi, 2019).

Berdasarkan hal tersebut indikator inovatif pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasingan. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Masykuri, 2014) yang menyebutkan jika tingkah laku kewirausahaan yang didasarkan oleh inovatif akan meningkatkan keberhasilan usaha.

2. Keberanian menghadapi resiko

Hasil dari pernyataan tentang Bisa menerima kerugian atas produk kain Sasirangan yang dibuat. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” sebanyak 44 orang (50%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.73 termasuk dalam kategori baik. Hasil dari pernyataan tentang Berani dalam memanfaatkan peluang usaha dengan ambisi kuat. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” sebanyak 40 orang (45.5%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.50 termasuk dalam kategori baik.

Hasil rata-rata menunjukkan dari indikator keberanian menghadapi resiko adalah 3.61 termasuk dalam kategori baik. Sebagian besar aktivitas manusia memiliki ketidakpastian dan resiko. Kerugian potensial pada keadaan yang memiliki resiko

bisa diklasifikasikan ke dalam bidang: Politik, Sosial, Ekonomi, serta Fisik maupun Psikologi, Legal ataupun kombinasi dari keseluruhannya. Pada dasarnya semua pekerjaan mempunyai resiko, sebab masa depan tidak bisa dipastikan. Dampak dari resiko negatif tidaklah dikehendaki oleh siapapun, jadi setiap orang wajib bertindak sebagai *risk manager*, bukan karena terpilih, melainkan terpaksa. Kemampuan serta kemauan mengambil resiko menempatkan satu dari banyak nilai penting dalam kewirausahaan (Suryana, 2003).

Berdasarkan hal tersebut indikator keberanian menghadapi resiko pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal tersebut didukung oleh penelitian (Fitriansyah, 2019) yang menyebutkan bahwa pengusaha harus berani mengambil resiko karena hal tersebut merupakan salah satu kunci dalam keberhasilan usaha.

2. Ambisi mencari peluang

Hasil dari pernyataan tentang Berusaha mencari peluang dalam penjualan kain Sasirangan. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” sebanyak 44 orang (50%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.68 termasuk dalam kategori baik. Hasil dari pernyataan tentang Optimis dalam memproduksi sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” sebanyak 48 orang (54.5%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.77 termasuk dalam kategori baik.

Hasil rata-rata menunjukkan dari indikator ambisi mencari peluang adalah 3.73 termasuk dalam kategori baik.

Hasil kesimpulan bahwa dari indikator tertinggi adalah ambisi mencari peluang adalah 3.73 termasuk dalam kategori baik. kemudian yang terendah pernyataan tentang Selalu membuat motif baru dari kain sasirangan hasil nilai mean menunjukkan 3.59 termasuk dalam kategori baik.

Jika dapat dikendalikan, ambisi akan sangat bagus bila dimanfaatkan guna mengembangkan sebuah bisnis. Ambisi yang besar akan menuntut seseorang pada keahliannya dalam mencari peluang usaha. Tidak hanya dapat mencari peluang, keberanian dalam mengambil peluang kerap menjadi hambatan bagi pebisnis pemula (Sugiarto, 2014).

Berdasarkan hal tersebut indikator ambisi mencari peluang pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal tersebut didukung oleh penelitian (Umar, 2018) yang menyebutkan bahwa berani mengambil resiko adalah kunci dalam keberhasilan usaha.

Variabel Keberhasilan Usaha

1. Modal

Hasil dari pernyataan tentang Keuntungan penjualan menambah laba usaha. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” sebanyak 52 orang (59.1%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.68 termasuk dalam kategori baik. Pada pengoperasian suatu bisnis, salah satu faktor pendukung yang diperlukan yakni modal, dampak modal pada keberhasilan usaha yakni adanya modal menjadi dasar utama di awal bisnis yang akan didirikan (Suryana, 2003).

Berdasarkan hal tersebut modal pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal ini didukung oleh pernyataan (Sholahudin, 2020) bahwa jumlah modal akan sangat berdampak pada perkembangan usaha dalam mencapai kesuksesan usaha.

2. Pendapatan

Hasil dari pernyataan tentang Terjadi penurunan pendapatan pada usaha setiap tahun. Responden memilih jawaban terbanyak “netral” sebanyak 44 orang (50%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.59 termasuk dalam kategori baik. Menurut ilmu ekonomi, penghasilan merupakan hasil dari aktivitas penjualan produk ataupun jasa di suatu perusahaan pada periode tertentu (Suryana,2003).

Berdasarkan hal tersebut indikator pendapatan pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal ini didukung oleh pernyataan (Syafii, 2020) bahwa penghasilan juga dapat diartikan sebagai biaya yang dibebankan pada konsumen atau pelanggan akan harga produk atau jasa. Penghasilan adalah faktor utama dalam perusahaan sebab penghasilan adalah tolak ukur maju mundurnya perusahaan. Jika penghasilan semakin besar, perusahaan tersebut dapat dikatakan menjadi semakin maju, begitupun sebaliknya.

3. Volume penjualan

Hasil dari pernyataan tentang Ada peningkatan penjualan Sasirangan setiap tahun. Responden memilih jawaban terbanyak “netral” dan “setuju” masing-masing sebanyak 40 orang (45,5%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.64 termasuk dalam kategori baik.

Volume penjualan yakni hasil akhir yang telah tercapai oleh perusahaan dari hasil penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan antara tunai maupun kredit namun dijumlah dengan keseluruhan dari total yang diraih (Suryana, 2003).

Berdasarkan hal tersebut indikator volume penjualan pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal ini didukung oleh pernyataan (Kotler, 2000) bahwa keberhasilan usaha dapat dilihat dari volume penjualannya. Volume penjualan mengalami peningkatan serta biaya distribusi merosot, sehingga tingkat tercapainya laba perusahaan akan mengalami peningkatan pula, namun berlaku kebalikannya, apabila volume penjualan merosot maka tercapainya laba perusahaan nantinya akan merosot.

4. Output produksi

Hasil dari pernyataan tentang kain Sasirangan yang diproduksi diluar ekspektasi tujuan usaha. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” masing-masing sebanyak 44 orang (50%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.50 termasuk dalam kategori baik.

Keluaran (*output*) produksi dalam ilmu ekonomi merupakan jumlah jasa atau barang yang dihasilkan dalam periode tertentu oleh pemerintah, perusahaan , and masyarakat baik untuk dikonsumsi secara langsung maupun diolah kembali guna produksi lebih lanjut.

Berdasarkan hal tersebut indikator *output* produksi pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal ini didukung oleh pernyataan (Algifari, 2003) jika kesuksesan usaha bisa diamati dari efisiensi output produksi yang diklasifikasikan menurut efisiensi secara ekonomis.

5. Tenaga Kerja

Hasil dari pernyataan tentang Pegawai diberikan kesempatan memberikan ide untuk pembuatan produk. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” masing-masing sebanyak 48 orang (54.5%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.82 termasuk dalam kategori baik.

Tenaga kerja adalah sumber daya penting guna keberlangsungan produksi dalam suatu perusahaan maupun dalam struktur organisasi. Adanya tenaga kerja dalam suatu kegiatan produksi sangat dibutuhkan, khususnya bagi orang-orang yang produktivitasnya membutuhkan tingkat efisiensi pada prosesnya.

Berdasarkan hal tersebut indikator tenaga kerja pada keberhasilan usaha dinilai baik bagi pengrajin sekaligus pengusaha kain sasirangan . Hal ini didukung oleh pernyataan (Agus, 2015) bahwa tenaga kerja yang memadai mampu mengembangkan dan meningkatkan kesuksesan usaha.

Hasil kesimpulan menyebutkan bahwa dari variabel kesuksesan usaha jawaban yang menurut responden dari pernyataan tentang Pegawai diberikan kesempatan memberikan ide untuk pembuatan produk. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” masing-masing sebanyak 48 orang (54.5%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.82 termasuk dalam kategori baik.

Sementara itu yang terendah adalah dari pernyataan tentang Sasirangan yang diproduksi diluar ekspektasi tujuan usaha. Responden memilih jawaban terbanyak “setuju” masing-masing sebanyak 44 orang (50%), sementara hasil nilai mean menunjukkan 3.50 termasuk dalam kategori baik.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji regresi Linear Berganda

Untuk menemukan dampak variabel inovasi produk (X1) dan variabel perilaku kewirausahaan (X2) pada variabel kesuksesan usaha (Y) maka digunakan analisis statistik yakni model analisis regresi berganda dari jumlah perhitungan dengan memakai komputer melalui program SPSS. Adapun hasil analisis regresi bisa diamati pada tabel dibawah ini :

Tabel 1
Hasil Perhitungan Model Coefficientsa Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.379	1.886		1.262	.210
	Inovasi Produk (X1)	.878	.151	.415	5.816	.000
	Perilaku Kewirausahaan (X2)	.512	.168	.538	7.539	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Menurut jumlah perhitungan tabel 1, sehingga persamaan garis regresi berganda yakni seperti di bawah ini :

$$Y = 2,379 + 0,878X1 + 0,512 X2 + e$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

X1 = Inovasi Produk
 X2 = Perilaku Kewirausahaan

Hasil persamaan regresi berganda di atas memberi definisi bahwa inovasi produk (X1), perilaku kewirausahaan (X2), memiliki pengaruh positif pada keberhasilan usaha (Y).

1. Koefisien regresi untuk variable Reliability (bX_1) sebanyak 0,878 dan juga signifikan pada $0,000 < 0,05$, memiliki tanda positif (+), hal tersebut mengindikasikan jika inovasi produk semakin meningkat maka keberhasilan usaha kain sasirangan juga kian meningkat.

2. Koefisien regresi untuk variabel perilaku kewirausahaan (bX_2) sebanyak 0,512 dan juga signifikan pada $0,000 < 0,05$, memiliki tanda positif (+), hal ini menampilkan jika perilaku kewirausahaan seiring meningkat maka keberhasilan usaha kain sasirangan juga kian meningkat.

Menurut persamaan regresi sebelumnya, bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel inovasi produk (X1) sangat kuat serta memiliki dampak pada keberhasilan usaha (Y), lalu disusul variabel perilaku kewirausahaan (X2). Dan faktor dominan yang memberi pengaruh pada keberhasilan usaha yakni inovasi produk (X1) yang diindikasikan dengan nilai koefisiensi regresi terbesar yakni sebanyak 0,878 dibanding variabel perilaku kewirausahaan.

Hasil Uji F Model

Hasil dari pengujian tersebut bisa diamati pada tabel berikut ini:

Tabel 2 Pengujian Uji F Model

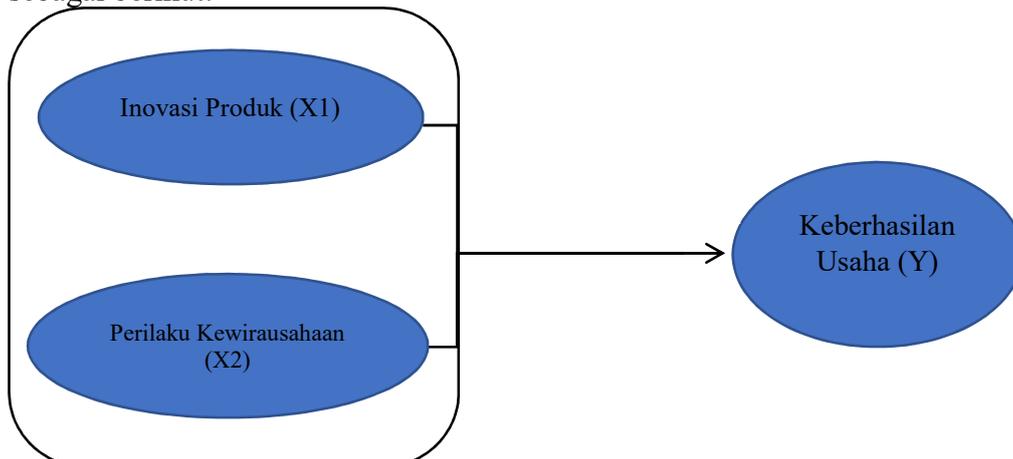
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	440.072	2	220.036	71.011	.000 ^b
	Residual	263.383	85	3.099		
	Total	703.455	87			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

b. Predictors: (Constant), Perilaku Kewirausahaan (X2), Inovasi Produk (X1)

Menurut hasil uji F model dalam tabel di atas, maka nilai F sebanyak 71.011 lebih besar daripada nilai f tabel sebanyak 3,10 melalui tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$ sehingga dengan bersamaan variabel inovasi produk serta perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh secara nyata pada variabel keberhasilan usaha kain sasirangan.

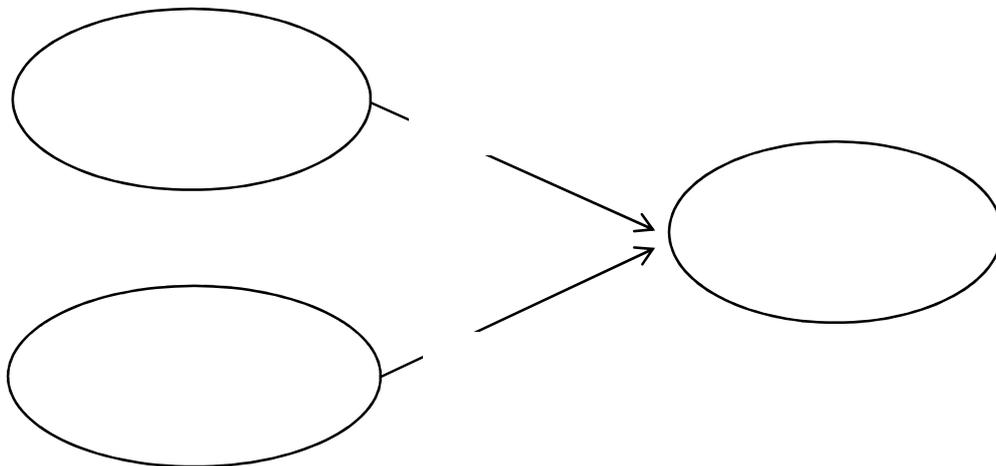
Maka dapat digambarkan dalam bentuk model kerangka dari uji F model tersebut sebagai berikut:



Gambar 5.1
 Hasil Uji F Model (Uji Simultan/uji Serentak/Uji Bersama-sama)
 X₁ dan X₂ terhadap Y

Hasil Uji t Parsial

Pengujian hipotesis model pertama yang dipakai pada penelitian ini yakni guna memeriksa H1 hingga H2 atau guna memahami tingkat signifikansi dampak inovasi produk (X1), serta perilaku kewirausahaan (X2) secara parsial pada keberhasilan usaha (Y) dengan taraf uji signifikansi (α) = 0,05



Gambar 5.2
 Hasil Uji T (Parsial)

Hasil Uji Determinasi

Perhitungan statistic koefisien determinasi yang dipakai pada penelitian ini yakni dengan memanfaatkan bantuan dari program komputer SPSS For Windows hasil pemrosesan data dengan memakai program SPSS bisa diamati dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.626	.617	1.76029

a. Predictors: (Constant), Perilaku Kewirausahaan (X2), Inovasi Produk (X1)
 b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Menurut hasil Uji SPSS 24, nilai R Square sebanyak 0,626 (62,6%). Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel yang diteliti (inovasi produk serta perilaku kewirausahaan) berpengaruh pada keberhasilan usaha sebanyak 62,6%, sementara sisanya yakni sebanyak 37,4% diberi pengaruh oleh variabel yang tidak termasuk pada penelitian ini seperti Produk, Pelayanan, Promosi dan lain-lain.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Inovasi Produk dan Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha secara Kelayakan Model

Hasil uji kelayakan model dalam penelitian ini memiliki hasil 71.011 lebih besar dari nilai f tabel sebanyak 3,10 melalui tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,05$, menunjukkan bahwa inovasi produk serta perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh secara nyata pada Keberhasilan Usaha. Hal tersebut sesuai dengan kenyataan bahwa pada kedua faktor tersebut ketika seseorang ingin berhasil dalam suatu usaha yaitu karena adanya inovasi produk yang baru dan perilaku kewirausahaan yang baik.

Adanya pengaruh antara inovasi produk dan perilaku kewirausahaan disebabkan dari indikator inovasi produk yakni perluasan lini (*line extensions*), produk baru (*me too-product*), produk benar benar baru (*new-to-the world-product*) dengan adanya hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi keberhasilan usaha pada usaha yang responden kelola. Perluasan lini yang dimaksud dalam inovasi produk adalah cara kain sasirangan tersebut maka dapat dilihat bahwa dari segi produk yang dijual kepada konsumen.

Pada penelitian ini, responden juga dipengaruhi oleh beberapa indikator dari perilaku kewirausahaan yaitu inovatif, keberanian menghadapi resiko, ambisi mencari peluang, ingin tahu dan fleksibel yang dapat membuat hal tersebut menjadi sebuah keberhasilan usaha dalam usaha yang responden kelola. Perilaku kewirausahaan secara positif berpengaruh pada kesuksesan usaha.

Hasil tersebut selaras dengan hasil penelitian Aloysius Gunadi Brata (2009:95), Ardiansyah (2019), Nelly A. (2001), menyatakan bahwa inovasi produk serta sikap kewirausahaan memiliki dampak yang positif dan signifikan pada keberhasilan usaha. Seorang wirausaha pasti mempunyai daya pikir yang kreatif untuk mengembangkan produk yang akan diperjualbelikan juga guna mengalahkan pesaing yang ada di pasar.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil uji parsial pada penelitian mengindikasikan data dimana variabel inovasi produk (X1) memiliki nilai t_{hitung} sebanyak 5.816 serta tingkat signifikan sebanyak 0,000. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh nyata serta positif pada keberhasilan usaha kain sasirangan sehingga dapat diambil keputusan (H1) dalam penelitian ini yaitu inovasi produk bisa mempunyai pengaruh nyata dan positif pada keberhasilan usaha diterima.

Hasil tersebut selaras dengan penelitian lain yaitu dari Sawney (2005), Farisi (2013), Renita (2015) yang menyebutkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif pada kesuksesan usaha. Oleh karena itu, bisa ditarik kesimpulan bahwa dengan inovasi produk tersebut memiliki pengaruh pada kesuksesan usaha seorang pelaku usaha terutama usaha kain sasirangan yang ada di Kota Banjarmasin.

Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil uji parsial pada penelitian menunjukkan data dimana variabel Perilaku Kewirausahaan (X2) memiliki nilai terhitung sebesar 7.539 dan tingkat signifikan sebanyak 0,002. Hal ini menegaskan bahwa sikap kewirausahaan memiliki pengaruh nyata dan positif pada keberhasilan usaha kain sasingan (H2) diterima. Rata-rata Indeks Likert dari variabel perilaku kewirausahaan yaitu 80,61 % yang masuk dalam klasifikasi baik. Indeks likert tertinggi pada variabel perilaku kewirausahaan yaitu pada indikator fleksibel dengan hasil 85.54%. Mayoritas responden sebanyak 33 orang memilih setuju dengan pernyataan pengrajin dan pengusaha kain sasingan harus optimis dalam menghasilkan sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Hasil penelitian Lismawati (2019), Soesatyo (2012) serta Syarifudin (2020) yang menyebutkan bahwa Perilaku Kewirausahaan mempunyai pengaruh yang nyata dan positif pada keberhasilan usaha. Semakin baik Perilaku Kewirausahaan yang dilakukan suatu perusahaan maka akan dapat mempengaruhi Keberhasilan Usaha. Daulay dan Ramadini (2013:3) kesuksesan dalam berwirausaha tidak sama dengan seberapa sukses seseorang mengumpulkan harta atau uang dan menjadi kaya, sebab kekayaan dapat didapat melalui banyak cara sehingga menghasilkan nilai tambah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil uji statistik serta hasil hipotesis pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Inovasi produk dan perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh nyata dan positif pada Kesuksesan Usaha Kain Sasirangan.
2. Inovasi produk memiliki pengaruh nyata dan positif pada Kesuksesan Usaha Kain Sasirangan.
3. Perilaku kewirausahaan memiliki pengaruh nyata dan positif pada Kesuksesan Usaha Kain Sasirangan.

Saran

Sehubungan dengan manfaat penelitian secara praktis sebagaimana yang telah disebutkan pada bab 1 maka :

1. Bagi Dinas Perindustrian

Hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar dapat menyediakan pendidikan dan pelatihan dalam mendukung industri rumahan ini agar UMKM Kain Sasirangan dapat mencapai inovasi produk mereka agar lebih baik lagi sehingga mereka dapat mencapai keberhasilan usaha mereka mendatang.

2. Bagi pelaku usaha

Hasil penelitian ini dikehendaki bisa membuat produk yang memiliki variasi dari segi kain sasingan tersebut. Hasil ini mengindikasikan bahwa dengan adanya perilaku yang baik dalam berwirausaha tersebut dapat menghasilkan keberhasilan usaha dalam memberikan hasil dalam usahanya dengan membuat motif untuk acara resmi namun bisa dipakai untuk sehari-hari mencampur motif modern dengan motif sasingan yang ada sekarang ini.

3. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini bisa menyediakan saran juga masukkan dalam pengembangan dari segi motif produk kain sasirangan ini agar tidak hanya sebatas dari kain yang digunakan untuk acara resmi namun bisa dipakai dalam keseharian seperti baju tidur dan daster. Selain itu dapat menjadikan kain sasirangan ini menjadi icon sehari-hari masyarakat kota Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Mustafa. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen (Kasus Pada Restoran D'Cost Seafood Bandung). Skripsi FPIPS UPI Bandung. Tidak Diterbitkan.

Ahmad Ali Masykuri, Yoyok Soesatyo. (2014) Jurnal Analisis Prilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UKM)

Aksin, N. (2018). Upah dan Tenaga Kerja. *Meta Yuridis*.

Alfina Dewi Ratnasari. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. Volume 5, Nomor 1. ISSN 2355-5408.

Anatan, L. E. (2009). *Manajemen Inovasi Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia*. Bandung: CV ALFBETA.

anagement, 270-292.

Andronicus, Sanaya, Simanjuntak. (2020). Pengaruh Disiplin, Stres Kerja dan Kompensasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Indofood Cbp Sukses Makmur. Volume 6 Nomor 2. p – ISSN :2301-6256 e - ISSN: 2615-1928

Anggraeni, E. Y., & Irviani, R. (2017). Pengantar Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.

Ari Wijayanti. (2007). Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Ariandi, M. (2020, 10 17). Inovasi, Desain Terbaru Tahun 2020 Kain Sasirangan Motif Nanas. Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Arikunto, S. (2002). Metode Penelitian .

Badan Pusat Statistik. (2021, 06 15). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from bps.go.id:

<https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbfvefe=YTNmOWQwNjVIZDUyOTVkyYjVhYjgzZTVm&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzIwMjAvMTIvMjUvYTNmOWQwNjVIZDUyOTVkyYjVhYjgzZTVmL3N0YXRpc3Rpay1rYXJha3RlcmlzdGlrLXVzYWVhLTIwMjAuaHRtbA%3D%3D&twoadfn>

Banjarmasin, D. K. (2021). *Kepala Disperindag*. Banjarmasin: Disperindag Kota.

Christoper J Collins, p. j. (2004). the relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: a meta- analysis. *cornell*

