PENCAPAIAN KEBERHASILAN USAHA MELALUI JIWA KEWIRAUSAHAAN, INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI PASAR PADA SENTRA KERUPUK BATAGOR DI KAWASAN CIBANGKONG KOTA BANDUNG

The Achievement Of Successful Business Through Entrepreneurs Spirit, Product Innovation And Market Orientation Of Batagor Center In Cibangkong Bandung City

Tomi Alfazar[1] Umi Narimawati[2]
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia
Jalan Dipatiukur No. 112 - 116, Kota Bandung, Jawa Barat 40132
alfazartomi@gmail.com[1] dyanumi27@gmail.com[2]

Abstract. *The purpose of this research is to find out the,achievement of business success through Entrepreneurs Spirit, Product Innovation and Market Orientation. This study analysis uses multiple linear regression analysis, descriptive and verificative methods. Descriptive analysis is to find out each variable like the Entrepreneurs Spirit, Product Innovation, Market Orientation and Business Success, while the verificative analysis is used to determine the achievement of Business Success that is influenced by Entrepreneurs Spirit, Product Innovation and Market Orientation both simultaneously and partially. The results of this study indicate that the Entrepreneurs Spirit, Product Innovation, Market Orientation and Business Success are included in the category of good enough, the achievement of Business Success is significantly.*

Keywords: *Achievement of Successful Business, Spirit of Entrepreneurship, Product Innovation, Orientation Market*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pencapaian Keberhasilan Usaha melalui Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, deskriptif dan verifikatif. Pada analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Keberhasilan Usaha, sedangkan pada analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pencapaian Keberhasilan Usaha yang dipengaruhi Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi pasar baik secara simultan maupun parsial. Hasil penelitian ini menunjukan Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Keberhasilan Usaha berada dalam kategori Cukup Baik, pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi secara signifikan oleh Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar baik secara simultan maupun parsial. Dari hasil tersebut diketahui bahwa masih adanya pelaku usaha yang tidak yakin dengan usaha yang dijalani, tidak berani mengambil risiko, tidak menciptakan produk baru untuk pasar, tidak memiliki strategi jangka panjang dan jangka pendek terhadap pesaing, produk yang diciptakan tidak memenuhi kebutuhan dan keingian konsumen dan berasumsi kegagalan apabila usaha yang dijalani menghadapi hambatan.

Kata Kunci: Keberhasilan Usaha, Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan bisnis global mendorong Indonesia untuk terus mengembangkan berbagai kegiatan bisnis. Dalam era globalisasi ini, Indonesia mulai berkembang khususnya melalui industri-industri berskala kecil dan menengah. Maka untuk mendukung perkembangan industri tersebut dibutuhkan peranan pelaku bisnis yang berjiwa wirausaha dan inovatif untuk melakukan berbagai cara agar dapat meningkatkan daya saing dan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang berubah-ubah.

Salah satu perkembangan kegiatan bisnis di Indonesia yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut

Keputusan Menteri Keuangan No. 316/KMK.016/1994 adalah usaha ekonomi kecil yang produktif dan didirikan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan dan memiliki hasil penjualan setinggi-tingginya Rp. 600.000.000,- per tahun.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia, tetapi juga di negara-negara maju. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terbukti mempunyai ketahanan yang relatif lebih baik dibandingkan dengan usaha dengan skala yang lebih besar.

Menurut Sukirman (2017:114) "usaha kecil merupakan tumpuan yang diharapkan untuk mengambil strategi dengan menjadikan usaha yang mandiri, sehat, kuat, berdaya saing serta mengembangkan diri untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, serta mendukung perluasan lapangan kerja dalam mewujudkan demokrasi ekonomi". Oleh karena itu, menurut Iva Yustisia S (2016:41) "usaha kecil dan menengah ini perlu mendapatkan perhatian khusus dan dukungan informasi yang tepat, agar terjadi jaringan bisnis yang terarah antara pelaku usaha kecil dan menengah dengan elemen daya saing usaha, yaitu jaringan pasar".

Menurut Sukirman (2017:115) "suatu usaha kecil dapat tercipta karena didasari dengan jiwa kewirausahaan pelaku usaha tersebut, mulai dari sifat, perilaku, karakter maupun kepribadian yang sudah ada di dalam pelaku usaha itu".

Untuk mewujudkan keberhasilan usaha tidak hanya jiwa kewirausahaan saja yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis, akan tetapi inovasi produk menjadi faktor yang sangat penting hal ini sesuai yang di ungkapkan Larsen, P and Lewis, A (2007) dalam Ernani Hadiyati (2011:11) bahwa "salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya dalam berinovasi".

Selain jiwa kewirausahaan dan inovasi produk, orientasi pasar dapat menjadi faktor penentu keberhasilan usaha, karena orientasi pasar dapat mencakup faktor-faktor apa saja yang menjadikan suatu usaha lebih unggul dari pada pesaingnya. Menurut Fandi Tjiptono (2008) dalam Renita Helia, *et al* (2015:3) "orientasi pelanggan mencakup semua aktivitas yang berkontribusi pada pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan preferensi para pelanggan sasarannya dan pada kemampuan perusahaan untuk merancang produk dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan dan preferensi tersebut".

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Keberhasilan Usaha Pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
2. Apakah pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Jiwa Kewirausahaan pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
3. Apakah pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Inovasi Produk pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
4. Apakah pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Orientasi Pasar pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
5. Seberapa besar pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi secara simultan oleh Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk, Orientasi Pasar dan Keberhasilan Usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Jiwa Kewirausahaan pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh

Inovasi Produk pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

4. Untuk mengetahui pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Orientasi Pasar pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi secara simultan oleh Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

KAJIAN LITERATUR

Jiwa Kewirausahaan

Menurut Hartanti (2008) dalam Sukirman (2017:116) "jiwa kewirausahaan merupakan nyawa kehidupan dalam kewirausahaan yang pada prinsipnya merupakan sikap dan perilaku kewirausahaan dengan ditunjukkan melalui sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif".

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:29) Sesorang yang memiliki jiwa kewirausahaan harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Percaya diri indikatornya keyakinan, kemandirian, individualitas, dan optimisme.
2. Beriorientasi pada tugas dan hasil indikatornya kebutuhan akan pretasi, berorientasi pada laba, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik, dan memiliki inisiatif
3. Pengambil risiko indikatornya kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
4. Kepemimpinan indikatornya berjiwa pemimpin dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun
5. Keorisinilan indikatornya memiliki inovasi dan kreativitas tinggi.
6. Berorientasi ke masa depan indikatornya memiliki cara pandang yang berorientasi pada masa depan
7. Jujur dan tekun indikatornya mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan kerja.

Inovasi Produk

Menurut Nasution (2005:44) dalam Cynthia Vanessa Djodjobo$_1$ dan Hendra N. Tawas$_2$ (2014:1217) "inovasi produk dikategorikan sebagai produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk baru yang telah ada, perbaikan dan revisi produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya".

Menurut Lukas dan Ferrell (2000:240) dalam Cynthia Vanessa Djodjobo$_1$ dan Hendra N. Tawas$_2$ 2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1. Perluasan Produk *(line extensions*)
   Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.
2. Peniruan Produk *(me too products*)
   Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.
3. Produk Baru *(new to the world products)*
   Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan.

Orientasi Pasar

Menurut Uncles (2000) dalam Renita Helia *et al*., (2015:3) menyatakan bahwa "orientasi pasar adalah suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan".

Menurut Narver dan Slater (1990;) dalam Heri Setiawan (2012:12) ada 3 indikator utama orientasi pasar yaitu : orientasi pelanggan, orientasi pesaing dan koordinasi antar fungsi.

1. Orientasi Pelanggan
   Orientasi pelanggan adalah pemahaman perusahaan terhadap target buyer sehingga dapat

menciptakan superior value kepada mereka secara terus menerus.

2. Orientasi Pesaing
   Orientasi pesaing adalah sebagai pemahaman akan kekuatan dan kelemahan jangka pendek serta kapabilitas dan strategi jangka panjang dari para pesaing yang ada maupun pesaing potensial.
3. Koordinasi antar fungsi
   Koordinasi antar fungsi adalah merefleksikan pendayagunaan secara terkoordinasi dari seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan dalam rangka menciptakan superior costumer value bagi pembeli sasaran.

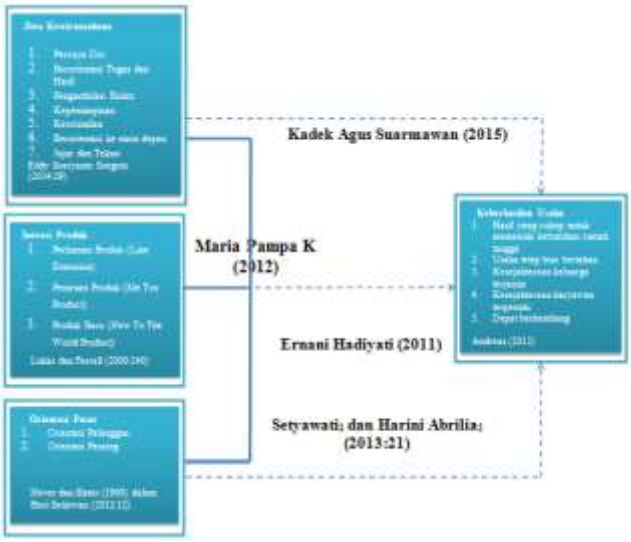
Berdasarkan indikator orientasi pasar diatas penulis hanya menggunakan 2 indikator saja yaitu orientasi pelanggan dan orientasi pesaing, karena kedua indikator tersebut berkaitan dan bisa dijadikan pengukuran orientasi pasar pada sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

KEBERHASILAN USAHA

Menurut Kadek Agus Suarmawan (2015:3) “suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang di nilai dari keberhasilan sebuah usaha”.

Menurut Andreas (2011) dalam Isniar Budiarti(2016:54) indikator dari keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Hasil yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga
2. Usaha tetap bisa bertahan
3. Kesejahteraan keluarga terjamin
4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi
5. Dapat berkembang



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Hipotesis Penelitian

1. Pencapaian Keberhasilan Usaha sudah tercapai, Jiwa Kewirausahaan mampu diterapkan dengan baik, Inovasi Produk sudah dilakukan dengan optimal dan Orientasi Pasar memenuhi keinginan konsumen.
2. Pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Jiwa Kewirausahaan.
3. Pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Inovasi Produk.
4. Pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Orientasi Pasar.
5. Pencapaian Keberhasilan Usaha dipengaruhi oleh Jiwa Kewirausahaa, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif. Definisi Metode Analisis Deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

Metode deskriptif ditujukan untuk mengetahui perkembangan Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk dan

Orientasi Pasar Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Umi Narimawati (2008:1) adalah sebagai berikut:

"Analisis multivariat merupakan metode statistik yang memungkinkan kita melakukan penelitian terhadap lebih dari dua variabel secara bersamaan. Dengan menggunakan teknik analisis ini maka kita dapat menganalisis pengaruh beberapa variabel terhadap variabel-variabel dalam waktu yang bersamaan."

Metode verifikatif untuk mengetahui besarnya pencapaian keberhasilan usaha melalui jiwa kewiruasahaan, inovasi produk dan orientasi pasar.

Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka penelitian melakukan pengelompokkan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu :

A. Populasi

Menurut Umi Narimawati (2008:72) "Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai informasi yang ditetapkan oleh peneliti, sebagai unit analisis penelitian".

Pemilihan jumlah populasi ini diambil dari semua pelaku usaha yang ada di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung sebanyak 24 pelaku usaha untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

B. Sampel

Menurut Umi Narimawati (2008:77) "Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian".

Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah sampling jenuh atau sensus. Pengertian dari sampling jenuh atau sensus menurut Sugiyono (2014:122). "Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel".

Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel, sehingga peneliti mengambil jumlah sampel sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sampling jenuh yaitu seluruh Pelaku Usaha di Sentra Kerupuk Batagor Kota Bandung Sebanyak 24,pelaku usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Lapang *(Field Research)*
   Penelitian Lapang *(Field Research)* yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan peninjauan langsung terhadap obyek yang diteliti, pada pemilik took di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagai berikut:
   a. Observasi
   b. Wawancara
   c. Kuesioner

2. Studi Kepustakaan (Library Research)
   Penelitian ini dilakukan untuk pengambilan data yang bersifat teori yang kemudian digunakan sebagai literatur penunjang guna mendukung penelitian yang dilakukan. Yaitu teknik yang digunakan dengan cara mengumpulkan, mempelajari data-data dan informasi yang didapat dari buku-buku, dokumen perusahaan dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.948	2.205		-.430	.674
	Jiwa Kewirausahaan	.306	.070	.409	2.913	.008
	Inovasi Produk	.628	.225	.396	2.789	.011
	Orientasi Pasar	.390	.159	.351	2.454	.023

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Dari tabel output di atas diperoleh nilai α sebesar -0.943, β1 sebesar 0,206 dan β2 sebesar -0,628 dan β_3 sebesar 0.390. Jika disajikan dalam bentuk persamaan regresi liner berganda maka sebagai berikut :

$$Y= -0,943 + 0,206X_1 + 0,628X_2+ 0,390X_3$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

α = -0.943 artinya jika variabel Jiwa Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2) dan Orientasi Pasar (X_3) bernilai 0, maka variabel Keberhasilan Usaha (Y) akan tetap bernilai -0.943. sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tidak adanya variabel independen, variabel dependen akan bernilai negatif, maka variabel Jiwa Kewirausahaan (X_1), Inovasi Produk (X_2) dan Orientasi Pasar (X_3) sangat berpengaruh terhadap meningkatnya variabel Keberhasilan Usaha (Y)

β_1 = 0.206 artinya untuk setiap pertambahan jiwa kewirausahaan (X_1) sebesar satu satuan maka akan diprediksi meningkatkan Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0,206 satuan.

B_2 = 0.206 artinya untuk setiap pertambahan Inovasi Produk (X_2) sebesar satu satuan maka akan diprediksi meningkatkan Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0,628 satuan.

B_3 = 0.390 artinya untuk setiap pertambahan Orientasi Pasar (X_3) sebesar satu satuan maka akan diprediksi meningkatkan Keberhasilan Usaha (Y) sebesar 0,390 satuan.

Tabel 2. Hasil Analisis Korelasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793[a]	.629	.574	2.06558

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar dengan keberhasilan usaha adalah sebesar 0,739. Nilai korelasi sebesar 0,739 berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Syahri Alhusin dalam Umi Narimawati, (2010:10) termasuk kedalam kategori hubungan yang cukup tinggi, berada dalam kelas interval antara 0,61–0,800. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan simultan yang terjadi antara keempatnya adalah searah. Analisis data diatas dapat diartikan bahwa semakin baik jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung, maka akan diikuti pula oleh semakin meningkatnya keberhasilan usaha yang akan dicapai oleh pelaku usaha.

Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi Parsial

Correlations

		Jiwa Kewirausahaan	Keberhasilan Usaha
Jiwa Kewirausahaan	Pearson Correlation	1	.544**
	Sig. (2-tailed)		.006
	N	24	24
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	.544**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	
	N	24	24

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Inovasi Produk	Keberhasilan Usaha
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.554**
	Sig. (2-tailed)		.005
	N	24	24
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	.554**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	24	24

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Orientasi Pasar	Keberhasilan Usaha
Orientasi Pasar	Pearson Correlation	1	.535**
	Sig. (2-tailed)		.007
	N	24	24
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	24	24

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai korelasi yang diperoleh antara

jiwa kewirausahaan dengan keberhasilan usaha adalah sebesar 0,544, nilai korelasi yang diperoleh antara inovasi produk dengan keberhasilan usaha adalah sebesar 0,554 dan nilai korelasi yang diperoleh antara orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0,535. Nilai korelasi tersebut apabila mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Syahri Alhusin dalam Umi Narimawati, (2010:10) termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang, berada dalam kelas interval antara 0,51–0,800. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukan bahwa hubungan parsial yang terjadi antara keduanya adalah searah. Analisis data diatas dapat diartikan bahwa semakin baik jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar pada Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung, maka akan diikuti pula oleh meningkatnya keberhasilan usaha pelaku usaha.

Tabel 4. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.793[a]	.629	.574	2.06558

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Dari hasil perhitungan di atas terlihat bahwa nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 62,9%. Hal ini menunjukan bahwa ketiga variabel bebas yang diuji yang terdiri dari jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar memberikan kontribusi terhadap keberhasilan usaha sebesar 62,9%, sedangkan sisanya sebesar 37,1% lainnya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 5. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Jiwa Kewirausahaan	.409	.544
	Inovasi Produk	.396	.554
	Orientasi Pasar	.351	.535

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan output di atas dilakukan perhitungan sebagai berikut:

1. Pengaruh X1 terhadap Y = 0,409 x 0,544 = 0,222 atau 22,2%
2. Pengaruh X2 terhadap Y = 0,396 x 0,554 = 0,219 atau 21,9%
3. Pengaruh X3 terhadap Y = 0,351 x 0,535 = 0,188 atau 18,8%

Dari hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa dari ketiga variabel yang mempengaruhi, jiwa kewirausahaan (X1) memberikan kontribusi paling dominan terhadap keberhasilan usaha (Y) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 22,2%, diikuti berturut-turut oleh inovasi produk (X2) sebesar 21,9% dan orientasi pasar (X3) sebesar 18,8%.

Tabel 6. Pengujian Hipotesis Simultan

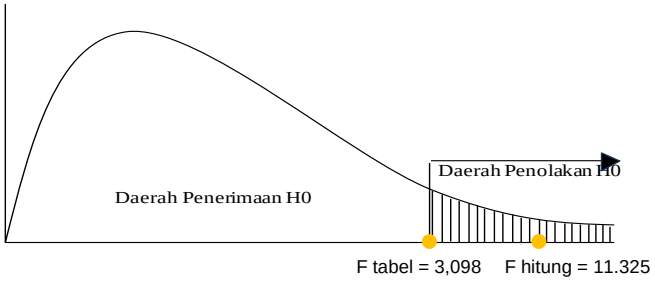
ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144.957	3	48.319	11.325	.000[b]
	Residual	85.332	20	4.267		
	Total	230.289	23			

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Jiwa Kewirausahaan, Inovasi Produk

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai F-hitung yang diperoleh sebesar 11,352. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F-tabel pada tabel distribusi F. Dengan α=0,05, db1=2 dan db2=20, diperoleh nilai F-tabel sebesar 3,098. Dari nilai-nilai di atas, terlihat bahwa nilai Fhitung (11,352) > Ftabel (3,098), sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya secara simultan ketiga variabel bebas yang terdiri jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Sentra Kerupuk Batagor di Kawasan Cibangkong Kota Bandung. Jika disajikan dalam gambar, nilai F_{hitung} dan F_{tabel} tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



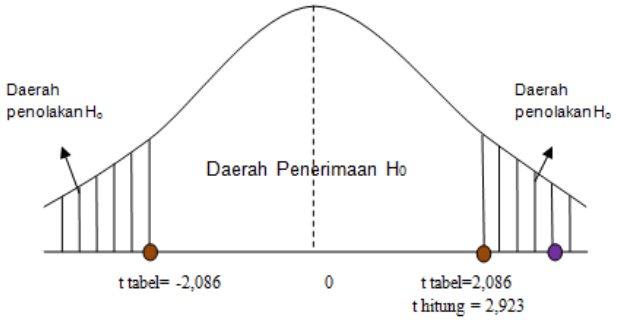
Tabel 7. Pengujian Hipotesis Parsial (X_1)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.948	2.205		-.428	.674
	Jiwa Kewirausahaan	.306	.070	.409	2.923	.008
	Inovasi Produk	.628	.225	.396	2.789	.011
	Orientasi Pasar	.390	.159	.351	2.454	.023

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh jiwa kewirausahaan (X1) sebesar 2,923. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=24-3-1= 20 diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±2,086. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,923, berada diluar nilai t-tabel (-2,086 dan 2,086). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya secara parsial jiwa kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Sentra Kerupuk Batagor di Kawasan Cibangkong Kota Bandung. Jika disajikan dalam gambar, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



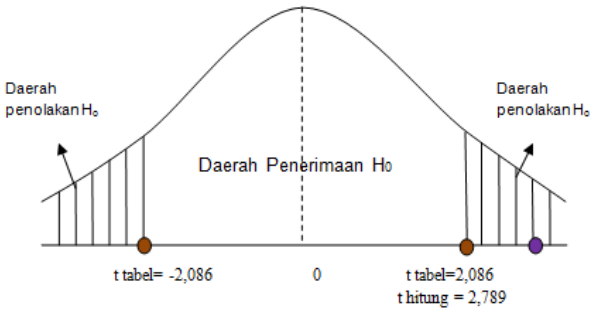
Tabel 8. Pengujian Hipotesis Parsial (X_2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.948	2.205		-.428	.674
	Jiwa Kewirausahaan	.306	.070	.409	2.923	.008
	Inovasi Produk	.628	.225	.396	2.789	.011
	Orientasi Pasar	.390	.159	.351	2.454	.023

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh inovasi produk (X2) sebesar 2,789. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=24-3-1= 20 diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±2,086. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,789, berada diluar nilai t-tabel (-2,086 dan 2,086). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya secara parsial inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Sentra Kerupuk Batagor di Kawasan Cibangkong Kota Bandung. Jika disajikan dalam gambar, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



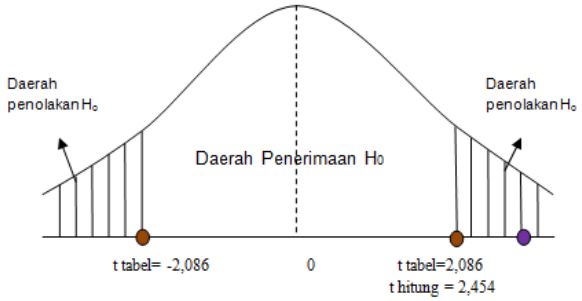
Tabel 9. Pengujian Hipotesis Parsial (X_3)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.948	2.205		-.428	.674
	Jiwa Kewirausahaan	.306	.070	.409	2.923	.008
	Inovasi Produk	.628	.225	.396	2.789	.011
	Orientasi Pasar	.390	.159	.351	2.454	.023

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai t-hitung yang diperoleh orientasi pasar (X3) sebesar 2,454. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=24-3-1= 20 diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar ±2,086. Dari nilai-nilai di atas terlihat bahwa nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 2,454, berada diluar nilai t-tabel (-2,086 dan 2,086). Sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya secara parsial orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha pada Sentra Kerupuk Batagor di Kawasan Cibangkong Kota Bandung. Jika disajikan dalam gambar, nilai t-hitung dan t-tabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut:



KESIMPULAN DAN SARAN

Para pelaku usaha pada Sentra Kerupuk Batagor di Kawasan Cibangkong Kota Bandung memiliki jiwa kewirausahaan yang baik, inovasi produk, orientasi pasar dan keberhasilan usaha yang cukup baik. Hal ini dikarenakan jiwa kewirausahaan yang diterapkan oleh pelaku usaha mampu mempertahankan keorisinilan dalam meciptakan produk. Dalam inovasi produk pelaku usaha selalu berupaya untuk melakukan perluasan produk serta para pelaku usaha selalu berupaya melakukan pengawasan terhadap strategi pesaing potensial guna strategi jangka panjang perusahaan dalam berorientasi pasar. Pelaku usaha selalu berupaya meningkatkan penjualan dengan tujuan agar laba yang dihasilkan terus meningkat dan mencapai keberhasilan dalam usahanya.

Secara parsial, keberhasilan usaha yang dipengaruhi oleh jiwa kewirausahaan memiliki hubungan yang positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari jiwa kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

Secara parsial, keberhasilan usaha yang dipengaruhi oleh inovasi produk memiliki hubungan yang positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari inovasi produk,terhadap keberhasilan usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

Secara parsial, keberhasilan usaha yang dipengaruhi oleh orientasi pasar memiliki hubungan yang positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

Secara simultan, keberhasilan usaha yang di pengaruhi oleh jiwa kewirausahaan, inovasi produk, dan orientasi pasar memiliki hubungan positif, hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari jiwa kewirausahaan, inovasi produk dan orientasi pasar terhadap keberhasilan usaha di Sentra Kerupuk Batagor Cibangkong Kota Bandung.

Disarankan pelaku usaha harus berani menerapkan pengambilan risiko, dengan cara melakukan ekspansi untuk memperluas pasar guna meningkatkan keberhasilan usaha yang dijalani. Ada aspek yang harus diperhatikan seperti kemampuan mengambil resiko, misalnya melakukan kerja sama dengan pihak terkait seperti bank, konsumen dan lain lain sehingga pengusaha dapat meminimalisir resiko yang ada dengan cara berbagi resiko dengan pihak yang terlibat. Agar upaya-upaya pencapaian keberhasilan usaha dapat terlaksana dengan optimal. Dalam berinovasi produk pelaku usaha dapat dikatakan mampu menciptakan produk yang beragam, maka dari itu peneliti menyarankan pelaku usaha perlu melakukan peningkatan atas ide-ide yang lebih kreatif dalam menciptakan produk-produk unggulan yang banyak diminati dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Orientasi pasar yang dilakukan pelaku usaha dapat dikatakan sudah tepat, untuk meningkatkan orientasi pasar penulis menyarankan pelaku usaha mengikuti pelatihan manajerial atau mengisi seminar tentang kewirausahaan, selain itu mampu menciptakan produk yang berbeda dari sebelumnya dengan cara melakukan penelitian tentang produk apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, penelitian tersebut bisa dilakukan dengan survey kepada konsumen dengan mengikuti perkembangan jaman karena bagaimanapun *trend* akan selalu dicari dan

diminati oleh konsumen. Dalam mejalani usaha pasti akan dihadapkan dengan hambatan yang berisiko kegagalan usaha, oleh karena itu disarankan para pelaku usaha harus yakin dan optimis dengan usaha yang dijalani dengan cara meningkatkan rasa percaya diri bahwa usaha yang dijalani mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

Cynthia Vanessa Djodjobo, Hendra N. Tawas. 2014. **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado.** ISSN 2303-1174.

Eddy Soeryanto Soegoto. 2014. **Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung**. Kompas Gramedia. Edisi Revisi ke-2.

Ernani Hadiyati. 2011. **Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan**, Vol.13, No. 1.

Heri Setiawan. 2012.**Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang**. Jurnal Orasi Bisnis Edisi ke-VIII. ISSN: 2085-1375

Isniar Budiarti. 2016. **Pengaruh Kepemimpinan dan Kemampuan Karyawan terhadap Keberhasilan Usaha pada Distributor Susu CV. Umskey Bandung.** Jurnal Riset Bisnis & Manajemen. JURISMA. ISSN 2086-0455.

Iva Yustisia. 2016. **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Sentra Susu Lembang)**. Jurnal Riset Bisnis & Manajemen. JURISMA. ISSN 2086-0455.

Kadek Agus Suarmawan. 2015. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan**. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE) Vol 5, No. 1.

Renita Helia, Naili Farida, Bulan Prabawani. 2015. **Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo)**. Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science.

Sugiyono. 2011. **Statistika untuk Penelitian**. Bandung: Alfabeta.

_____2014. **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

Sukirman. 2017. **Jiwa Kewirausahaan Dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 20 No. 1, April 2017

Umi Narimawati. 2008. **Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori Dan Aplikasi**. Bandung : Agung Media

_____2008. **Teknik-Teknik Analisis Multivariat untuk Riset Ekonomi**. Yogyakarta : Graha Ilmu