



## **PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA USAHA UMKM KULINER DI KECAMATAN SINGAPARNA KABUPATEN TASIKMALAYA**

**Ifqi Hasan Hudori Beq<sup>1</sup>, Aditia Abdurachman<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Cipasung Tasikmalaya

Email: [ifqihasan59@gmail.com](mailto:ifqihasan59@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study examines how entrepreneurial orientation and product innovation contribute to the business performance of culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Singaparna District, Tasikmalaya Regency. A quantitative approach with a survey design was employed. From a registered population of 200 active culinary MSME units, a total of 67 respondents were selected using the Slovin formula through simple random sampling. Data collection relied on a structured Likert-scale questionnaire with a response range of 1 to 5. The analytical pipeline involved ordinal-to-interval data transformation via the Method of Successive Intervals (MSI), followed by classical assumption diagnostics and multiple linear regression estimation. Empirical findings confirm that entrepreneurial orientation exerts a positive and statistically significant partial effect on business performance; product innovation likewise demonstrates a positive and significant partial influence. Taken in combination, the two independent variables explain a substantial portion of the variance in business performance, with product innovation recording a higher regression coefficient and thus emerging as the stronger predictor. These findings carry strategic implications, underlining that sustained product innovation is a critical competitive lever for culinary MSMEs operating in semi-urban market settings.*

**Keywords:** Business Performance; Entrepreneurial Orientation; Culinary Msmes; Product Innovation; Tasikmalaya

### **ABSTRAK**

*Riset ini bertujuan untuk mengidentifikasi besaran kontribusi orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada capaian kinerja usaha pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya. Pendekatan kuantitatif berbasis survei dipilih sebagai rancangan penelitian. Dari keseluruhan 200 unit UMKM kuliner aktif yang tercatat resmi sebagai populasi kajian, sebanyak 67 unit ditetapkan sebagai sampel melalui teknik simple random sampling dengan formula Slovin. Instrumen penelitian yang dipakai berupa kuesioner terstruktur berskala Likert dengan rentang peskoran 1 hingga 5. Prosedur analisis data mencakup tiga tahap utama: transformasi skala ordinal ke interval menggunakan Method of Successive Intervals (MSI), verifikasi asumsi klasik, dan estimasi model regresi linier berganda. Pengujian secara empiris membuktikan bahwasanya orientasi kewirausahaan memberikan dampak parsial yang baik dan bermakna pada kinerja usaha; kondisi serupa ditemukan pada variabel inovasi produk. Kedua prediktor tersebut mampu menerangkan proporsi yang cukup besar dari variasi kinerja usaha, dengan inovasi produk mencatatkan koefisien regresi yang lebih tinggi sehingga menjadi prediktor yang lebih dominan. Implikasi dari temuan ini menegaskan pentingnya strategi pembaruan produk secara berkesinambungan bagi UMKM kuliner yang bersaing di kawasan semi-urban.*

**Kata Kunci:** Inovasi Produk; Kinerja Usaha; Orientasi Kewirausahaan; Tasikmalaya; UMKM Kuliner



## PENDAHULUAN

Dalam tatanan perekonomian nasional, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berfungsi sebagai entitas bisnis produktif yang pengelolaannya dapat dilakukan oleh perseorangan maupun badan hukum. Keberadaan entitas ini secara formal diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Di antara seluruh subsektor yang menopang ekosistem ekonomi kreatif, kuliner mencatat posisi paling menonjol dengan sumbangan sebesar 41,69% pada total Produk Domestik Bruto (PDB) sektor tersebut (Badan Ekonomi Kreatif & BPS RI, 2022). Melampaui perannya sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, sektor kuliner sekaligus menjadi sumber penghidupan ribuan keluarga dan wahana preservasi kekayaan kuliner tradisional lokal. Di wilayah Kabupaten Tasikmalaya, jumlah UMKM aktif melampaui 127.000 unit, dengan Kecamatan Singaparna dikenal luas sebagai salah satu sentra konsentrasi UMKM berbasis kuliner (Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tasikmalaya, 2023).

Kendati memiliki potensi yang tidak kecil, UMKM kuliner di Kecamatan Singaparna masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat laju perkembangannya. Pada tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Kabupaten Tasikmalaya hanya mencapai angka 4,70% tertinggal dari rata-rata nasional sebesar 5,31% (BPS Kabupaten Tasikmalaya, 2023; BPS RI, 2023). Berdasarkan hasil pra-survei yang dilaksanakan peneliti pada November 2025 pada 15 pelaku UMKM kuliner di wilayah Kecamatan Singaparna menghasilkan gambaran yang mengkhawatirkan. Sebanyak 11 dari 15 responden (73,3%) masih mengandalkan resep dan teknik produksi konvensional tanpa memperkenalkan varian produk baru dalam dua tahun terakhir. Dua belas dari 15 responden (80%) belum memanfaatkan platform pemasaran digital, dan 10 dari 15 responden (66,7%) mengaku enggan mengembangkan skala usaha karena kekhawatiran pada risiko bisnis. Gambaran ini mencerminkan lemahnya orientasi kewirausahaan dan terbatasnya kapasitas inovasi produk, yang pada gilirannya berimplikasi pada stagnasi kinerja usaha.

Landasan teoritis riset ini bertumpu pada dua kerangka utama. Pertama, perspektif *Resource-Based View* (Barney, 1991), yang menempatkan orientasi kewirausahaan sebagai aset strategis internal fondasi keunggulan bersaing yang lestari. Kedua, *Innovation Theory* (Schumpeter, 1934; OECD, 2018), yang menegaskan inovasi produk sebagai instrumen sentral dalam proses penciptaan skor ekonomi. Sejumlah kajian empiris memperkuat kerangka ini: (Tran et al. 2023), melalui tinjauan sistematis atas 78 studi UMKM lintas negara di Asia, mengkonfirmasi relasi baik antara orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha dengan dimensi proaktif sebagai prediktor paling determinan. (Susanto et al. 2022) membuktikan substansiasi inovasi produk pada kinerja UMKM di Jawa Barat; sementara (Mandolang et al. 2022) dan (Ratnawati et al. 2023) pada segmen UMKM kuliner menemukan bahwasanya daya dorong inovasi produk melampaui kontribusi orientasi kewirausahaan. (Purwati et al. 2021) pada konteks UMKM di Riau berhasil mendemonstrasikan dampak yang substansial dari kedua variabel tersebut. Meski demikian, seluruh studi itu dilakukan di kawasan perkotaan besar, sehingga temuan-temuannya tidak dapat langsung diterapkan pada konteks semi-urban seperti Singaparna yang memiliki karakteristik pasar, daya beli, dan ekosistem bisnis yang khas. Belum ada penelitian yang secara khusus mengkaji keterpaduan dua variabel ini dengan fokus pada UMKM kuliner di konteks tersebut. Pada konstruk orientasi kewirausahaan, tiga dimensi utama yang dikaji adalah inovatif, proaktif, dan keberanian menanggung risiko.

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan penelitian yang teridentifikasi, studi ini diarahkan untuk mengkaji dua persoalan utama: (1) seberapa besar dampak orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha, dan (2) seberapa substansial kontribusi inovasi produk dalam menentukan kinerja usaha UMKM kuliner di Kecamatan Singaparna, Kabupaten



Tasikmalaya. Hipotesis yang dikonstruksi adalah: H1 orientasi kewirausahaan berdampak baik dan substansial pada kinerja usaha; dan H2 inovasi produk berdampak baik dan substansial pada kinerja usaha UMKM kuliner di lokasi penelitian. Pengukuran kinerja usaha mengacu pada lima indikator yang diadaptasi dari (Purwati et al. 2021) dan (Mandolang et al. 2022), yaitu: pertumbuhan omzet, pertumbuhan jumlah pelanggan, pertumbuhan laba, perluasan pangsa pasar, dan pengembangan produk baru.

## **LITERATUR REVIEW**

### **Kajian Terdahulu**

1. (Tran et al. 2023) dalam riset berjudul *Entrepreneurial Orientation and MSME Performance in Asia: A Systematic Review* mengompilasi temuan dari 78 studi UMKM lintas negara di Asia. Hasil sintesis mengindikasikan bahwasanya orientasi kewirausahaan memiliki korelasi baik dengan kinerja usaha (skor  $r$  rata-rata = 0,41), dengan dimensi proaktif tercatat sebagai prediktor yang paling konsisten dan kuat. Kajian sistematis ini mempertegas kedudukan orientasi kewirausahaan sebagai penggerak fundamental kinerja UMKM dalam berbagai konteks.
2. (Susanto et al. 2022), dalam penelitian berjudul *Dampak Inovasi Produk pada Kinerja UMKM di Jawa Barat*, membuktikan bahwasanya kapasitas inovasi produk memberikan dampak yang bermakna pada kinerja UMKM dengan koefisien jalur sebesar 0,47. Temuan ini mempertegas peran strategis kemampuan berinovasi sebagai pendorong pertumbuhan kinerja usaha di level UMKM.
3. (Mandolang et al. 2022) melalui penelitian bertajuk *Dampak Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja UMKM Kuliner di Manado* menemukan bahwasanya inovasi produk ( $\beta = 0,44$ ) memiliki daya prediksi yang lebih besar dibandingkan orientasi kewirausahaan ( $\beta = 0,31$ ) dalam menentukan kinerja usaha. Keduanya secara bersama-sama terbukti berdampak baik dan bermakna pada kinerja usaha UMKM kuliner.

### **Uraian Teori**

#### **1. Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan merupakan sebuah konstruk multidimensi yang mencerminkan kecenderungan strategis unit usaha dalam mengadopsi pola pikir inovatif, perilaku proaktif, dan kesiapan mengambil risiko sebagai landasan membangun serta mempertahankan keunggulan bersaing (Lumpkin, 1996). Dalam ranah UMKM, konstruk ini dipahami sebagai kapabilitas internal strategis yang menopang daya saing berkelanjutan, sejalan dengan perspektif *Resource-Based View* yang dikemukakan (Barney, 1991).

(Wiklund & Shepherd 2005) mengargumentasikan bahwasanya orientasi kewirausahaan berperan sebagai sumber daya strategis yang mendorong terwujudnya *competitive advantage* secara terus-menerus suatu pandangan yang juga diperkuat oleh (Rachmawati et al. 2022) dalam konteks UMKM Indonesia. Indikator pengukuran orientasi kewirausahaan dalam riset ini meliputi tiga dimensi: inovatif, proaktif, dan keberanian menanggung risiko.

#### **2. Inovasi Produk**

Inovasi produk dapat dimaknai sebagai upaya menciptakan produk baru atau melakukan penyempurnaan substansial atas produk yang sudah ada, yang mencakup perubahan pada aspek teknis, komponen, material, perangkat lunak, maupun fungsi produk (OECD, 2018). Dalam kerangka *Innovation Theory* (Schumpeter 1934), inovasi produk difungsikan sebagai mesin utama penciptaan skor ekonomi melalui mekanisme *creative destruction*.

Indikator inovasi produk yang dioperasionalkan dalam riset ini meliputi: kebaruan produk, pengembangan lini produk, peningkatan kualitas bahan baku, pembaruan desain kemasan, dan kustomisasi produk sesuai kebutuhan pelanggan.

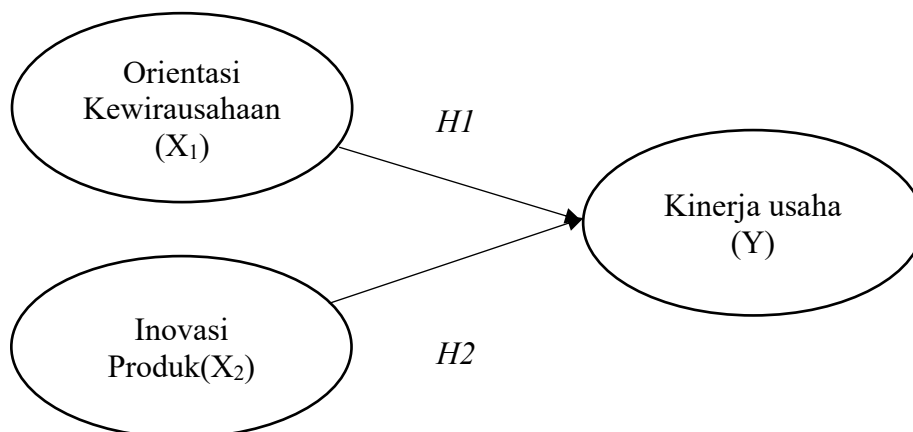
### 3. Kinerja Usaha

Kinerja usaha merujuk pada tingkat pencapaian yang diraih suatu unit bisnis dalam periode tertentu, yang mencerminkan efektivitas pelaku usaha dalam mendayagunakan seluruh sumber daya yang dimiliki guna mewujudkan target yang telah ditetapkan (Purwati et al., 2021). Pengukuran kinerja usaha tidak semata bertumpu pada dimensi finansial, melainkan juga mempertimbangkan dimensi non-finansial seperti kepuasan pelanggan dan perkembangan pangsa pasar.

Indikator kinerja usaha yang diterapkan dalam riset ini diadaptasi dari (Purwati et al. 2021) dan (Mandolang et al. 2022), mencakup: pertumbuhan omzet, pertumbuhan jumlah pelanggan, peningkatan laba, perluasan pangsa pasar, dan pengembangan produk baru.

#### Kerangka Konseptual

Merujuk pada sintesis teoritis dan hasil-hasil kajian empiris yang telah dipaparkan, kerangka konseptual riset ini menggambarkan pola hubungan di mana orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_2$ ) berkedudukan sebagai variabel independent yang diduga memberikan dampak pada kinerja usaha ( $Y$ ) sebagai variabel dependent. Baik kedua prediktor tersebut diasumsikan berdampak baik dan bermakna pada kinerja usaha UMKM kuliner, baik secara parsial maupun secara bersama-sama. bermakna pada kinerja usaha UMKM kuliner.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

### METODE PENELITIAN

Riset ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, sesuai dengan paradigma positivistik yang menekankan pengukuran variabel secara numerik dan pengujian hipotesis secara statistik (Sugiyono, 2022). Populasi kajian mencakup 200 unit UMKM kuliner yang tercatat aktif di Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya, merujuk pada data resmi dari Kantor Kecamatan Singaparna dan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tasikmalaya tahun 2023. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan rumus Slovin (Sugiyono, 2022) pada tingkat toleransi kesalahan 10%, yang menghasilkan 67 unit UMKM kuliner sebagai jumlah sampel minimum yang representatif. Teknik simple random sampling dipilih karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel (Sugiyono, 2022). Data lapangan dikumpulkan melalui distribusi kuesioner berstruktur berskala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5; skala Likert dipilih karena mampu mengukur sikap, persepsi, dan opini responden secara terstandar (Sugiyono, 2022).

Teknik Regresi Linear Berganda dipilih sebagai metode analisis utama karena memungkinkan estimasi pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara bersama-sama maupun parsial (Ghozali, 2021), dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Proses pengumpulan data berhasil menjangkau 67 pelaku UMKM kuliner yang aktif beroperasi di Kecamatan Singaparna. Profil demografis seluruh responden dirangkum pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	38	56,72
	Perempuan	29	43,28
Usia	25–35 tahun	21	31,34
	36–45 tahun	26	38,81
	> 45 tahun	20	29,85
Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	11	16,42
	SMA/SMK Sederajat	36	53,73
	Diploma/Sarjana	20	29,85
Pengalaman Usaha	< 2 tahun	9	13,43
	2–5 tahun	29	43,28
	> 5 tahun	29	43,28
Omzet Bulanan	< Rp 3.000.000	21	31,34
	Rp 3.000.000–	27	40,30
	> Rp 5.000.000	19	28,36

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Merujuk pada Tabel 1, profil responden mengindikasikan dominasi pelaku usaha berjenis kelamin laki-laki (56,72%), berusia antara 36–45 tahun (38,81%), dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK sederajat (53,73%). Dari perspektif pengalaman berbisnis, kelompok terbesar telah menjalankan usahanya selama 2 hingga 5 tahun (43,28%), dengan omzet bulanan berkisar antara Rp 3.000.000 hingga Rp 5.000.000 (40,30%). Profil ini memiliki relevansi pada variabel penelitian yang dikaji. Proporsi usia 36–45 tahun mengindikasikan bahwasanya mayoritas responden berada dalam tahap kematangan berwirausaha; pengalaman usaha yang cukup seharusnya mendukung kesiapan menanggung risiko salah satu dimensi inti orientasi kewirausahaan. Namun, dominasi pendidikan setingkat SMA/SMK serta skala usaha yang masih tergolong mikro (omzet  $\leq$  Rp 5 juta per bulan) mengisyaratkan adanya keterbatasan dalam mengakses pengetahuan inovasi formal



maupun sumber permodalan untuk pengembangan produk, sehingga intervensi kapasitas menjadi kebutuhan yang mendesak.

### Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dilaksanakan untuk memverifikasi bahwasanya setiap butir pernyataan kuesioner secara tepat mengukur konstruk yang ditargetkan. Kriteria kelulusan adalah apabila skor  $r$  hitung melampaui  $r$  tabel; jika terpenuhi, butir pernyataan dinyatakan valid. Rangkuman hasil pengujian untuk ketiga variabel tersaji pada Tabel 2.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No Item	$r$ Hitung	$r$ Tabel (n=67,	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan	1	0,715	0,240	Valid
	2	0,697	0,240	Valid
	3	0,741	0,240	Valid
	4	0,806	0,240	Valid
	5	0,763	0,240	Valid
	6	0,729	0,240	Valid
	7	0,718	0,240	Valid
	8	0,745	0,240	Valid
	9	0,752	0,240	Valid
Inovasi Produk ( $X_2$ )	1	0,765	0,240	Valid
	2	0,801	0,240	Valid
	3	0,848	0,240	Valid
	4	0,793	0,240	Valid
	5	0,812	0,240	Valid
Kinerja Usaha (Y)	1	0,697	0,240	Valid
	2	0,835	0,240	Valid
	3	0,781	0,240	Valid
	4	0,762	0,240	Valid
	5	0,743	0,240	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 2 memperlihatkan bahwasanya seluruh butir pernyataan pada ketiga konstruk penelitian mencatat skor  $r$  hitung yang melampaui  $r$  tabel sebesar 0,240. Secara rinci, rentang  $r$  hitung untuk variabel Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) berada di antara 0,697 dan 0,806; untuk Inovasi Produk ( $X_2$ ) antara 0,765 dan 0,848; dan untuk Kinerja Usaha (Y) antara 0,697 dan 0,835. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak dipakai sebagai instrumen pengukuran (Sugiyono, 2022).

Selanjutnya, uji reliabilitas dilaksanakan guna mengevaluasi konsistensi internal instrumen menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan batas minimum 0,70. Hasilnya termuat pada Tabel 3.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X <sub>1</sub> )	0,904	9	Reliabel
Inovasi Produk (X <sub>2</sub> )	0,879	5	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0,831	5	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, ketiga variabel penelitian mencatatkan skor Cronbach's Alpha yang melampaui ambang minimum 0,70. Secara berturut-turut, Orientasi Kewirausahaan (X<sub>1</sub>) memperoleh skor 0,904, Inovasi Produk (X<sub>2</sub>) sebesar 0,879, dan Kinerja Usaha (Y) sebesar 0,831. Atas dasar itu, seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan dapat diandalkan sebagai alat ukur (Ghozali, 2021).

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Pengujian normalitas residual dilakukan melalui uji Kolmogorov-Smirnov (KS), dengan kriteria bahwasanya skor Asymp. Sig. (2-tailed) yang melampaui 0,05 mengindikasikan distribusi residual yang memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji tersaji pada Tabel 4.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)**

Keterangan	Unstandardized Residual
N	67
Normal Parameters – Mean	0,0000000
Normal Parameters – Std. Deviation	2,04560000
Most Extreme Differences – Absolute	0,066
Most Extreme Differences – Positive	0,066
Most Extreme Differences – Negative	-0,061
Test Statistic	0,066
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 4 mengindikasikan bahwasanya Asymp. Sig. (2-tailed) yang diperoleh sebesar 0,200 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwasanya residual model berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi (Ghozali, 2021).



### Uji Linearitas

Uji linearitas diaplikasikan untuk memverifikasi apakah hubungan antara variabel independent dan dependent mengikuti pola yang linear. Standar kelulusan yang ditetapkan adalah skor Deviation from Linearity melampaui 0,05. Hasil uji disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Linearitas**

Variabel	Deviation from Linearity	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ )	0,148	Linear
Inovasi Produk ( $X_2$ )	0,213	Linear

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5, skor Deviation from Linearity untuk Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) tercatat sebesar  $0,148 > 0,05$ , dan untuk Inovasi Produk ( $X_2$ ) sebesar  $0,213 > 0,05$ . Hasil ini mengkonfirmasi bahwasanya hubungan setiap variabel independent pada variabel dependent bersifat linear, sehingga asumsi linearitas terpenuhi (Ghozali, 2021).

### Uji Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas dilaksanakan guna memastikan tidak terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independent, dengan menggunakan skor Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila Tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ . Hasil disajikan pada Tabel 6.

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ )	0,712	1,405	Tidak ada multikolinearitas
Inovasi Produk ( $X_2$ )	0,712	1,405	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Data pada Tabel 6 memperlihatkan skor Tolerance untuk kedua variabel independent setiap sebesar  $0,712 > 0,10$ , dengan VIF sebesar  $1,405 < 10$ . Kondisi ini mengindikasikan tidak adanya persoalan multikolinearitas dalam model regresi yang diestimasi (Ghozali, 2021).

### Uji Heteroskedastisitas

Deteksi heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser, di mana skor absolut residual diregresikan pada variabel-variabel independent. Model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila skor subtansiasi pada setiap variabel melampaui 0,05. Hasilnya termuat pada Tabel 7.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)**

Variabel	Sig.	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ )	0,241	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Inovasi Produk ( $X_2$ )	0,352	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer Diolah, 2026



Tabel 7 mencatat skor substansiasi sebesar 0,241 untuk Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan 0,352 untuk Inovasi Produk ( $X_2$ ), keduanya melampaui batas 0,05. Model regresi dengan demikian memenuhi asumsi homoskedastisitas dan terbebas dari persoalan heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilaksanakan menggunakan pendekatan Run Test. Kriteria penerimaan adalah apabila skor Asymp. Sig. (2-tailed) berada di atas 0,05, yang mengindikasikan tidak adanya autokorelasi dalam model. Hasil uji termuat pada Tabel 8.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji Autokorelasi (Run Test)**

Keterangan	Unstandardized Residual
Z	0,246
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,806

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Skor Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,806 > 0,05 sebagaimana tertera pada Tabel 8 mengindikasikan bahwasanya model regresi bebas dari autokorelasi. Keseluruhan pengujian asumsi klasik terpenuhi, sehingga model regresi linier berganda dapat diklasifikasikan sebagai estimator yang BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) dan layak dipakai dalam pengujian hipotesis (Ghozali, 2021).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Proses estimasi model menghasilkan persamaan regresi:  $Y = 0,333 + 0,267X_1 + 0,397X_2 + e$ . Rincian koefisien regresi beserta skor statistik uji terkait disajikan pada Tabel 9.

**Tabel 9.**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	B	Std. Error	Beta	Sig.
Konstanta	0,333	1,263	-	0,793
Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ )	0,267	0,051	0,474	0,000
Inovasi Produk ( $X_2$ )	0,397	0,083	0,431	0,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Skor koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,793 mengindikasikan kuatnya keterkaitan antara kedua prediktor dengan kinerja usaha. Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,630 bermakna bahwasanya orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara bersama-sama mampu menerangkan 63,0% variasi kinerja usaha, sementara 37,0% sisanya didampaki faktor-faktor di luar model, antara lain akses permodalan, lokasi usaha, dan kebijakan pemerintah daerah. Skor Adjusted  $R^2$  sebesar 0,618 turut memperkuat bahwasanya model memiliki daya penjelas yang memadai (Ghozali, 2021).

### Uji F (Kelayakan Model)

Uji F dilaksanakan untuk mengevaluasi kelayakan keseluruhan model regresi (goodness of fit). Model dinyatakan fit apabila skor Sig. F berada di bawah 0,05. Hasil uji tersaji pada Tabel 10.



**Tabel 10.**  
**Hasil Uji F (Kelayakan Model)**

Model	Sig.
Regression	0,000b
Residual	
Total	

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 10 menampilkan skor F hitung sebesar 54,362 dengan tingkat subtansiasi  $0,000 < 0,05$ . Temuan ini menegaskan bahwasanya model regresi yang diajukan layak dan dapat diandalkan untuk memprediksi dampak Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ ) dan Inovasi Produk ( $X_2$ ) pada Kinerja Usaha ( $Y$ ) UMKM kuliner di Kecamatan Singaparna (Ghozali, 2021).

Pengujian hipotesis secara parsial pada taraf subtansiasi 5% ( $t$  tabel = 1,998) menghasilkan simpulan yang dirangkum pada Tabel 11. Variabel orientasi kewirausahaan memperoleh skor  $t$  hitung  $5,252 > 1,998$  dengan sig. 0,000, sehingga  $H_1$  diterima. Variabel inovasi produk memperoleh skor  $t$  hitung  $4,781 > 1,998$  dengan sig. 0,000, sehingga  $H_2$  pun diterima (Ghozali, 2021).

Pengujian melalui uji F menghasilkan skor F hitung 54,362 dengan sig.  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_3$  diterima, yang berarti orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_2$ ) secara bersama-sama terbukti memberikan dampak yang substansial pada kinerja usaha ( $Y$ ) UMKM kuliner di Kecamatan Singaparna.

**Tabel 11.**  
**Hasil Uji t Parsial**

Variabel	t Hitung	t Tabel (df=64)	Sig.	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan ( $X_1$ )	5,252	1,998	0,000	$H_1$ Diterima
Inovasi Produk ( $X_2$ )	4,781	1,998	0,000	$H_2$ Diterima

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

## Pembahasan

### 1. Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Usaha

Hasil pengujian empiris menegaskan bahwasanya orientasi kewirausahaan memberikan dampak yang baik dan bermakna pada kinerja usaha UMKM kuliner di Kecamatan Singaparna, dengan skor koefisien regresi  $b_1 = 0,267$  pada sig. = 0,000. Temuan ini selaras dengan kerangka teoritis yang dirumuskan (Lumpkin, 1996), yang mengonseptualisasikan orientasi kewirausahaan sebagai konstruk multidimensi yang menghimpun perilaku inovatif, orientasi proaktif, dan kesiapan menanggung risiko. Secara substansial, hasil ini juga konsisten dengan tinjauan sistematis (Tran et al. 2023) atas studi-studi UMKM di kawasan Asia, yang secara konsisten mendokumentasikan hubungan baik antara orientasi kewirausahaan dan performa bisnis.

Pada tataran lapangan, pelaku UMKM kuliner di Singaparna yang memiliki orientasi kewirausahaan kuat memperlihatkan perilaku yang konkret: mengolah bahan baku lokal menjadi produk inovatif, secara aktif memantau perkembangan tren kuliner melalui platform



digital, serta berani mengalokasikan sumber daya untuk menjangkau pasar yang lebih luas via kanal daring. Temuan ini memperkuat argumentasi (Wiklund & Shepherd 2005) dan (Rachmawati et al. 2022) mengenai fungsi strategis orientasi kewirausahaan sebagai fondasi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Perlu dicatat bahwasanya skor koefisien dalam riset ini ( $b_1 = 0,267$ ) berada di bawah rata-rata yang dilaporkan (Tran et al. 2023) pada UMKM perkotaan Asia, yakni  $r$  rata-rata = 0,41. Selisih ini kemungkinan besar merupakan konsekuensi dari kondisi semi-urban Singapura minimnya inkubator wirausaha, terbatasnya jaringan distribusi, dan rendahnya literasi digital yang secara kolektif meredam konversi orientasi kewirausahaan menjadi capaian kinerja yang optimal. Temuan kontekstual ini menjadi pembeda utama studi ini dari penelitian-penelitian sebelumnya.

## **2. Inovasi Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Usaha**

Inovasi produk terkonfirmasi memberikan dampak yang baik dan substansial pada kinerja usaha, ditunjukkan oleh koefisien  $b_2 = 0,397$  pada sig. = 0,000. Besaran koefisien yang lebih tinggi dibandingkan orientasi kewirausahaan mengindikasikan bahwasanya inovasi produk merupakan determinan yang lebih kuat dalam mendorong kinerja usaha pada konteks ini. Hasil ini selaras dengan temuan (Susanto et al. 2022) yang mendokumentasikan path coefficient sebesar 0,47 untuk dampak inovasi produk pada UMKM di Jawa Barat, maupun (Mandolang et al. 2022) yang menemukan koefisien inovasi produk ( $\beta = 0,44$ ) lebih tinggi dari orientasi kewirausahaan ( $\beta = 0,31$ ) pada UMKM kuliner di Manado.

Pada tataran empiris, pelaku usaha yang konsisten menghadirkan produk baru berbasis kearifan local seperti dodol yang dipadukan dengan cita rasa kekinian sekaligus meningkatkan standar bahan baku dan meremajakan desain kemasan, terbukti mampu meraih segmen konsumen baru tanpa mengikis loyalitas pelanggan lama. Fenomena ini mencerminkan mekanisme creative destruction yang dirumuskan (Schumpeter 1934), yakni inovasi sebagai penggerak utama penciptaan skor yang mentransendensikan cara-cara produksi lama. Yang menarik, koefisien inovasi produk dalam riset ini ( $b_2 = 0,397$ ) mengindikasikan angka yang relatif kompatibel dengan temuan (Mandolang et al. 2022) di Manado ( $\beta = 0,44$ ), meskipun skala usaha di Singapura lebih kecil dengan konteks semi-urban. Hal ini mengisyaratkan bahwasanya efek inovasi produk bersifat konsisten lintas konteks geografis, dan justru lebih mudah diimplementasikan oleh pelaku UMKM mikro dibandingkan perubahan orientasi kewirausahaan yang mensyaratkan transformasi mentalitas jangka panjang.

Secara holistik, kedua temuan di atas melahirkan beberapa rekomendasi praktis. Dari sisi inovasi produk, pelaku UMKM seyogianya terus mengembangkan dan memperbarui produk seiring dinamika tren pasar agar tetap relevan di benak konsumen. Dari sisi orientasi kewirausahaan, para pelaku usaha perlu mengembangkan sikap proaktif, meningkatkan toleransi pada risiko yang terkalkulasi, serta mendalami pengetahuan manajemen bisnis secara berkelanjutan. Secara spesifik, UMKM kuliner di Tasikmalaya disarankan mengoptimalkan produk berbasis bahan baku lokal unggulan seperti opak, galendo, dan dodol dengan sentuhan modern yang mengakomodasi selera generasi muda, sekaligus memanfaatkan platform e-commerce seperti GoFood dan ShopeeFood sebagai kanal distribusi yang terjangkau. Bagi Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tasikmalaya, riset ini dapat menjadi landasan perancangan program inkubasi kuliner lokal yang mengintegrasikan tiga komponen pelatihan inovasi produk, literasi digital, dan akses pembiayaan sebagai satu paket intervensi yang komprehensif. Pada tataran teoritis, hasil studi ini mempertegas relevansi Resource-Based View (Barney, 1991) dalam menjelaskan bagaimana kapabilitas internal meliputi orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovasi produk membentuk



keunggulan bersaing yang lestari, sekaligus memperkaya literatur kewirausahaan Indonesia dengan bukti empiris dari konteks semi-urban yang selama ini masih kurang terwakili.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berpijak pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah disajikan, dua simpulan utama dapat dirumuskan. Pertama, orientasi kewirausahaan terbukti memberikan dampak yang baik dan substansial pada kinerja usaha UMKM kuliner di Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya ( $t = 5,252 > t$  tabel 1,998; sig. = 0,000;  $b_1 = 0,267$ ). Ini berarti semakin kuat dimensi inovatif, proaktif, dan keberanian menanggung risiko yang tertanam pada diri pelaku usaha, semakin tinggi pula capaian kinerja yang dapat diraihinya. Kedua, inovasi produk juga terbukti berdampak baik dan substansial pada kinerja usaha ( $t = 4,781 > t$  tabel 1,998; sig. = 0,000;  $b_2 = 0,397$ ), sekaligus mencatatkan diri sebagai variabel dengan daya prediksi yang lebih dominan. Ini menggarisbawahi bahwasanya kemampuan melakukan pembaruan produk secara berkesinambungan merupakan faktor penentu utama daya saing UMKM kuliner di pasar semi-urban. Secara bersama-sama, kedua variabel mampu menerangkan 63,0% variasi kinerja usaha ( $R^2 = 0,630$ ).

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, cakupan wilayah penelitian hanya terbatas pada Kecamatan Singaparna sehingga generalisasi temuan ke wilayah lain perlu dilakukan dengan hati-hati. Kedua, desain penelitian yang bersifat cross-sectional hanya mampu menangkap potret kondisi pada satu titik waktu tertentu, sehingga tidak dapat menjelaskan dinamika perubahan kinerja usaha secara longitudinal. Ketiga, model regresi yang dibangun hanya mencakup dua variabel independen (orientasi kewirausahaan dan inovasi produk), padahal 37,0% variasi kinerja usaha masih dipengaruhi faktor-faktor lain di luar model. Keempat, pengukuran seluruh variabel mengandalkan persepsi diri responden (self-report), sehingga berpotensi mengandung bias respons.

### **Rekomendasi Penelitian Selanjutnya**

Penelitian lanjutan direkomendasikan untuk menerapkan desain longitudinal guna mengamati dinamika kinerja usaha dari waktu ke waktu, memperluas cakupan wilayah amatan ke seluruh Kabupaten Tasikmalaya, serta mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi seperti aksesibilitas modal dan kapabilitas digital dalam rangka memperkuat kapasitas penjelas model.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Ekonomi Kreatif & Badan Pusat Statistik. (2022). Laporan Perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2022. Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (Online) tersedia di: <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/04/29/nilai-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-meningkat-usai-pandemi> [05 Maret 2026].
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya. (2023). Kabupaten Tasikmalaya dalam Angka 2023. BPS Kabupaten Tasikmalaya. (Online) tersedia di: <https://tasikmalayakab.bps.go.id/id/publication/2023/02/28/beae354d56be7a5c0c752233/kabupaten-tasikmalaya-dalam-angka-2023>. [ 07 Maret 2026 ]
- Badan Pusat Statistik RI. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2022. BPS RI. (Online) tersedia di : <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen>. [ 08 Maret 2026 ]
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of*



- Manajemen*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199277681.003.0003>
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tasikmalaya. (2023). Rekapitulasi Data UMKM Aktif Kecamatan Singaparna Tahun 2023. Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tasikmalaya. ( Online ) tersedia di : <https://diskopukmindag.tasikmalayakab.go.id> [ 09 Maret 2026].
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). Perkembangan Data UMKM Tahun 2023. Kementerian Koperasi dan UKM RI. ( Online) tersedia di : resmi: <https://www.kemenkopukm.go.id> [ 10 Maret 2026].
- Lumpkin, G. . (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Orientation. *Jurnal Academy of Management*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/258632>
- Mandolang, S., Tumbel, A., & Walangitan, M. D. (2022). Dampak inovasi produk dan orientasi kewirausahaan pada kinerja UMKM kuliner di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3), 623–634. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41234>
- OECD. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation (4th ed.). OECD Publishing/Eurostat. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Purwati, A. A., Hamzah, M. H., Subhan, M., & Suparno. (2021). Dampak orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada kinerja UMKM di Riau. *Jurnal Economica*, 9(2), 113–128.
- Rachmawati, E., Suliyanto, & Suroso, A. (2022). Direct and indirect effect of entrepreneurial orientation, family involvement and gender on family business performance. *Journal of Family Business Management*, 12(2), 264–280. <https://doi.org/10.1108/JFBM-04-2020-0035>
- Ratnawati, S., Margahana, H., & Trenggana, A. F. M. (2023). Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk pada kinerja UMKM di Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 14(1), 55–70.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Susanto, P. C., Sunarto, H., & Wahyono, H. (2022). Dampak inovasi produk pada kinerja UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 22(3), 215–229.
- Tran, T. T. M., Nguyen, T. H., Phan, T. T., & Le, T. B. (2023). Entrepreneurial orientation and MSME performance in Asia: A systematic review. *Journal of Business Research*, 155, 113427. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113427>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>