

## **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban**

**Anugrahini Irawati  
Hadi Purnomo  
Miftakhul jannah**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen  
Universitas Trunojoyo Madura  
anugrahini.1962@Gmail.com

### **ABSTRAK**

Banyaknya faktor yang mempengaruhi kinerja usaha pada UMKM Batik khas Tuban. Hal ini bisa berupa faktor orientasi kewirausahaan dan inovasi produk. Tujuan penelitian ini adalah (a) menentukan apakah variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap variabel kinerja UMKM batik gedog khas Tuban. (b) menentukan apakah variabel inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM batik gedog khas Tuban. (c) menentukan apakah variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap variabel UMKM batik gedog khas Tuban. Penelitian ini merupakan penelitian populasi dengan 47 pengusaha batik gedog khas Tuban. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa, 1) variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban. 2) variabel Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban. 3) secara bersama-sama atau secara simultan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban. 4) variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh dominan terhadap variabel kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban.

**Kata Kunci :** *Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Kinerja UMKM.*

### **ABSTRACT**

*There're so many factors that effect on business performance at of typical gedog batik SMEs in Tuban. This can be in the in the form of entrepreneurial orientation factor and product innovation. The aims of this research are (a) to determine whether the Entrepreneurship orientation variable effect on variable performance of typical gedog batik SMEs in Tuban. (b) to determine whether product innovation variable effects on variable performance of typical gedog batik SMEs in Tuban. (c) to determine whether the Entrepreneurship orientation and Product Innovation variable simultaneously effect on variable performance of typical gedog batik SMEs in Tuban. This research used the population as much as 47 entrepreneur of typical batik in Tuban as samples. The method used is multiple linear regression analysis.*

*Using this analysis, the results indicate that 1) the entrepreneurship orientation variable has positive and significant effect on variable performance of typical gedog batik SMEs in Tuban. 2) product innovation variable has positive and significant effect on variable performance of typical gedog batik SMEs in Tuban. 3) simultaneously, the entrepreneurship orientation and product innovation variables effect on variable performance of typical gedog*

*batik SMEs in Tuban. 4) entrepreneurship orientation variable is the dominant effect on variable performance of typical gedog batik SMEs in Tuban.*

Keyword : *Entrepreneurship orientation, Product Innovation, SMEs Performance.*

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia saat ini sedang giat-giatnya melakukan pembangunan. Pada pelaksanaan pembangunan suatu negara tentunya yang paling mendasar yaitu pembangunan pada daerah dari suatu negara tersebut. Pemerintah daerah memiliki wewenang luas dalam membangun potensi daerahnya sesuai dengan UU Nomor 32 Tahun 2004 (JAP Vol. 1, No. 2, hal 213-220). Potensi yang ada pada tiap daerah salah satunya adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan daerah terutama untuk menopang perekonomian suatu daerah.

Dalam meningkatkan perekonomian daerah dapat dilakukan dengan meningkatkan sektor potensi yang ada pada daerah tersebut. Kabupaten Tuban memiliki banyak potensi unggulan. Salah satunya yang merupakan produk khas Tuban dari segi budaya warisan leluhur adalah kerajinan batik khas Tuban.

Batik Tenun Gedog merupakan salah satu kerajinan batik yang dimiliki Kabupaten Tuban dan memiliki ciri khas. Masyarakat sering menyebutnya dengan batik Gedog, karena pada salah satu proses pembuatannya menghasilkan bunyi “dhog-dhog” yang berasal dari alat tenun batik. Batik gedog memiliki keunikan tersendiri selain dari nilai estetika yang dimiliki, yaitu proses produksinya dimulai dari memintal benang, menenun, membatik dan melakukan pewarnaan. Batik gedog jika diraba bisa dikenali dari bahan yaitu kapas.

Sentra kerajinan produksi batik Gedog di kabupaten Tuban berada di Kecamatan Kerek yang terletak di beberapa desa antara lain desa Gaji, desa Kedungrejo dan desa Margorejo. Daerah sentra kerajinan produksi batik gedog, ditandai dengan adanya gapura bertuliskan “Sentra Kerajinan Batik Gedog” yang berada di desa Margorejo, sebagai awal masuk ke beberapa desa serta pengrajin aktif lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan pengrajin batik yang ada di beberapa desa pada kecamatan Kerek kabupaten Tuban, mayoritas para pengrajin mengungkapkan kendala,

antara lain: pertama dari segi bahan baku dalam proses produksi menjadi kendala karena pada saat ini terjadi inflasi, maka bahan baku menjadi lebih mahal dan sulit di dapatkan. Kedua, teknologi yang digunakan masih manual yaitu menggunakan tangan sehingga permintaan pasar yang banyak belum tentu dapat terlayani secara tepat waktu. Pengusaha juga menyebutkan bahwa penjualan selama lima tahun terakhir tidak stabil.

Penelitian ini dilakukan pada UMKM batik Gedog yang mempunyai lingkungan penuh dengan ketidakpastian (misalnya pelanggan, supplier, pesaing dan asosiasi usaha), intensitas persaingan yang tinggi (misalnya produk, harga, teknologi, SDM, distribusi, dan bahan baku) serta membutuhkan kemampuan manajemen yang baik.

Persaingan usaha memaksa para pengusaha untuk memiliki strategi yang unggul dalam bersaing agar mampu bertahan dalam persaingan. Produk yang dihasilkan juga menjadi bagian sangat penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM. Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berperan dalam menumbuhkan ketertarikan konsumen.

Lumpkin dan Dess (1996) mengungkapkan bahwa, orientasi kewirausahaan mengacu pada praktik, proses, dan pengambilan keputusan yang memberikan dorongan kearah input yang baru dan terdapat 3 aspek kewirausahaan yaitu, berani mengambil resiko, bertindak secara proaktif dan selalu inovatif.

Inovasi produk tidak kalah penting, produk yang dihasilkan oleh pengusaha harus mempunyai inovasi. Inovasi produk diterapkan untuk memenuhi permintaan pasar, yang berarti pengusaha harus mendesain produknya sesuai keinginan konsumen agar produk yang dihasilkan tetap menarik konsumen untuk membeli dan meningkatkan kinerja usaha.

Dalam penelitian ini batik gedog merupakan salah satu produk berupa kain batik khas Tuban yang memerlukan keahlian khusus dalam pembuatannya. Seiring banyaknya permintaan konsumen yang berbeda-beda, batik gedog mengalami inovasi dari segi bahan baku, proses pembuatan hingga coraknya.

Wiklund (2005:75) menjelaskan, orientasi kewirausahaan yang baik berkaitan erat dengan penggerak utama keuntungan maka seorang pengusaha memiliki harapan untuk mengambil peluang maupun keuntungan yang ada, dan pada akhirnya mempunyai

pengaruh positif pada kinerja usahanya. Selanjutnya, Inovasi merupakan sesuatu yang dibuat atau diperbaiki agar dapat dibedakan dengan yang telah ada maupun yang belum ada sebelumnya dalam bentuk, fungsi, dan lain sebagainya.

Verhess dan Meulenbergh (2004) dalam Heri (2012:8) mengungkapkan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang kuat dalam meningkatkan kinerja UMKM. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Apakah Orientasi kewirausahaan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban?, 2. Apakah Inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban? 3. Apakah Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban ?, 4. Dari variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban ?

## **TINJAUAN TORI**

### **Orientasi Kewirausahaan**

Miller (2013:2), dalam hal inovasi pasar, orientasi kewirausahaan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama, memiliki sikap dalam mengambil resiko, dan lebih proaktif pada perubahan yang terjadi di pasar.

Sebuah usaha apabila memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani dalam mengambil resiko, serta tidak hanya bertahan pada strategi masa lalu (Lumpkin dan Dess,1996). Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan sangat jelas menjadi hal yang sangat penting bagi keberlangsungan sebuah usaha. Oleh karena itu Lumpkin dan Dess (2005) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin meningkatkan keberhasilan suatu usaha harus berorientasi kewirausahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut penulis menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan sebuah usaha atau wirausaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki agar dapat menghasilkan keberhasilan usaha dengan strategi perubahan sehingga dapat bersaing dan lebih kompetitif.

Terdapat indikator orientasi kewirausahaan menurut pandangan Miller (1983) dalam Yunia,dkk (2017:144):

Keinovasian, adalah kesediaan mengenalkan corak atau sesuatu yang baru melalui proses kreatifitas dan eksperimen yang ditujukan dalam pengembangan produk maupun proses yang baru (Dess dan Lumpkin,2005).

Keproaktifan, merupakan karakteristik perspektif yang memandang kedepan (forward looking) dan memiliki pandangan masa depan untuk mengantisipasi permintaan ada mencari peluang yang akan datang (Dess dan Lumpkin, 2005).

Keberanian mengambil resiko, merupakan pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar, atau mengalokasi dana untuk usaha pada lingkungan yang tidakpasti (Lumpkin dan Dess, 2005).

### **Inovasi Produk**

Suryana (2003) dalam Indra (2016:36), inovasi yaitu kemampuan penerapan kreativitas dalam memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan kehidupan. Penawaran produk oleh perusahaan sekarang ini menjadi beragam, tentunya terdapat kelebihan dari masing-masing produk sesuai kebutuhan. Sebagai konsumen, mereka akan lebih memilih/selektif pada produk yang membuat mereka tertarik. maka para wirausaha akan bersaing untuk menginovasi produk yang dihasilkan agar konsumen tertarik akan produknya, dan inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan konsumen sebagai pelanggan tetap.

Dapat disimpulkan bahwa sebuah inovasi itu perlu karena setiap hari yang ada tidaklah sama, ada kalanya terdapat perubahan yang menuntut kita mengikuti perubahan tersebut. Begitupula dengan inovasi produk, sebuah produk harus ada inovasi yang dilakukan oleh seorang wirausaha karena selera konsumen akan sebuah produk pasti akan selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Inovasi produk dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan sebuah perusahaan seiring dengan persaingan yang semakin ketat.

Lucas & Farrel (2000:240) dalam Cynthia (2014:1217), terdapat beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

- a) Perluasan Lini Produk, produk yang tidak asing bagi perusahaan tetapi baru bagi pasar.

- b) Produk Tiruan/Imitasi, produk yang dinilai baru oleh sebuah usaha tetapi familiar dengan pasar.
- c) Produk Baru, produk yang dinilai baru baik oleh perusahaan maupun pasar.

### **Kinerja Usaha**

Kinerja mengacu pada kesuksesan pribadi dalam mencapai tujuan usaha yaitu dari empat perspektif keuangan, pelanggan, proses, serta pembelajaran dan pertumbuhan (Mulyadi dalam Effendi et al., 2013).

Anthony,dkk (1997) dalam Indah (2016:47) berpendapat bahwa dalam mengukur kinerja lebih baik menggunakan Balanced Scorecard yang merupakan salah satu alat ukur kinerja sebuah usaha dan mengukur kinerja secara keseluruhan, baik secara keuangan maupun non keuangan dengan menggunakan 4 (empat) perspektif yaitu: perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, perspektif keuangan (Financial), dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran.

Berdasarkan pendapat para ahli, penulis menyimpulkan kinerja usaha yaitu bentuk pencapaian atau prestasi perusahaan dari berbagai faktor dalam beberapa waktu tertentu yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan atau perbaikan apabila kinerja yang dilakukan kurang optimal.

### **Hipotesis**

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban.

H2 : Diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Inovasi Produk dan Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban.

H3 : Diduga terdapat pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk secara bersama-sama (simultan) terhadap Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban.

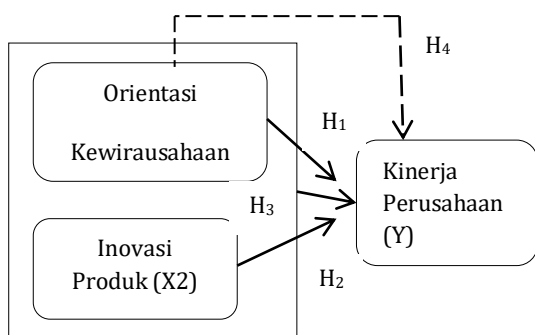
H3 : Diduga Orientasi Kewirausahaan berpengaruh lebih dominan secara positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Batik gedog khas Tuban.

### **KERANGKA PENELITIAN :**

1. Apabila Return On Investment (ROI) >tingkat bunga, maka dengan proporsi hutang yang semakin tinggi akan berpengaruh positif yang semakin besar terhadap ROE dan EPS

2. Apabila Return On Investment (ROI) = tingkat bunga, maka dengan proporsi hutang berapapun akan menghasilkan ROE dan EPS yang sama
3. Apabila Return On Investment (ROI) < tingkat bunga, maka dengan proporsi hutang yang semakin tinggi akan berpengaruh negatif yang semakin besar terhadap ROE dan EPS

Model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran sebagai berikut:



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yang merupakan metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:13).

### a) Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2012:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 47 Pengrajin Batik Khas Tuban yang terdaftar di Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban tahun 2018.

Sugiyono (2012:81), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sampel jenuh (saturation sampling) yaitu menjadikan seluruh populasi sebagai sampel. Diperoleh jumlah sampel sebanyak 47 responden.

### b) Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Orientasi Kewirausahaan (X1)

Lumpkin dan Dess (1996), mendefinisikan “Orientasi Kewirausahaan sebagai suatu metode, praktik, gaya pengambilan keputusan para manajer yang mengarah pada orientasi kewirausahaan”.

#### 2. Inovasi Produk (X2)

Suryana (2003) dalam Indah (2016:36), inovasi sebagai kesanggupan dalam menerapkan kreativitas untuk memecahkan persoalan dan peluang serta meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

### 3. Kinerja Usaha (Y)

Kinerja mengacu pada kesuksesan pribadi dalam mencapai tujuan usaha yaitu dari empat perspektif keuangan, pelanggan, proses, serta pembelajaran dan pertumbuhan (Mulyadi dalam Effendi et al., 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a) Uji Validitas dan Reliabilitas

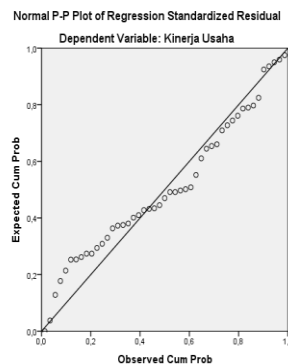
Penyebaran kuesioner dalam uji validitas dan reliabilitas diberikan pada 47 responden dalam penelitian. Nilai  $r$  tabel dengan ketentuan jumlah responden 47 dan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka angka yang diperoleh adalah 0,294.

Berdasarkan perhitungan data diperoleh hasil bahwa seluruh butir pernyataan telah valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar daripada nilai  $r$  tabel (0,294). Diperoleh juga data yang menyatakan bahwa semua item pernyataan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 yang berarti semua item pernyataan dinyatakan reliabel.

### b) Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Untuk melihat apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak, maka dapat dilihat dari *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu baris lurus diagonal, jika data berdistribusi normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013:84).



Gambar. Uji Normalitas

Tabel. Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample  
Kro-Smirnov Test

Kolmog"



		Unstandardized Residual
N		47
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,49157899
Most Extreme Differences	Absolute	,142
	Positive	,109
	Negative	-,142
Kolmogorov-Smirnov Z		,970
Asymp. Sig. (2-tailed)		,303

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Nilai Kolmogorof-Smirnov Z sebesar 0,970 dengan tingkat signifikan 0,303 berarti hal ini menunjukkan bahwa model regresi berdistribusi normal karena tingkat signifikannya  $\geq 0,05$ . Hal ini berarti mendukung uji normalitas dengan normal p-plot regression standardized.

### Uji Multikolinearitas

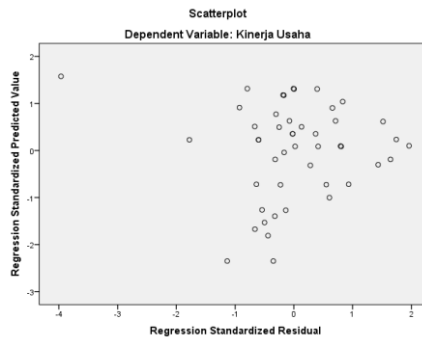
Analisis regresi linier berganda dapat dilanjutkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* diatas 0,1.

**Tabel. Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Orientasi Kewirausahaan	,605	1,652
Inovasi Produk	,605	1,652

### Uji Heteroskedastitas

Masalah heteroskedastistas dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan scatterplot yaitu dengan memplotkan standardized predictors dengan standardized residual model. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastistas (Ghozali, 2013: 139).



Gambar . Uji heteroskedastistas

c) Uji Regresi Linier Berganda

Hasil pengolahan SPSS untuk analisis regresi linier berganda adalah berdasarkan hasil pengolahan.

Tabel

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,118	2,993		,708	,483
Orientasi Kewirausahaan	,554	,101	,546	5,457	,000
Inovasi Produk	,568	,142	,400	3,992	,000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Dapat dirumuskan model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 2,118. Ini menunjukkan nilai constant. Dimana jika variabel bebas yang terdiri dari Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2) = 0, maka variabel terikat yaitu kinerja usaha (Y) adalah 2,118.

2. Koefisien X1 ( $b_1$ ) = 0,554. Ini berarti bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Y), atau dengan kata lain jika orientasi kewirausahaan (X1) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka kinerja usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,554, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien X2 ( $b_2$ ) = 0,568. Ini berarti bahwa variabel Inovasi Produk (X2) berpengaruh positif terhadap kinerja usaha (Y), atau dengan kata lain jika inovasi produk (X2) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka kinerja usaha (Y) akan meningkat sebesar 0,568, dengan asumsi variabel lain tetap.

d) **Uji Hipotesis**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dilihat bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka kesimpulannya adalah variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja usaha.

**Uji t (Parsial)**

1. Nilai signifikan variabel orientasi kewirausahaan adalah  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien variabel Orientasi kewirausahaan menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar  $5,457 >$  dari ttabel  $1,680$ . Hal ini berarti bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha.
2. Nilai signifikan variabel inovasi produk adalah  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien variabel inovasi produk menunjukkan nilai thitung sebesar  $3,992 >$  dari ttabel  $1,680$ . Hal ini berarti bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha.

**Uji Dominan (Beta Standardized Coefficients)**

Hasil SPSS menunjukkan bahwa nilai Beta Standardized Coefficients tertinggi adalah variabel Orientasi Kewirausahaan sebesar  $0,546$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh dominan terhadap kinerja usaha.

**Uji R<sup>2</sup>**

Nilai R square ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen (bebas) mampu menjelaskan variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Jika  $R^2$  mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 0 maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen.

Hasil uji Koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar  $0,721$ . Angka ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan (X1) dan inovasi produk (X2) mampu

memberikan kontribusi terhadap kinerja usaha (Y) sebesar 72,1% sedangkan sisanya sebesar 27,9% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**Tabel Uji R<sup>2</sup>**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,856 <sup>a</sup>	,733	,721	2,548

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

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM batik khas Tuban. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,554 dan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05. Nilai thitung untuk variabel orientasi kewirausahaan 5,457 > ttabel sebesar 1,680.
2. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM batik khas Tuban. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,568 dan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05. Nilai thitung untuk variabel inovasi produk 3,992 > ttabel sebesar 1,680.
3. Dari uji hipotesis menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk jika di uji secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM batik khas Tuban. Hal ini dapat dilihat dari nilai Fhitung sebesar 60,380 lebih besar dari Ftabel yaitu sebesar 3,20
4. Hasil uji variabel dominan adalah: variabel orientasi kewirausahaan karena memiliki nilai Beta tertinggi sebesar 0,546. Sehingga terbukti variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh dominan terhadap kinerja UMKM batik khas Tuban.

### Saran

Berdasarkan dari hasil uraian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diberikan saran sebagai berikut:

#### Bagi UMKM Batik gedog khas Tuban

- a. Dilihat dari data kuesioner yang paling banyak memberikan pernyataan tidak setuju dalam variabel orientasi kewirausahaan pada indikator tentang, membuat inovasi yang

sulit ditiru pesaing. Pengusaha batik gedog menjawab tidak setuju sebanyak 20 pengusaha yang berarti masih banyak pengusaha yang tidak setuju jika inovasi yang dibuat sulit untuk ditiru pesaing. Sebaiknya pengusaha batik gedog tidak mempermudah pesaing dalam meniru inovasi yang sudah dilakukan. Sehingga terdapat pembeda antara produk yang dihasilkan dengan produk pesaing. Apabila pesaing dengan mudah meniru inovasi yang dibuat tentunya akan berpengaruh dalam kinerja usaha.

- b. Dilihat dari data kuesioner yang paling banyak memberikan pernyataan tidak setuju dalam variabel orientasi kewirausahaan pada indikator tentang, memasuki pasar baru yang berbeda. Pengusaha batik gedog menjawab tidak setuju sebanyak 12 pengusaha. Sebaiknya pengusaha batik gedog lebih berani mengambil resiko dalam memasuki pasar yang lebih luas sehingga produk yang dihasilkan lebih banyak dikenal oleh konsumen, hal tersebut tentunya akan memaksimalkan kinerja usaha.
- c. Dilihat dari data kuesioner yang paling banyak memberikan pernyataan tidak setuju dalam variabel orientasi kewirausahaan pada indikator tentang, menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produk. Pengusaha batik gedog menjawab tidak setuju sebanyak 11 pengusaha. Sebaiknya pengusaha batik gedog lebih proaktif untuk menjadi yang pertama dalam memperkenalkan produknya dengan teknik yang berbeda sehingga konsumen yakin jika produk yang dihasilkan lebih baik dari produk pesaing.
- d. Dilihat dari data kuesioner yang paling banyak memberikan pernyataan tidak setuju dalam variabel Inovasi Produk pada indikator tentang, membuat produk sesuai keinginan konsumen. Pengusaha batik gedog menjawab tidak setuju sebanyak 12 pengusaha. Sebaiknya pengusaha batik gedog lebih memperhatikan permintaan konsumen agar konsumen merasa terpenuhi keinginannya dan menjadi pelanggan tetap.
- e. Dilihat dari data kuesioner yang paling banyak memberikan pernyataan tidak setuju dalam variabel Inovasi Produk pada indikator tentang, membuat produk tanpa meninggalkan ciri khas. Pengusaha batik gedog menjawab tidak setuju sebanyak 11 pengusaha. Pada pembuatan produk baru sebaiknya pengusaha batik gedog tidak meninggalkan ciri khas yang sebelumnya sudah melekat, terlebih batik merupakan produk tradisional yang mempunyai nilai estetika tersendiri.

Bagi peneliti berikutnya

Untuk mengoptimalkan hasil dari penelitian ini, maka diharapkan penelitian selanjutnya mengenai masalah yang hampir sama bisa menambah variabel lain yang dipandang relevan sehingga dapat menambah wawasan bagi peneliti selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cynthia. V, Hendra Tawas. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. Manado. Jurnal EMBA Vol. 2 No. 3 hal 1214-1224 ISSN 2303-1174. Ekonomi dan Bisnis Samratulangi Manado.
- Dess, G.G. Lumpkin, G.T. 2005. The Role of Entrepreneurial Orientation in Simulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.

- 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, November 2012 ISSN: 2085-1375
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking in to performance. *Academy of Management Review*, 21(1) 135-172.
- Miller, D. 1983. The Correlates of Entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7): 770-791
- Mulyadi. 2014. Sistem Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel Berbasis Balanced Scorecard. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Paulus Wardoyo, dkk. 2015. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Strategi Usaga dan Kinerja Bisnis UMKM di desa Ujung-ujung Kec. Pabelan Kab. Semarang. Semarang. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Sari, Indah Yanti. 2016. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. Makassar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin .
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kauntitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suryana. 2003. Kewirausahaan Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Edisi Revisi. Salemba Empat.
- Wardi, Yunia, dkk. 2017. Orientasi Kewirausahaan Pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Jurnal management Teknologi* 16(1) 46-61.
- Indonesia, Survei Digital dan UMKM. Mei 2018. Data BPS 2017 “Kontribusi UMKM pada PDB”. <https://m.kontan.co.id/news/indonesia-surga-digital-dan-umkm>. Diakses pada 10/11/18.
- Situs Resmi PemKab Tuban. 2018. Melongok Dua Tahun Pemerintahan Huda Noor Jilid Dua. <https://tubankab.go.id>. Diakses pada 01/10/18.