

---

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK  
TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA KECIL MENENGAH(STUDI PADA  
UKM DI WILAYAH BANJARMASIN UTARA)**

---

**Dena Alifia Kencana**

Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat  
E- mail : denalifiakencana01@gmail.com

**Muhammad Ziyad**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Lambung Mangkurat

**ABSTRACT**

*This research has aim to have a good command and analyze if (1) Entrepreneurial Orientation affects Business Continuity; (2) Product Innovation affects Business Continuity. This research apply quantitative metode that has purposed to describe correlation between two variables or more.*

*Population in this research is the owner "UMKM" in Kecamatan Banjarmasin Utara. Sample took using nonprobability sampling and Data analysed by using multiple linear regression.*

*The result shows that; (1) Entrepreneurial Orientation affected Business Continuity significantly; (2) Product Innovation affected Business Continuity significantly.*

**Keywords:** *Entrepreneurial Orientation, Product Innovation and Business Continuity.*

**ABSTRAK**

*Penelitian memiliki tujuan buat mengetahui dan menganalisis apakah (1) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha; (2) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha. Pada penelitian ini memakai jenis Penelitian Kuantitatif yang berfokus guna memaparkan hubungan antara dua variabel atau lebih.*

*Populasi penelitian yaitu pengusaha UKM di kecamatan Banjarmasin Utara. Sampel dalam penelitian ini diambil melalui teknik nonprobability sampling. Analisis data memakai Regresi Linier Berganda.*

*Hasil penelitian menetapkan maka; (1) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha; (2) Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha.*

**Kata kunci:** *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keberlangsungan Usaha*

## PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran besar di perekonomian nasional. Peran ini ada kesempatan kerja dengan berbagai aspek yang dihadapi, pemerataan pendapatan masyarakat, mengurangi angka urbanisasi dan pemerataan pembangunan ekonomi di desa-desa. UKM dengan mudah beradaptasi dengan permintaan pasar. UKM di Banjarmasin memiliki karakteristik informal, seperti status usaha yang tidak memiliki dasar hukum, tidak melakukan pencatatan keuangan, modal terbatas dan keahlian terbatas. Dari sekian banyak pelaku UKM, hanya sebagian menyadari betapa pentingnya landasan hukum buat bisnisnya. Badan hukum sangat bermanfaat dalam memajukan UKM, seperti saat ingin melakukan pengajuan kredit. Pihak bank akan lebih mudah memberi kredit kepada UKM yang sudah berbadan hukum.

**Tabel 1. Database UMKM se-Kota Banjarmasin Tahun 2014-2018.**

No.	Tahun	Mikro	Kecil	Menengah	Jumlah
1.	2014	30.631	3.630	1.607	35.862
2.	2015	31.416	3.723	1.642	36.781
3.	2016	35.056	5.283	1.902	42.241
4.	2017	42.336	3.827	1.695	47.858
5.	2018	44.325	3.828	1.705	47.858

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM, dan Tenaga Kerja Kota Banjarmasin, 2018

Pada tabel 1. menetapkan maka unit usaha terus meningkat baik secara keseluruhan, entah usaha mikro, kecil ataupun menengah yang ada di Kota Banjarmasin. Tetapi, kebanyakan UKM tidak memiliki badan hukum karena terkendala pengurusan izin yang menurut mereka sulit, serta keterbatasan biaya dan ketidaktahuan langkah yang dibutuhkan.

Handayani dalam (Marwati, Damyanti, & Widayati, 2017, p. 200) keberlangsungan usaha (*business Sustainability*) yakni sesuatu yang dipakai buat melindungi dan memajukan suatu usaha sebagai sumber daya, orang-orang yang buat menemukan suatu cara yang memungkinkan dapat memberikan keperluan akan datang dari lingkungan yang digabungkan. Keberlangsungan usaha (*Business Sustainability*) yakni proses berlangsung pada konsistensi kondisi suatu usaha yang memuat pertumbuhan dan perkembangan buat menjaga strategi kelangsungan kemajuan usaha yang berpacu pada ketahanan (ekstensi) usaha.

Pada hal mengungkapkan (Matsuno, 2002, p.155) Adanya gabungan rencana bisnis (*compilation of a business plan*), pembaharuan rencana bisnis reguler (*regular updating of business plan*), menganalisis pesaing (*regular analysis of competitor*), kemudahan memuat bisnis baru (*easy of venturing into a new business*), keahlian perhitungan atau perhitungan resiko (*not a problem to take calculated risks*), hal ini dari faktor penyebab kuatnya suatu bisnis dalam keberlangsungan usaha

Kinerja UKM menjadi penting buat dibicarakan karena berhubungan dengan keberlangsungan usahanya dimasa yang akan datang. Apabila tingkat kinerja usaha rendah maka akan mempengaruhi keberlangsungan usaha yang selama ini dijalankan, karena kurang mampu memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi pengelola dan orang lain yang ikut terlibat didalamnya.

Pelaku UKM yang sering diabaikan padahal untuk dapat memahami sejauh mana kinerja usaha ini kegiatannya harus dipelihara dan diawasi dengan baik keberlangsungan usaha kegiatannya. Seringnya tutup buka usaha yang berganti usaha dengan alasan mengalami kerugian atau minim minat ataupun kalah bersaing dengan pengusaha yang lebih besar hal ini kesalahan yang selalu tanpa disadari oleh pelaku usaha

Beberapa masalah itu selayaknya berperan akan mempengaruhi keberhasilan usaha yang dilakukan, namun dengan adanya manajerial yang bagus dan keinginan buat melakukan inovasi diharapkan masalah tersebut dapat diatasi (Suswanto, 2011, p. 84).

Menurut (Rita Indah Mustikowati, 2014) dan (Reni Shinta Dewi, 2013) faktor yang berperan pada orientasi kewirausahaan, inovasi, strategi bisnis, manajemen sumber daya manusia, karakteristik wirausahawan dan karakteristik dari usaha itu sendiri pada keberlangsungan hidup. Kemudian pada ini peneliti menggabungkan pada penelitian variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk buat mengetahui pengaruhnya terhadap keberlangsungan usaha.

Orientasi kewirausahaan diidentifikasi sebagai bagian dari faktor yang mempengaruhi kinerja usaha. Prieto dalam (Ilham, 2018, p. 7) mengungkapkan individu pengusaha bisa dianggap mempunyai pengaruh yang baik pada bisnis yang akan kesuksesan kesuksesan pada kewirausahaan berkinerja dengan sehat pada suatu bisnis Rauch, dkk dalam (Ilham, 2018, p. 7) mempunyai kemampuan dan keahlian untuk meningkatkan dalam menetapkan orientasi kewirausahaan guna meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Bagian alat yang sangat penting pada mengembangkan usaha, dari pengelola dan pemilik terlihat menjalankan yang memberikan perilaku proaktif dan inovatif serta berani untuk mengambil resiko hal ini disebut dari orientasi kewirausahaan.

Faktor dari salah satu yang peran kinerja usaha sebagai identifikasi dari inovasi. Mengungkapkan dari berbagai penelitian selaras dari (Baer & Frese, 2003) maka dapat inovasi yang menemukan untuk menilai kinerja perusahaan. Nilai tambah guna meningkatkan inovasi dari suatu produk serta menimbulkan produk baru yang memberikan solusi dalam pemecahan masalah yang lebih baik dihadapi konsumen (Gronhaug & Kaufmann, 1988) mengungkapkan sarana buat bertahan hidup dalam menghadapi lingkungan persaingan yang serba tidak pasti bahwa inovasi bisa menciptakan keunggulan bersaing, serta yakni keterkaitan inovasi dan kinerja usaha juga diungkapkan oleh (Tidd & Bessant, 2009) mengambil keuntungan yang ada sehingga suatu perusahaan dapat terus bertahan yang menetapkan maka tujuan inovasi yaitu buat memanfaatkan peluang. Chandler dalam (Ilham, 2018, p. 8) hasil dari usaha dengan tujuan tertentu buat menciptakan pengetahuan dan cara-cara baru buat menerima pengambilan investasi melalui penetapan harga dan menetapkan maka peluang inovatif yakni hasil usaha terstruktur perusahaan

Semua pelaku usaha yang terkait untuk mempunyai kelebihan dan mengatur cara agar mampu bertahan dan memenangkan pesainagan usaha hal ini dilakukan dengan cara memaksa para pelaku usaha. Apa yang ditimbulkan UKM menjadi dasar utama untuk diperlihatkan oleh pelaku UKM pada suatu komponen produk (*Output*). Pada penyajian produk mereka yang jauh lebih berhasil dengan melebihi orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang peluangnya mempunyai jauh lebih menarik minat konsumen. Kehidupan berbisnis tidak bisa dilepaskan dari sebuah inovasi atau jiwa roh untuk perkembangan suatu perusahaan. Sebuah inovasi bisa maju yang dilaksanakan oleh siapa saja dan dimana saja, karena perusahaan besar dan perusahaan kecil inovasi tersebut diperlukan buat melakukan keberlangsungan usaha dengan inovasi (Dhewantho, 2014, p. 299).

Berdasarkan survei di Kelurahan Alalak Utara, Tengah dan Selatan. Di kecamatan Banjarmasin Utara terdapat 35 Industri Penjual Kayu, data tersebut didapat dari persatuan Industri Kecil Menengah Penjual Kayu. Hal ini menunjukkan maka penduduk se-kecamatan Banjarmasin Utara lebih dominan bekerja sebagai pegawai. Berkaitan dengan jenis profesi pekerjaan yang ada menunjukkan maka profesi pegawai jauh lebih besar daripada profesi industri kayu. Berdirinya industri kayu di Kelurahan Alalak Utara, Tengah dan Selatan memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat karena diketahui industri kayu menyerap tenaga kerja yang jumlahnya terdiri dari 5 sampai 10 orang pekerja, belum termasuk buruh harian. Berdasarkan data berikut, akan dibahas mengenai pertumbuhan industri kayu yang harus ditingkatkan sebaik mungkin. Menurut (Murphy, JW, & R.C., 1996, p. 17) kinerja dapat dilihat melalui efisiensi, laba dan pertumbuhan. Hal ini bisa dicermati grafik sebagai berikut :

**Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Industri Kecil Menengah (IKM) Kayu di Banjarmasin**



Sumber : Badan Pusat Statistik Banjarmasin (31 Mei 2018)

Pada gambar 1 menunjukkan maka pertumbuhan industri kecil menengah (IKM) penjual kayu di Banjarmasin pada tahun 2018 mengalami penurunan. Terlihat pada triwulan I sebesar 7,35% mengalami penurunan di triwulan II sebesar 0,98% kemudian mengalami kenaikan di triwulan III sebesar 1,76% dan kembali mengalami penurunan di triwulan IV sebesar -2,72%. Penurunan ini terjadi karena ketersediaan bahan baku berkurang dan penurunan daya saing produk di dalam negeri.

Berdasarkan observasi awal peneliti, orientasi wirausaha yang ada pada UKM di wilayah Banjarmasin Utara masih juga belum optimal. Hal ini dibuktikan dengan minimnya keberanian mereka buat pengambilan resiko dalam membuat atau mengeluarkan desain hasil pemikiran sendiri buat produk mereka yang akan disebar ke pasaran. Hal ini jelas akan mengganggu kinerja usaha mereka, karena mereka tidak memiliki keunggulan yang menjadi daya saing dibanding produk lain dari luar daerah.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis berkeyakinan maka UKM di Banjarmasin Utara ini masih sangat menarik buat dilakukan penelitian. Penulis memberikan gambaran mengenai variabel-variabel apa saja yang dapat menjadikan UKM di Banjarmasin Utara mencapai keberlangsungan usahanya. Sehingga dapat dirumuskan sebuah penelitian dengan judul "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Menengah (Studi pada UKM Di Wilayah Banjarmasin Utara)". Atas dasar latar belakang dan penjelasan tersebut maka peneliti tertarik buat meneliti (1) apakah orientasi kewirausahaan mempengaruhi keberlangsungan usaha? dan (2) apakah inovasi produk mempengaruhi keberlangsungan usaha? .

## TINJAUAN PUSTAKA

### Definisi Orientasi Kewirausahaan

Pemeriksaan guna menentukan arah sikap lokasi dan sebagainya dengan benar dan tepat serta persepsi yang meutamakan pikiran dari perhatian atau kecendrunga (Sujatmiko, 2014, p. 216)

### Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi Kewirausahaan terbagi dalam 5 dimensi(Lumpkin:1996), antara lain:

1. Keinovasian
2. Pengambilan Resiko
3. Keaktifan
4. Keagresifan Bersaing
5. Otonom

### Inovasi Produk

Ferrel, Lukas(2000, p.240)menjelaskan inovasi produk pada teknologi baru proses membawa buat dipakai buat memajukan produk tersebut.

### Indikator Inovasi Produk Produk

Ferrel, Lukas(2000, p.240)inovasi bisa dibentuk menjadi 3 indikator, yaitu:

1. Lini Produk yang diperluas
2. Banyaknya tiruan suatu produk
3. Menumbuhkan produk k Baru

### Keberlangsungan Usaha

Fajri, dkk dalam (Handayani, 2007) mengungkapkan pada kondisi atau keadaan usaha, yang didalamnya dimana menemukan startegi guna mempertahankan dan melindungi agar memajukan sumber daya agar memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha(industri).

### Indikator Keberlangsungan Usaha

Kotler dan Armstrong(2012:52)mengungkapkan ada empat ukuran yang mencirikan harga yaitu

### Hubungan Antar Varriabel

### Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Menengah

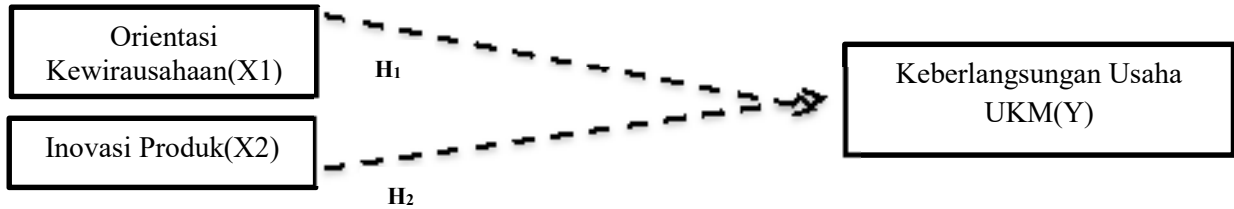
Pandangan (Matsuno, Mentzer, & Ozsomer, 2002),mengungkapkan kekeliruan pada organisasi dengan memperoleh proses, pengambilan keputusan *entrepreneurial* pada suatu praktek yang ditandai preferensi terhadap *innovativeness*, *risk taking*(keberanian mengambil risiko)dan *proactiveness* hal ini disebut orientasi *entrepreneur*.Segmen padas premium yang tinggi bisa menargetkan usaha yang mempunyai orientasi wirausaha, harga jual yang ditetapkan tinggi dan memosisikan tempat pasar yang jauh unggul dari para lawan saingnya, agar menciptakan laba yang jauh lebih besar sehingga mampu lebih cepat ekspansi dalam melakukannya (Zahra & Covin, 1995).

### Keterkaitan Inovasi Produk Terhadap Keberlangsungan Usaha Kecil Menengah

Dalam terus menerus guna membangun dan memajukan organisasi yang bisa dihasilkan melewati introduksi teknologi baru, pada jenis organisasi memakai aplika baru yang memberikan nilai tambag buat pelanggan.(Knox, 2002).selaras denganungkapan, (Hurley & Hult, 1998) menetapkan suau industry mustahil terus menerus melaksanakan dan mengharuskan pengulangan orientasi dan inovasi pada menyesuaikan dinamika lingkungan khususnya pasar

## KERANGKA PKIR DAN HIPOTESIS KERANGKA PIKIR

Model penelitian disusun dari penelitian yang telah dilakukan diantaranya:



Gambar 3.1 Kerangka Konseptual

Sumber: Lumpkin(1996), Lucas dan Ferrell(2000)dan Fajri(2007)

### Hipotesis

Berdasarkan kerangka diatas maka hipotesis penelitian ini yaitu:

- H1 : Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Terhadap Keberlangsungan Usaha UKM di Banjarmasin
- H2 : Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Keberlangsungan Usaha UKM di Banjarmasin

### METODE PENELITIAN

Pengambilan sampel penelitian memakai *non-probability sampling* dan memakai teknik *accidenttal sampling*.(Sugiyono, 2015, p. 122) mengungkapkan maka *accidenttal sampling* bagian dari teknik dalam pengambilan sampel yang dilakukan berlandaskan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, bila dibanding orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik analisis yang dipakai yaitu Analisis regresi berganda dengan SPSS 21. Teknik pengukuran data yang dipakai yaitu skala likert. Jumlah sampel yang dipakai yaitu 50 responden terhadap pengelola UKM di Banjarmasin Utara.

### Definisi Operasional

#### Varriabel Terikat(Dependen)

Varriabel terikat(dependen)dalam penelitian ini yaitu Keberlangsungan Usaha(Y).Keberlangsungan usaha yakni suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara buat mempertahankan, memajukan dan melidungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha(industri).Keberlangsungan Usaha dikaji dengan mengadaptasi beberapa aspek-aspek penting dalam suatu usaha, yang antara lain yaitu:

- a. Sumber Daya Manusia
- b. Pemasaran
- c. Produksi
- d. Permodalan

### Varriabel Bebas(Independen)

Varriabel bebas dalam penelitian ini yaitu pendidikan pelatihan(diklat)dan kompetensi pegawai.

a. Orientasi Kewirausahaan(X1)

Arah wirausaha adalah perilaku para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya.Arah wirausaha dapat diartikan sebagai arah organisasi yang memiliki standar mencoba untuk membedakan dan memanfaatkan peluang(Lumpkin dan Dess, 1996).Arah usaha bisnis dipartisi menjadi 5 ukuran(Lumpkin: 1996),antara lain:

1. Keinovasian(*Innovativeness*)
2. Pengambilan Resiko(*Risk Tasking*)
3. Keaktifan(*Proactiveness*)
4. Keagresifan Bersaing(*Competitive Aggressiveness*)
5. Otonom(Autonomy)

b. Inovasi Produk(X2)

Lukas dan Ferrell(2000, p.240) mencirikan pengembangan item sebagai interaksi dalam membawa inovasi baru untuk digunakan untuk mendorong item.Pengembangan adalah kecenderungan organisasi untuk menambahkan item baru, meniru item yang berbeda(peniruan identitas), dan memajukan item baru(ekstensi penawaran produk)

- 1) Perluasan Lini Produk.
- 2) Produk Tiruan/Imitasi.
- 3) Produk Baru.

### HASIL DAN ANALISIS

Responden penelitian ini yaitu seluruh pengelola UKM di Banjarmasin Utara dengan kriteria yang sudah ditentukan.Jumlah sampel sebanyak 50 orang dengan pengukur skala likert.Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dengan media *Google Form* pada Agustus 2020.

Karakteristik responden yaitu terdapat 25 responden pria dan 25 responden wanita dengan rentang usia 35-45 tahun dengan jumlah 25 orang atau 50%, ditengah-tengah ada responden berusia 45-60 tahun yang berjumlah 15 orang, sedangkan responden jumlah terkecil pada penelitian ini berumur lebih dari 25-35 tahun dengan jumlah 10 orang.Karakteristik berdasar pendapatan 5-10 juta per bulan sebanyak 30 orang jauh lebih banyak dari responden dengan pendapatan 3-5 juta per bulan yang hanya terdapat 15 orang dan 15 orang dengan pendapatan diatas 10 juta per bulannya.

#### Uji Validitas

Uji validitas memakai *software SPSS 21* dengan melihat nilai  $r_{hitung}$  dan nilai signifikansi.Sebagai acuan batas nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu dengan nilai  $r_{tabel}$  0,278 dan nilai signifikansi  $< 0,05$ .Uji validitas berfungsi buat mengetahui apakah suatu kuesioner dapat dinyatakan valid atau tidak.Ghozali(2011)menyebutkan “suatu kusioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu buat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.Berdasarkan hasil yang dihitung didapat maka  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yang artinya menetapkan maka seluruh item varriabel yang dinyatakan valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai buat mengukur kuesioner yang yakni indikator dari varriabel konstruk.Pengukuran reallibitas dengan melakukan memakai koefissien *Cronbach Alpha(a)*dan biasanya reabilitas suatu alat ukur dapat diterima jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,7$ (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Varriabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan(X1)	0,882	Reliabel
Inovasi Produk(X2)	0,892	Reliabel
Keberlangsungan Usaha(Y)	0,876	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

### Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai agar bisa mengetahui model regresi varriabel pengganggu atau residul memiliki distribusi normal atau varriabel pengganggu. Buat mendekati normalitas data dalam penelitian ini, dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas jika nilai signifikan  $> 0,05$ . Hasil uji normalitas data terdistribusi normal *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,095. Dari hasil kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $> 0,05$ . Hal tersebut menetapkan maka Orientasi Kewirausahaan(X1), Inovasi Produk(X2) dan Keberlangsungan Usaha(Y) tidak mengalami gangguan distribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas karena  $0,223 > 0,05$

### Uji Linearitas

Uji ini memiliki fungsi agar bisa mengetahui apabila varriabel independen dan varriabel dependen punya hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dipakai buat melihat spesifikasi model yang dipakai sudah benar atau salah. Uji linearitas dipakai sebagai syarat sebelum melakukan analisis korelasi atau regresi linear.

Tabel 3. Uji Linearitas

Varriabel	Nilai Signifikan ( <i>Deviation From Linearity</i> ) $< 0,05$	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan(X1)	0,002	Berhubungan Linear
Inovasi Produk(X2)	0,000	Berhubungan Linear

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan maka nilai signifikansi (*Deviation From Linearity*) pada masing-masing varriabel  $< 0,05$ .

### Uji Multikolonieritas

Sugiyono (2018) "uji multikolonieritas ini dipakai buat mengetahui ada tidaknya kolinearitas ganda (korelasi yang tinggi) antara sesama varriabel bebas yang dipakai dalam model". Dalam uji multikolonieritas nilai VIF tidak lebih dari 10, dan nilai Tolerance yaitu lebih dari 0,1 yakni dua hal buat mengetahui ada tidaknya multikolonieritas antar varriabel. Buat lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Varriabel	Tolerance	Variance Inflation Factor
Orientasi Kewirausahaan(X1)	0,440	1,862
Inovasi Produk(X2)	0,376	1,282

Sumber: Data diolah, 2021

### Uji Heteroskedastisitas

Buat mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dengan metode Glejser. Jika nilai signifikansi antara varriabel independen dengan absolut residu  $> 0,05$  maka bisa dinyatakan maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Varriabel	Signifikan	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan(X <sub>1</sub> )	0,342	Tidak ada gejala
Inovasi Produk(X <sub>2</sub> )	0,857	Tidak ada gejala

Sumber: Data diolah, 2019

### Analisis Regressi Linear Berganda

Buat mengetahui koefisien orientasi kewriausahaan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan maka bisa dilihat pada tabel dibawah.

**Tabel 6. Rangkuman Hasil Analisis Regrresi Berganda**

Varriabel	Koefisien Regresi	t <sub>hitung</sub>	Sig	Keterangan
Konstanta	-1,377			
Kualitas Pelayanan(X <sub>1</sub> )	0,727	3,303	0,013	Signifikan
Kualitas Produk(X <sub>2</sub> )	0,802	4,817	0,036	Signifikan
t <sub>tabel</sub>	= 1,98397	F <sub>hitung</sub>	= 124,972	
R	= 0,917	Sig F	= 0,000	
R Square	= 0,842	F <sub>tabel</sub>	= 3,18	
Adjusted R Square	= 0,835	SEE	= 1,39430	

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil Tabel 6,maka model persamaan regresi berganda yang dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = -1,377 + 0,727.X_1 + 0,802.X_2 + e$$

Interpretasi persamaan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -1,377 menetapkan maka apabila varriabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> memiliki nilai 1 atau tidak mengalami perubahan, maka Keberlangsungan Usaha(Y) yaitu sebesar **1,377**
2. Nilai koefisien B<sub>1</sub> menunjukkan maka varriabel X<sub>1</sub> bernilai positif yaitu sebesar 0,727 yang berarti maka terdapat hubungan searah antara Orientasi Kewirausahaan(X<sub>1</sub>) dengan Keberlangsungan Usaha, hal ini berarti maka apabila peningkatan terhadap variable Orientasi Kewirausahaan(X<sub>1</sub>), maka akan meningkatkan Keberlangsungan Usaha(Y) sebesar 72,7%.
3. Nilai koefisien B<sub>2</sub> menunjukkan maka varriabel X<sub>2</sub> bernilai positif yaitu sebesar 0,802 yang berarti maka terdapat hubungan searah antara Inovasi Produk(X<sub>2</sub>) dengan Keberlangsungan Usaha, hal ini berarti maka apabila peningkatan terhadap varriabel Inovasi Produk(X<sub>2</sub>), maka akan meningkatkan Keberlangsungan Usaha(Y) sebesar 80,2%.
4. *Standart Error of Estimate*(SEE) **1,39430**. makna dari kesalahan yang terjadi dalam memprediksi kepuasan pelanggan sebesar **1,39430**.

## Hasil Uji Hipotesis

### Uji F (Kecocokan Model)

Pada uji ANOVA atau F test, dihasilkan angka  $F_{hitung}$  yaitu 124,972 dengan angka Sig. 0,000. Nilai  $F_{tabel}$  dapat dilihat pada kolom df, dimana pembilang yaitu 2 dan angka penyebut yaitu 50, sehingga ditemukan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,18.

Dilihat perbandingan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $124,972 > 3,18$ ), demikian terbukti maka semua variabel independen (X) secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Nilai sig. F sebesar 0,000 berada di bawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan maka model regresi yang dipakai yaitu layak buat pengujian hipotesis penelitian.

### Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial dipakai buat mengetahui adakah hubungan pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini uji t pada *Level of Confidence* sebesar 95% atau  $\alpha = 5\%$  dan t tabel yaitu 2,00856. Bila nilai t mempunyai probabilitas masing-masing faktor tersebut lebih kecil dari tingkat  $\alpha = 0,05$  dan nilai t hitung  $> t$  tabel maka dinyatakan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

#### 1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Keberlangsungan Usaha (H1)

Variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung 3,303 dan nilai signifikansi 0,013. Hal tersebut menetapkan adanya pengaruh orientasi kewirausahaan (X1) terhadap keberlangsungan usaha (Y).

#### 2. Inovasi produk berpengaruh terhadap k Keberlangsungan Usaha (H2)

Variabel inovasi produk (X2) memiliki nilai t hitung 4,817 dan nilai signifikansi 0,036. Hal tersebut menetapkan adanya pengaruh inovasi produk (X2) terhadap keberlangsungan usaha (Y).

## PEMBAHASAN

### Implikasi Teori Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberlangsungan Usaha

Eksplorasi ini menambah hipotesis dengan cerdas, namun juga membentuk perkembangan spekulasi yang ada. Sesuai (Matsuno, Mentzer, dan Ozsomer, 2002), arah perintis adalah kecenderungan asosiasi untuk mengakui siklus, praktik, dan dinamika yang giat yang digambarkan oleh kecenderungan untuk imajinatif, pengambilan bahaya, dan proaktif. Proaktif adalah demonstrasi mencari bukaan pasar secara konsisten dan pengujian memanfaatkan kemungkinan reaksi terhadap perubahan ekologi (Venkatraman, 1989). Hubungan antara arah perintis dan eksekusi mungkin bergantung pada penanda yang digunakan untuk mensurvei eksekusi (Lumpkin dan Dess, 1996). Organisasi yang memiliki arah inovasi yang tinggi dapat fokus pada segmen pasar yang luar biasa, menetapkan harga jual yang tinggi dan memiliki posisi pasar yang lebih baik dari para pesaingnya, yang tentunya dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan meluas lebih cepat (Zahra dan Covin, 1995).

Uji coba eksperimental hubungan antara arah perintis dan Usaha Kecil dan Menengah telah memakai beberapa strategi pengujian yang beragam. (Covin dan Slevin, Administrasi Vital perusahaan kecil dalam iklim yang mengancam dan tidak berbahaya, 1989) mengungkapkan koefisien hubungan antara sikap perintis (ditandai sebagai pengambilan bahaya, pengembangan item, dan mentalitas proaktif / kuat sehubungan dengan administrasi puncak) dan eksekusi perusahaan. Pada tahun 1989, sekali lagi, juga dilacak bahwa sikap dasar bukanlah indikator otonom yang besar dari kinerja organisasi. (Zahra S., 1991) melacak hubungan positif antara arah inovatif dengan produktivitas dan pengembangan, dan (Keen dan Conant, 1994) mengungkapkan bahwa arah dan eksekusi giat memiliki hubungan kritis. Sementara itu (Covin, Slevin, dan Schultz, Melaksanakan misi penting: Kunci yang kuat, keputusan yang mendasari,

dan strategis, 1994) tidak melacak hubungan kritis, sementara laporan baru yang dipimpin oleh (Zahra dan Covin, 1995) mengungkapkan besar hubungan.

### **Implikasi Teori Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberlangsungan Usaha**

Eksplorasi ini menambah hipotesis secara mendalam, namun juga membentuk perkembangan spekulasi yang ada. Pengembangan dapat dicirikan sebagai pendekatan buat terus-menerus membuat dan mendorong asosiasi yang dapat dicapai melalui presentasi kemajuan baru, aplikasi baru dalam struktur otoritatif baru dan menawarkan manfaat tambahan kepada klien (Knox, 2002). Dengan memaknai hal tersebut, (Hurley dan Hult, 1998) menyatakan bahwa *unthinkable* bagi suatu industri tidak memerlukan pengembangan dan reorientasi secara terus-menerus untuk menyesuaikan dengan unsur-unsur iklim, khususnya pasar.

Perkembangan adalah manifestasi baru (dalam materi dan sulit dipahami) yang memiliki nilai moneter yang sangat besar dan sebagian besar dilakukan oleh organisasi atau kadang-kadang oleh orang-orang (Edquist dan McKelvey, 2000). Kemajuan adalah komponen organisasi. Dengan demikian, organisasi diperlukan untuk membuat pemikiran baru, siklus baru, item baru untuk mengatasi masalah klien.

Saat ini, banyak pertimbangan harus diberikan pada periklanan alami (Ottman, 1994). Pada periode promosi baru, barang-barang dinilai berdasarkan pameran atau harga mereka, tetapi juga tergantung pada kewajiban sosial mereka. Oleh karena itu, penting untuk memiliki kejelian dari UKM dalam melihat kebebasan dari memperluas kesadaran masyarakat dalam memanfaatkan barang-barang ekosistem yang tidak berbahaya. Organisasi termasuk UKM perlu berkembang dengan membuat item atau tindakan kreasi yang tidak merugikan masyarakat.

Percobaan eksperimental hubungan antara pengembangan item dan pemeliharaan upaya kecil dan menengah telah memakai beberapa strategi pengujian yang beragam. (Covin dan Slevin, Administrasi Kunci perusahaan kecil dalam iklim yang tidak ramah dan tidak berbahaya, 1989) mengungkapkan koefisien hubungan antara sikap perintis (ditandai sebagai pengambilan bahaya, pengembangan item, dan mentalitas proaktif/kuat sehubungan dengan administrasi puncak) dan pelaksanaan perusahaan. Pada tahun 1989, sekali lagi, juga dilacak bahwa sikap penting jelas bukan merupakan indikator otonom penting dari kinerja organisasi. (Zahra S., 1991) melacak hubungan positif antara arahan perintis dengan manfaat dan pengembangan, dan (Brilliant dan Conant, 1994) mengumumkan bahwa arahan dan eksekusi inovatif memiliki hubungan kritis. Sementara itu (Covin, Slevin, dan Schultz, *Executing key missions: Powerfull vital, primary, and strategic decision*, 1994) tidak menemukan hubungan yang kritis, sementara laporan baru yang dipimpin oleh (Zahra dan Covin, 1995) merinci hubungan yang sangat besar.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Pada penelitian ini dipaparkan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha UKM di Banjarmasin Utara.
2. Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha UKM di Banjarmasin Utara.

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang dihasilkan, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Penggiat UKM di wilayah Banjarmasin Utara diharapkan mampu menambah peningkatan terhadap orientasi kewirausahaan agar bisa memajukan usaha mereka demi keberlangsungan usaha. Dengan selalu yakin akan usaha yang sudah dilakukan, memajukan jiwa social dengan cara bertemu orang-orang baru agar bisa menambah relasi yang nantinya tentu saja akan memudahkan penggiat UKM jika menemui kesulitan dalam berusaha.
2. Kebutuhan konsumen yang berbagai macam bentuk yakni bagian dari hal utama dalam variabel ini, penggiat UKM kedepannya harus memperbanyak produk yang baru dan berbeda dari sebelumnya. Dengan selalu berinovasi pada produk yang sudah ada dan menciptakan produk baru diharapkan mampu menarik konsumen dan masyarakat, hal ini tentu saja akan meningkatkan angka penjualan yang mempengaruhi keberlangsungan usaha itu sendiri. Fasilitas agar bisa memuaskan pelanggan. Peningkatan disegala aspek akan membuat kepuasan pelanggan meningkat yang tentunya memberikan efek positif serta menambah laba perusahaan dan keberlangsungan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Salim.(2000).*Manajemen Transportasi*.Cetakan Pertama.Edisi Kedua.Jakarta Ghalia Indonesia
- Chase, R.B., N.J Aquilano., F.R.Jacobs.(2004).*Operations Management for Competitive Advantage*.USA: McGraw-Hill
- Davis, F.D.(1989).*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*.MIS Quarterly.Vol.13 No.5
- Davis, FD.Bagozzi,RP and Warshaw, P.R.(1989).*User Acceptance Of Computer Technology: A Comparison Of Two Theoretical Models*.Management Science Vol 35 Issue 8
- Ghozali, Imam.(2018).*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Goleman, Daniel.(2000).*Emotional Intelligence*(terjemahan).Jakata: PT Gramedia Pustaka Utama
- Irawan, H.(2009).*10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*.Edisi Kedua Jakarta: Elex Media Komputindo
- Irawati & Syahril, Hery.(2015).*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Modem Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan*.Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen Vol.1 No.2.Hal 20
- Kotler, Philip & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*.Jilid 1.Edisi ke 13.Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). *Manajemen Pemasaran*.Edisi 13 .Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Erlangga
- Kotler, Philip.(2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan,*

- Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Margaretha, Moureen.(2004).*Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol.3 No.2
- Mowen, J.C., & M.Minor.(2002).*Perilaku Konsumen Jilid I*.(Terjemahan Lina Salim). Jakarta: Erlangga.(Edisi asli diterbitkan tahun 2001 oleh Harcourt College Publisher)
- Pratiwi, Ade Duana & Sutopo, Sutopo.(2012).*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tiket Terhadap Pengguna Jasa Kereta Api Kaligung Mas Kelas Eksekutif pada PT.KAI daop 4 Semarang*. Jurnal Manajemen Vol.1 No.4
- Purba, Hasim.(2005).*Hukum Pengangkutan di Laut*. Medan: Pustaka Bangsa Press
- Rinawati. (2009).*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Factor Emotion Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap RSUD Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Tjiptono, F., dan Chandra, G,(2005).*Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Wulansari, Suci.(2015).*Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Bengkel Ahass MPM Motor Kediri*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3