

The Implications of Entrepreneurial Orientation and Innovation Capability on the Business Performance of Teh Poci in Sukabumi City

Implikasi Orientasi Kewirausahaan Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Minuman Teh Poci Di Kota Sukabumi

Salma Afrillia Azzahra Syhab^{1*}, Tetty Sufianty Zafar², Sopyan Saori³

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sukabumi^{1,2,3}

salmaafrillia19@gmail.com¹, tetty@ummi.ac.id², sopyansaori@ummi.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial orientation and innovation capability on the business performance of "Teh Poci" beverage MSMEs in Sukabumi City. The study employs descriptive and associative methods with a quantitative approach. The population consists of all 58 "Teh Poci" beverage MSME operators in Sukabumi City; a saturated sampling technique was used, meaning the entire population served as the sample. Primary data were obtained through observation and the distribution of Likert-scale questionnaires, while secondary data were gathered through a literature review. Data analysis techniques included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination test. The results indicate that entrepreneurial orientation has a positive and significant effect on business performance (significance value $0.015 < 0.05$). Innovation capability also has a positive and significant effect on business performance (significance value $0.001 < 0.05$). Simultaneously, entrepreneurial orientation and innovation capability significantly influence business performance (significance value $0.001 < 0.05$). The coefficient of determination value of 0.520 indicates that the two independent variables explain 52% of the variation in business performance, while the remainder is influenced by variables outside the scope of this study. Thus, enhancing entrepreneurial orientation and innovation capability can support improved business performance for "Teh Poci" beverage MSMEs in Sukabumi City.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Innovation Capability, Business Performance, MSMEs, Teh Poci.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi terhadap kinerja usaha UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi sebanyak 58 pelaku usaha, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh sehingga seluruh populasi dijadikan sampel. Data primer diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai signifikansi $0,015 < 0,05$. Kemampuan inovasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Secara simultan, orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,520 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan kinerja usaha sebesar 52%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi dapat mendukung peningkatan kinerja usaha UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Inovasi, Kinerja Usaha, UMKM, Teh Poci.

1. Pendahuluan

Pusat Kesehatan Hewan (Puskeswan) merupakan fasilitas layanan publik yang berperan penting dalam menjaga kesehatan hewan sekaligus mencegah penularan penyakit zoonosis kepada manusia. Di Kota Depok, Puskeswan menyediakan layanan kesehatan hewan secara gratis untuk mendorong masyarakat memanfaatkan layanan secara rutin. Namun demikian, keberlanjutan pemanfaatan layanan tersebut sangat bergantung pada tingkat loyalitas masyarakat sebagai pengguna layanan (Iqbal, 2011).

Data layanan Puskeswan Kota Depok tahun 2023–2025 menunjukkan adanya fluktuasi jumlah kunjungan, baik pada layanan diagnosa maupun layanan preventif seperti vaksinasi dan sterilisasi. Di sisi lain, hasil Survei Kepuasan Masyarakat (SKM) menunjukkan tingkat kepuasan yang tergolong sangat baik, tetapi mengalami tren penurunan dalam tiga tahun terakhir. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingginya kepuasan belum sepenuhnya mampu mendorong loyalitas pelanggan secara konsisten.

Dalam konteks pemasaran jasa, loyalitas pelanggan merupakan komitmen untuk menggunakan kembali layanan secara konsisten di masa mendatang (Kotler & Keller, 2016). Dalam layanan publik seperti Puskeswan, loyalitas tidak hanya mencerminkan keberhasilan pelayanan, tetapi juga berperan penting dalam mendukung pemantauan kesehatan hewan secara berkelanjutan serta pencegahan penyakit zoonosis di masyarakat.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya promosi media sosial, kualitas layanan, dan fasilitas fisik. Promosi media sosial berperan dalam membentuk persepsi dan ekspektasi awal pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Kualitas layanan mencerminkan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan melalui dimensi keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik (Parasuraman et al., 1988). Sementara itu, fasilitas fisik turut memengaruhi kenyamanan dan pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan (Bitner, 1992).

Ketiga faktor tersebut diyakini memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Kepuasan pelanggan menjadi determinan penting dalam membentuk loyalitas, meskipun tidak selalu menghasilkan hubungan yang konsisten (Fauzan et al., 2025; Dewi, 2020).

Namun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang tidak konsisten terkait pengaruh promosi media sosial, kualitas layanan, dan fasilitas fisik terhadap loyalitas pelanggan (Taufik et al., 2022; Anggraini & Santoso, 2025; Wijaya et al., 2024; Agiesta et al., 2022; Muammar & Sulaiman, 2022; Setianingsih & Hastuti, 2024). Selain itu, kajian mengenai loyalitas pelanggan pada layanan kesehatan hewan publik masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi media sosial, kualitas layanan, dan fasilitas fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Puskeswan Kota Depok guna mengisi kesenjangan penelitian yang ada.

Pergerakan perekonomian Indonesia di dorong oleh kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), karena kontribusinya mampu menyerap banyak tenaga kerja (Ismail, dkk., 2023). Jumlah UMKM tahun 2025, di Indonesia mencapai 65,5 juta unit, dengan menyumbang sebanyak 61,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan setidaknya dapat menyerap lebih dari 119 juta tenaga kerja, atau 97% total tenaga kerja nasional (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2025). Jadi secara garis besar UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia, ketika UMKM melemah perekonomian Indonesiapun dapat melemah.



Gambar 1. Jumlah UMKM Kota Sukabumi
Sumber : Open data Jabar, 2023

Kota Sukabumi merupakan salah satu daerah yang menunjukkan perkembangan UMKM yang cukup signifikan. Berdasarkan data jumlah UMKM Kota Sukabumi tahun 2021–2023 (DataBooks, 2024), terlihat adanya tren peningkatan jumlah UMKM dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021 jumlah UMKM tercatat sebanyak 53.979 unit, meningkat menjadi 57.319 unit pada tahun 2022, dan kembali meningkat menjadi 60.895 unit pada tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki daya tahan yang cukup baik, terutama pada masa pemulihan ekonomi pascapandemi Covid-19. Meskipun demikian, peningkatan jumlah UMKM tersebut tidak secara otomatis diikuti oleh peningkatan kinerja usaha pada setiap pelaku UMKM.

Kinerja usaha menjadi isu penting karena mencerminkan tingkat keberhasilan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Menurut (Salsabila & Wahjudi, 2025), kinerja usaha merupakan hasil pencapaian aktivitas bisnis yang dapat diukur melalui pertumbuhan penjualan, peningkatan laba, serta kemampuan mempertahankan pelanggan. Namun, di berbagai daerah termasuk Kota Sukabumi, banyak pelaku UMKM masih menghadapi permasalahan kinerja usaha seperti fluktuasi pendapatan, keterbatasan modal, dan ketidakstabilan permintaan pasar.

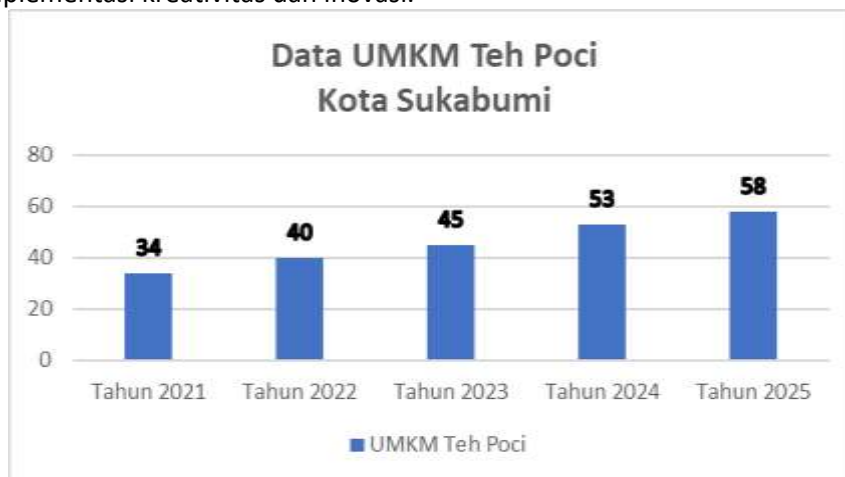
Pada sektor makanan dan minuman, permasalahan kinerja usaha menjadi semakin kompleks akibat perubahan preferensi konsumen yang cepat serta tingginya intensitas persaingan. Menurut (Kartikasari, dkk., 2025) UMKM sektor *food and beverage* (F&B) sering menghadapi tekanan berupa persaingan harga, tuntutan inovasi produk, serta kualitas layanan yang semakin tinggi, sehingga banyak pelaku usaha mengalami kesulitan dalam menjaga stabilitas penjualan. Dinamika selera konsumen yang terus berubah menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi agar tidak tertinggal di pasar.

Perubahan pola konsumsi masyarakat pascapandemi Covid-19 juga memberikan dampak signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan dan minuman. Menurut (Sandityo & Muafi, 2024), konsumen menjadi lebih selektif dan cenderung memilih produk yang tidak hanya memiliki cita rasa yang baik, tetapi juga higienis, inovatif, dan memiliki nilai tambah. Pelaku usaha yang tidak mampu menyesuaikan model bisnis dan kualitas produknya dengan kebutuhan pasar cenderung mengalami penurunan kinerja usaha.

Salah satu untuk meningkatkan kinerja usaha adalah Orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu sumber daya dan kapasitas pada perusahaan atau pelaku UMKM dengan mengacu pada sejauh mana organisasi kewirausahaan dalam membuat rencana, kegiatan yang mencakup proses, struktur dan perilaku untuk meningkatkan teknologi baru, sadar akan tren pasar dan mampu melihat potensi (Zarefar & Oktari, 2021).

Orientasi kewirausahaan disebut juga sebagai speahed (pelopor). Menurut (Rahmadi, dkk., 2020), orientasi kewirausahaan dipandai memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan, kerana dalam prosesnya mengacu pada praktik, pengambilan keputusan yang mendorong untuk inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko. Oleh sebab itu, menjadi penting ketika pelaku UMKM terutama dalam sektor F&B, menerapkan orientasi kewirausahaan dalam menjalankan usahanya.

Kemampuan inovasi merupakan pendekatan penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Kamampuan inovasi merupakan kemampuan mengubah peluang menjadi ide yang dapat dipasarkan. Dalam prosesnya, ide dilanjutkan dengan pengembangan penemuan yang menghasilkan produk, proses atau layanan baru (Sondra & Widjaja, 2021). Inovasi sendiri menurut (Santhi & Affandi, 2020), merupakan proses no- linier dari dua komponen yang meliputi implementasi kreativitas dan inovasi.



Gambar 1 Data UMKM Teh Poci Kota Sukabumi

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Meskipun jumlah UMKM Teh Poci di Kota Sukabumi terus bertambah dari tahun ke tahun, kinerja usaha yang dihasilkan belum optimal karena masih menghadapi berbagai kendala, seperti fluktuasi penjualan, yang sering menurun ketika tren minuman kekinian mendominasi pasar, produk yang cenderung monoton dan kurang inovatif sehingga tidak mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, keterbatasan modal yang menghambat pengembangan usaha, rendahnya pemanfaatan digitalisasi untuk promosi dan penjualan, serta ketergantungan pada gerai fisik yang membatasi jangkauan pasar, kondisi ini diperparah oleh persaingan ketat antar UMKM minuman di wilayah Kota Sukabumi, sehingga peningkatan kinerja usaha Teh Poci sangat bergantung pada penguatan orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi pelaku usahanya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hamel & Wijaya, 2020), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Namun berbeda dengan penelitian (Ahmatang & Sari, 2022), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Lailah & Soehari, 2020), menjelaskan bahwa kemampuan inovasi dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Berbeda dengan penelitian (Christian & Merisa, 2020), menunjukkan bahwa kemampuan inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha.

Hasil dari gap penelitian yang telah dijelaskan diatas, masih terjadi ketidak konsistenan hasil penelitian. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Implikasi Orientasi Kewirausahaan Dan Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Minuman Teh Poci Di Kota Sukabumi (Survei Pada Usaha Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi)"**.

2. Tinjauan Pustaka

Grand Theory dari penelitian ini adalah manajemen. Teori manajemen merupakan teori yang merujuk para proses yang kompleks mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian sumber daya manusia, dalam upaya mencapai tujuan tertentu (Zafar, Sufianty. dkk., 2025). Selaras dengan pernyataan (Hantono, dkk., 2025), dalam bukunya mencatatkan bahwa manajemen merupakan suatu upaya pemberian bimbingan serta pengarahan melalui perencanaan, koordinasi, pengintegrasian, pembagian tugas secara proposional dan profesional, pengorganisasian, pengendalian, dan pemanfaatan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan yang telah dibuat dan ditetapkan bersama.

Middle theory dalam penelitian ini adalah manajemen strategi. Menurut (Sudiantini, D., 2022), dalam bukunya menjelaskan bahwa manajemen strategi merupakan seni dan ilmu yang merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam prosesnya mencakup penetapan visi, misi, tujuan sehingga dapat mengintegrasikan berbagai fungsi bisnis seperti keuangan, pemasaran, produksi, serta sumber daya manusia, dan mendorong untuk melakukan inovasi dan keterlibatan karyawan untuk mencapai tujuan bersama.

Applied theory yang penulis gunakan pada peneltian ini adalah Kinerja Usaha sebagai variabel dependen, orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen satu, dan kemampuan inovasi sebagai variabel independen dua.

Kinerja Usaha

Kinerja usaha dapat didefinisikan sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan serta kemampuannya dalam mengelola dan merespons dinamika lingkungan usaha yang berfluktuasi (Sondra & Widjaja, 2021). Menurut (Viren Juliani, 2024), Kinerja usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian organisasi dalam melaksanakan berbagai kegiatan, kebijakan, atau proyek yang dijalankan guna mewujudkan target, tujuan, misi, dan visi organisasi sebagaimana tercantum dalam perencanaan strategis yang telah ditetapkan. Menurut (Deviastri & Annisa, 2022), Kinerja usaha juga mencerminkan konsekuensi keuangan dan ekonomi dari keputusan manajerial yang berkaitan dengan investasi, operasional, dan pembiayaan, sehingga menjadi dasar penting dalam menilai keberhasilan bisnis. Selain itu, kinerja usaha menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengubah input menjadi output, yang umumnya diukur melalui indikator kinerja utama atau *Key Performance Indicator* (KPI) yang dikaitkan dengan setiap proses bisnis yang dijalankan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Ahmatang & Sari, 2022), menyatakan bahwa kinerja usaha dapat di uraikan menjadi tiga dimensi yaitu : a. Peningkatan penjualan, b. Pertumbuhan penjualan, c. Peningkatan profit

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan kecenderungan atau sikap strategis suatu perusahaan dalam melakukan tindakan inovatif, proaktif dalam mengambil resiko untuk

menciptakan peluang bisnis baru sehingga membentuk pola pikir dan perilaku yang mendorong terciptanya aktivitas kewirausahaan serta berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan daya saing (Astuti & Munir, 2022). Menurut (Angraini, dkk., 2022), orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi dasar oleh individu maupun organisasi untuk mendapatkan peluang kesuksesan. Menurut (Pratama, dkk., 2022) Orientasi kewirausahaan merupakan postur strategis perusahaan yang mencerminkan pola perilaku, proses, dan pengambilan keputusan dalam organisasi yang berorientasi pada penciptaan serta penerapan ide-ide kreatif untuk menjangkau peluang pasar baru dan memperoleh keunggulan kompetitif. Dalam kata lain, orientasi kewirausahaan penting dilakukan oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah maupun yang lainnya, dalam memulai usaha baru ataupun mempertahankan usaha yang sudah berjalan.

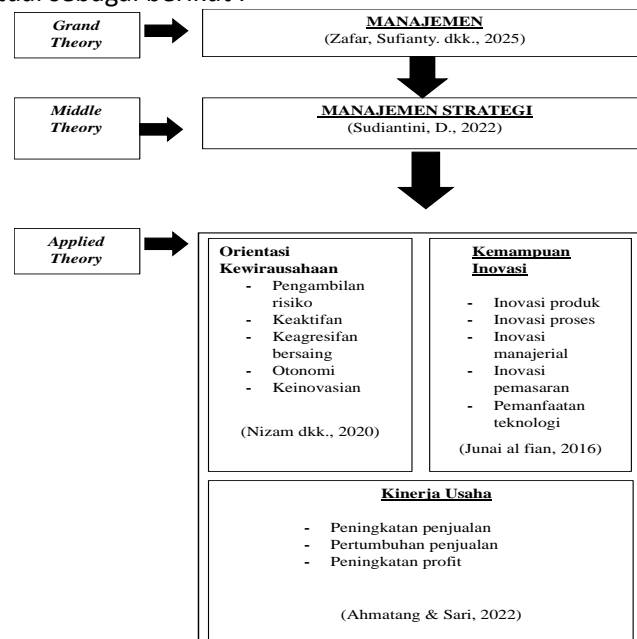
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nizam, dkk., 2020), orientasi kewirausahaan dapat dibagi menjadi lima indikator, yaitu : a. Pengambilan resiko, b. Keaktifan, c. Keagresifan bersaing, d. Otonomi, e. Keinovasian.

Kemampuan Inovasi

Kemampuan inovasi atau kapabilitas inovasi merupakan kemampuan pelaku usaha atau perusahaan dalam membangun ide – ide serta gagasan kreatif yang dapat dituangkan dalam produk hingga memiliki karakteristik atau keunikan sendiri yang tidak dimiliki oleh pelaku usaha lain, sehingga dapat berguna untuk mempertahankan keunggulan kompetitif (Zatia. dkk., 2023). Memperkuat pendapat diatas, menurut (Lani Diana Wijaya & Virgo Simamora, 2022), kemampuan inovasi merupakan hal yang dimiliki oleh pelaku usaha guna menciptakan dan mengembangkan inovasi terbaru yang berkualitas pada suatu produk serta dapat mengatasi berbagai tantangan pasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nuryakin & Qamari, 2025), kemampuan inovasi dapat dibagi menjadi lima indikator, yaitu : a. Inovasi produk, b. Inovasi proses, c. Inovasi manajerial, d. Inovasi pemasaran, e. Pemanfaatan teknologi.

Berdasarkan tinjauan pustaka yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 3. Kerangka Konseptual
 Sumber : Diolah penulis, 2026

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan serta menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kemampuan Inovasi terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Teh Poci di Kota Sukabumi. Objek penelitian terdiri atas dua variabel bebas, yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Kemampuan Inovasi (X2), serta satu variabel terikat, yaitu Kinerja Usaha (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM Teh Poci di Kota Sukabumi sebanyak 58 UMKM, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner kepada responden menggunakan skala Likert, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dari berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang relevan. Operasionalisasi variabel disusun berdasarkan dimensi dan indikator masing-masing variabel, yaitu orientasi kewirausahaan meliputi pengambilan risiko, keaktifan, keagresifan bersaing, otonomi, dan keinovasian; kemampuan inovasi meliputi inovasi produk, proses, manajerial, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi; sedangkan kinerja usaha meliputi peningkatan penjualan, pertumbuhan penjualan, dan peningkatan profit. Teknik analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil penyebaran kuesioner kepada 58 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang ada di Kota Sukabumi, menunjukkan variasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan lamanya usaha. Rincian data tersebut ditampilkan dalam tabel berikut.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	23	39,6%
Perempuan	35	60,4%
Usia		
20-33 Tahun	31	53,4%
34-46 Tahun	27	46,6%
Kecamatan		
Cikole	24	41,3
Gunung Puyuh	7	12,1%
Baros	5	8,6%
Citamiang	11	19%
Warudoyong	3	5,2%
Cibeurem	5	8,6%
Lembursitu	3	5,2%
Lama Usaha		
1 – 3 tahun	18	31,1%
4 – 6 tahun	21	36,2%
7 – 9 tahun	19	32,7%

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 1 responden dalam penelitian ini terdiri dari 23 laki – laki (39,6%) dan 35 perempuan (60,4%), yang didominasi oleh perempuan. Dengan umur responden 20 – 33 tahun 31 responden dan umur 34 – 46 tahun 27 responden. Dari segi lamanya berjualan, 19 orang responden telah berjualan selama 7 – 9 tahun (32,7%). Karakteristik ini menggambarkan kinerja usaha dari pelaku UMKM Minuman teh poci. Dengan lamanya usaha yang menjadi faktor dinamika pelaku UMKM mempertahankan kinerja usahanya agar mampu bertahan menghadapi banyak nya kompetitor.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai Uji Validitas		Keterangan
		rHitung	rTabel	
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0.924	0,3	Valid
	X1.2	0.884	0,3	Valid
	X1.3	0.922	0,3	Valid
	X1.4	0.924	0,3	Valid
	X1.5	0.834	0,3	Valid
	X1.6	0.913	0,3	Valid
	X1.7	0.905	0,3	Valid
	X1.8	0.922	0,3	Valid
	X1.9	0.944	0,3	Valid
	X1.10	0.922	0,3	Valid
	X1.11	0.935	0,3	Valid
	X1.12	0.927	0,3	Valid
	X1.13	0.959	0,3	Valid
	X1.14	0.956	0,3	Valid
	X1.15	0.943	0,3	Valid
Kemampuan Inovasi (X2)	X2.1	0.745	0,3	Valid
	X2.2	0.878	0,3	Valid
	X2.3	0.857	0,3	Valid
	X2.4	0.848	0,3	Valid
	X2.5	0.808	0,3	Valid
	X2.6	0.855	0,3	Valid
	X2.7	0.836	0,3	Valid
	X2.8	0.780	0,3	Valid
	X2.9	0.875	0,3	Valid
	X2.10	0.821	0,3	Valid
	X2.11	0.749	0,3	Valid
	X2.12	0.817	0,3	Valid
	X2.13	0.771	0,3	Valid
	X2.14	0.814	0,3	Valid
	X2.15	0.819	0,3	Valid
Kinerja Usaha (Y)	Y1	0.869	0,3	Valid
	Y2	0.879	0,3	Valid
	Y3	0.830	0,3	Valid
	Y4	0.828	0,3	Valid

Y5	0.855	0,3	Valid
Y6	0.839	0,3	Valid
Y7	0.871	0,3	Valid
Y8	0.819	0,3	Valid
Y9	0.836	0,3	Valid

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Pada tabel 2 hasil uji validitas, nilai r hitung rata – rata memiliki nilai diatas 0,7 lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel pada signifikansi 0,05 dengan nilai 0,3. Berdasarkan nilai tersebut seluruh indikator dalam kuesioner penelitian memenuhi syarat uji validitas sehingga dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai rKritis	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.987	0.6	Reliabel
Kemampuan Inovasi (X2)	0.964	0.6	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0.951	0.6	Reliabel

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 3 uji reliabilitas, hasil tersebut menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0.9 > 0.6 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel. Berdasarkan nilai tersebut, tingkat keakuratan, ketelitian dan konsistensi dari indikator yang ada didalam kuesioner dinyatakan baik, semakin tinggi nilai *cronbach's alpha*, maka tingkat reliabilitas semakin baik

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Hasil	Kriteria	Keterangan
0.37	0,05	Normal

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 4. hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi *P-value* dengan nilai signifikansi 0.37 > 0,05 dari kriteria yang ditentukan, maka berdasarkan nilai tersebut data yang digunakan dianggap terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikoloniearitas

Keterangan nilai	Hasil	Kriteria	Keterangan
Nilai VIF	1.015	< 10	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Nilai Tolarance	0.985	> 0,1	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 5 hasil uji multikolinearitas nilai VIF pada pengujian memiliki nilai 1.015 < 10 lebih kecil dari kriteria yang sudah ditentukan. Nilai dari tolarance 0.985 > 0,1 dibandingkan nilai kriteria yang sudah ditentukan. Berdasarkan nilai tersebut maka dinyatakan pengujian tidak terjadi mengalami multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji hesteroskedastisitas

Variabel	Nilai	Kriteria	Keterangan
----------	-------	----------	------------

Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.060	> 0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemampuan Inovasi (X2)	0.277	> 0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 6 pengujian hasil hesteroskedastisitas variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) menunjukan nilai terkecil sebesar 0,060, dibandingkan dengan nilai variabel Kemampuan inovasi (X2) sebesar 0, 277. Berdasarkan nilai tersebut, kedua variabel memiliki nilai > 0,05 sesuai dengan kriteria yang ditentukan, maka hasil tersebut dinyatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Uji t (*t-test*)

Tabel 6 Hasil Uji t (*t-test*)

Variabel	Nilai Uji t	Kriteria	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.015	< 0,05	Signifikan
Kemampuan Inovasi (X2)	0.001	< 0,05	Signifikan

Sumber : Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 7 hasil uji t, diketahui bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara itu, variabel kemampuan inovasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan inovasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji f (*F-test*)

Tabel 7 Hasil Uji f (*F-test*)

Hasil	Kriteria	Keterangan
0.001	0.05	Signifikan

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar $< 0,001$. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan, H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisiensi Determinasi (R^2)

Tabel 8 Hasil uji Koefisiensi Determinasi

Hasil	Kriteria	Keterangan
0.520	0 - 1	Moderat

Sumber: Diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,520 atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi mampu menjelaskan variabel kinerja usaha sebesar 52%, sedangkan sisanya sebesar 48%% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, variabel orientasi kewirausahaan memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin baik pula kinerja usaha yang dihasilkan. Orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini meliputi pengambilan risiko, keaktifan, keagresifan bersaing, otonomi, dan keinovasian. Pelaku usaha yang berani mengambil risiko, aktif mencari peluang usaha baru, mampu bersaing, serta memiliki kemampuan menciptakan ide dan pembaruan usaha cenderung mampu meningkatkan penjualan, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan keuntungan usaha. Pada UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi, orientasi kewirausahaan menjadi faktor penting karena persaingan usaha minuman semakin kompetitif. Pelaku usaha yang memiliki sikap proaktif dan mampu membaca peluang pasar akan lebih mudah menyesuaikan diri terhadap perubahan tren konsumen. Selain itu, keberanian dalam mengambil keputusan usaha dan kemampuan menciptakan strategi bersaing juga membantu pelaku usaha mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah banyaknya kompetitor minuman kekinian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hamel & Wijaya, 2020) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian oleh (Sondra & Widjaja, 2021) juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kinerja usaha UMKM melalui sikap inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil risiko.

Pengaruh Kemampuan Inovasi (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, variabel kemampuan inovasi memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan inovasi yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula kinerja usaha yang dihasilkan. Kemampuan inovasi dalam penelitian ini meliputi inovasi produk, inovasi proses, inovasi manajerial, inovasi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi. Pelaku usaha yang mampu menciptakan variasi produk baru, meningkatkan kualitas pelayanan, memanfaatkan media sosial, dan menerapkan teknologi dalam operasional usaha cenderung memiliki peningkatan penjualan, pertumbuhan usaha, dan peningkatan keuntungan. Pada usaha minuman Teh Poci, inovasi menjadi faktor penting karena persaingan bisnis minuman saat ini sangat kompetitif dan dipengaruhi oleh perubahan tren konsumen. Pelaku usaha yang mampu mengikuti perkembangan pasar melalui inovasi rasa, kemasan, promosi digital, serta pelayanan yang lebih menarik akan lebih mudah mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

Hasil penelitian ini didukung oleh nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,520 atau 52%, yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi mampu menjelaskan variasi kinerja usaha sebesar 52%, sedangkan sisanya sebesar 52% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Selain itu, hasil uji F memperoleh nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Lailah & Soehari, 2020) yang menyatakan bahwa kemampuan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja usaha UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi, baik secara parsial maupun bersama-sama. Orientasi kewirausahaan yang baik, seperti keberanian mengambil risiko, sikap proaktif, kemampuan melihat peluang, dan kemampuan bersaing, dapat mendorong peningkatan kinerja usaha. Selain itu, kemampuan inovasi dalam pengembangan produk, proses operasional, pemasaran, manajemen, dan pemanfaatan teknologi juga mendukung peningkatan penjualan, daya saing, serta keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pelaku UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi disarankan untuk terus meningkatkan orientasi kewirausahaan dalam menjalankan usaha. Pelaku usaha perlu lebih proaktif dalam melihat peluang pasar, cepat beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan konsumen, serta berani mengambil keputusan yang dapat mendukung perkembangan usaha. Sikap kewirausahaan yang kuat akan membantu pelaku usaha dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan bisnis minuman yang semakin ketat. Selain itu, pelaku usaha juga perlu meningkatkan kemampuan inovasi melalui pengembangan produk, perbaikan proses operasional, pemanfaatan teknologi, serta optimalisasi pemasaran digital. Inovasi yang dilakukan secara berkelanjutan dapat membantu usaha Minuman Teh Poci menciptakan nilai tambah bagi konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan. Dengan demikian, UMKM Minuman Teh Poci di Kota Sukabumi diharapkan mampu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Daftar Pustaka

- Ahmatang, & Sari, N. (2022). *Volume . 18 Issue 3 (2022) Pages 492-500 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha dimediasi keunggulan bersaing pada UMK. 18(3), 492–500.* <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.11581>
- Anggraini, P., Aditi, B., & Bisnis, F. E. (2022). *Program Studi Manajemen, Universitas Harapan Medan Jalan Imam Bonjol No.35 Medan, Sumatera Utara (2) (3). 398–410.*
- Astuti, I. Y., & Munir, M. (2022). *ORIENTASI PASAR DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMPENGARUHI KINERJA PEMASARAN DI MASA RECOVERY PANDEMI. 15(2), 249–269.*
- Christian, M., & Merisa, M. (2020). Peranan Inovasi Sebagai Mediator Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Asesoris Gawai Di Roxy Mas Jakarta. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan, 4(1), 66–78.* <https://doi.org/10.30813/jpk.v4i1.2082>
- DataBooks. (2024). *Jumlah Penduduk Kota Sukabumi Tahun 2023.*
- Deviastri, L., & Annisa, I. T. (2022). Peran Inovasi, Kolaborasi dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha UMKM di DKI Jakarta. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS), 3(1), 52–63.* <https://doi.org/10.33476/jobs.v3i1.2472>
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha UKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 2(4), 863.* <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9865>
- Hantono. (2025). Pengantar Manajemen. In *WIDINA MEDIA UTAMA.*
- Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi, 7(2), 208–217.* <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>

- Lailah, F. A., & Soehari, T. D. (2020). the Effect of Innovation, Information Technology, and Entrepreneurial Orientation on Business Performance. *Akademika*, 9(02), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>
- Lani Diana Wijaya, & Virgo Simamora. (2022). Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi Dan Dampaknya Terhadap. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 2528–1216.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109. <https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Nuryakin, & Qamari, I. N. (2025). The mediating role of innovation capability and technological capability in the relationship between absorptive capacity and SMEs' business performance. *International Journal of Innovation Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2025.09.004>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2025). *UMKM Mendunia: Strategi Peningkatan Skala Bisnis Menembus Pasar Nasional dan Internasional*.
- Pratama, M. I., Sunarya, E., & Saori, S. (2022). MSMEs Performance During the Covid-19 Pandemic Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Adopsi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. Sukabumi:Universitas Muhammadiyah. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(May), 1450–1459.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Salsabila, Y. F., & Wahjudi, E. (2025). *Inovasi Model Bisnis Sebagai Mediasi Pengaruh*. 8(1), 58–70.
- Sandityo, B. N. I., & Muafi, M. (2024). Pengaruh Orientasi Dan Inovasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Kuliner: Peran Mediasi Keunggulan Bersaing. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(3), 937–950. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i3.5072>
- Santhi, N. H., & Affandi, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Ukm) (Studi Kasus Pada UKM Tenun Di Kecamatan Pringgasele Kabupaten Lombok Timur). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(1), 52–65. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i1.2112>
- Siwi Kartikasari, Haris Hermawan, & Yohanes Wibowo. (2025). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Kemampuan Pemasaran terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kecamatan Balung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 257–272. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i1.5192>
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500–508.
- Sudiantini, D., & H. (2022). Manajemen Strategi. In *CV. Pena Persada*.
- Viren Juliani, M. I. (2024). Dimediasi Kesiapan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 259–273.
- Zafar, S., & Dkk. (2025). *BUKU AJAR PENGANTAR MANAJEMEN*.
- Zarefar, A., & Oktari, V. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UKM. *Biogeografia*, 22(2), 5–24.
- Zatia Zatia, Fitri Kumalasari, & Almansyah Rundu Wonua. (2023). Pengaruh Kapabilitas Dinamis Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 176–188. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i4.2168>