

## HUBUNGAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ADOPSI E-COMMERCE DAN INOVASI PRODUK DENGAN KINERJA UMKM DI KABUPATEN SUMBAWA

Marisa Sutanty<sup>1</sup>, Subhan Purwadinata<sup>2\*</sup>, Aluh Indah Septiriana<sup>3</sup>  
<sup>123</sup>Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: [123adinata@gmail.com](mailto:123adinata@gmail.com)

Article Info	Abstrak
<b>Article History</b> Submitted: 13 Mei 2023 Accepted: 10 Juni 2023 Published: 30 Juni 2023	<i>This study aims to know the effect of entrepreneurial orientation, e-commerce adoption and product innovation on the performance of micro, small and medium enterprise (MSME) of woven fabrics in Samri Hamlet, Poto Village, Moyo Hilir Sub district, Sumbawa District. The type of this study was associative study. The type of data used is quantitative data obtained directly from primary sources. The population in this study were all weaving craftsmen in Samri Hamlet, Poto Village, totaling 64 people. Determination of the sample was carried out using a saturated sampling technique so that the number of samples in this study were 64 respondents. The data used were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis techniques, individual hypothesis testing (t test), simultaneous hypothesis testing (F test), and determinant coefficient test (<math>R^2</math>). The results showed that entrepreneurial orientation, e-commerce adoption and product innovation had a positive and significant effect on the performance of woven cloth MSMEs in Samri Hamlet, Poto Village, Moyo Hilir Sub District, Sumbawa District, both partially and simultaneously. The degree of influence of entrepreneurial orientation, e-commerce adoption and product innovation on the performance of woven fabric MSMEs in Samri Hamlet, Poto Village, Moyo Hilir Sub District, Sumbawa District is 6.68%, while the remaining 33.2% is influenced by other variables outside this research model, such as capital, market orientation, and orientation of entrepreneurship.</i>
<b>Keywords</b> Entrepreneurship; E-Commerce; Product Innovation; MSME Performance.	

### PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 saat ini terdapat tantangan dan tekanan bagi perusahaan besar dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. Sebagai sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, UMKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara. Disamping itu, UMKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Prasetyo & Wijaya, 2019).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan daerah terutama untuk perekonomian suatu daerah. Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mendefinisikan Usaha Kecil dan Menengah sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha besar.

Keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah memang memberikan kontribusi yang cukup besar dalam berbagai aspek. Akan tetapi, kegiatan usaha yang dilakukan UMKM ini bukan berarti tanpa kendala. Menurut Anoraga dan Sudantoko (dalam Nursolih, 2022), permasalahan usaha kecil pada bidang pemasaran terfokus pada tiga hal, yaitu permasalahan persaingan pasar dan produk, permasalahan akses terhadap informasi pasar dan permasalahan kelembagaan pendukung usaha kecil. Produk yang

dihasilkan UMKM sering kali masih kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh usaha besar, baik dari segi inovasi produk, kualitas produk, maupun distribusi produk. Persaingan antara sesama pelaku UMKM dan persaingan dengan usaha besar seringkali menjadi hambatan bagi UMKM untuk mengembangkan dan memperluas usahanya. Bahkan, persaingan usaha yang semakin kompetitif tidak jarang menjadi salah satu pemicu bangkrutnya usaha berskala kecil ini.

Menurut Kuncoro (dalam Widiatmo & Retnawati, 2019), UMKM di Indonesia secara kualitas sulit untuk dapat berkembang karena menghadapi beberapa masalah internal, diantaranya adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia seperti kurang terampilnya sumber daya manusia, kurangnya penerapan orientasi kewirausahaan, rendahnya tingkat penguasaan teknologi serta minimnya informasi. Untuk dapat bertahan dan memiliki keunggulan bersaing, pelaku UMKM tidak hanya berfokus pada kualitas produk saja tetapi juga dituntut harus dapat menerapkan orientasi kewirausahaan dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki dengan sebaik-baiknya. Perusahaan atau pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan bisa memiliki keunggulan pasar lebih baik bila dibandingkan dengan kompetitor lain.

Hasil studi yang dilakukan oleh Susana *et al.* (2020) berhasil membentuk model struktural kinerja usaha pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Malang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada UKM di Kabupaten Malang, baik secara parsial maupun secara simultan. Daya saing suatu usaha sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan pemanfaatan e-commerce kedalam aktivitas strategi yang akan menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan dan penciptaan kinerja secara optimal.

Orientasi kewirausahaan adalah kemampuan perusahaan mempunyai ide yang kreatif dan memanfaatkan sumber daya sebagai kekuatan internal perusahaan dalam menciptakan inovasi untuk meraih peluang. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan inovasi lebih kuat dibandingkan perusahaan lain, karena bisnis dengan *entrepreneurial orientation* yang kuat akan berfokus untuk mendapatkan kinerja yang unggul dengan membangun strategi penciptaan nilai yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain sehingga perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif dan secara kreatif mengungguli pesaingnya (Hindarwati *et al.*, 2021).

Pada lingkungan yang dinamis seperti saat ini, orientasi kewirausahaan jelas merupakan hal yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk masa depan dengan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun dan mampu menghadapi pesaing baru. Hal itu dikarenakan perusahaan yang berorientasi kewirausahaan cenderung mendorong karyawannya untuk membuat keputusan secara mandiri, memperkenalkan inovasi baru secara aktif, menanggung risiko yang diperhitungkan, bertindak proaktif, dan menunjukkan tingkat agresivitas dalam persaingan dengan pesaing. Pengusaha yang memiliki karakteristik orientasi kewirausahaan yang tinggi ditandai dengan adanya kemauan yang keras, keberanian mengambil resiko, dan juga memiliki kreativitas dalam menjalankan bisnisnya sehingga akan mempengaruhi keberhasilan dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Mustari *et al.*, 2021).

Selain orientasi kewirausahaan, pelaku UMKM juga dituntut untuk mampu memaksimalkan peran teknologi untuk mendukung kegiatan pemasaran. Istilah penggunaan teknologi sebagai media pemasaran dapat disebut *e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan untuk melakukan transaksi bisnis secara online melalui media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet. *E-Commerce*

menurut Ramanathan *et al.* (dalam Tiandra *et al.*, 2019) pemanfaatan internet sebagai media penjualan/periklanan dalam konteks B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*) serta memudahkan komunikasi dalam manajemen rantai pasokan.

Penggunaan ecommerce merupakan sebuah keharusan dalam dunia usaha, mengingat masalah yang semakin kompleks, kompetitor yang semakin menjamur dan tuntutan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif. Pemanfaatan *e-commerce* dalam bisnis memudahkan para pelaku usaha dalam mengidentifikasi alur kerja, persaingan, membangun kemitraan, dan pemasaran produk yang lebih efektif. Melalui *e-commerce* informasi dapat diperoleh konsumen dengan sangat cepat dan tepat sehingga memberikan poin tertentu pada keunggulan kompetitif UMKM (Subagio & Saraswati, 2020).

Selain dua faktor diatas, inovasi produk dapat meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja usaha, sehingga inovasi produk merupakan salah satu strategi yang harus dipertimbangkan dalam rangka meningkatkan kinerja UMKM. Menurut Bockova dan Zizlavsky (dalam Susdiani, 2020), inovasi produk merupakan kegiatan yang melakukan perubahan signifikan terhadap kapabilitas atau fungsi dari barang barang dan jasa . Dimana kegiatan tersebut dapat berupa menciptakan produk dan jasa baru atau melakukan peningkatan yang signifikan terhadap produk yang sudah ada. Inovasi merupakan sebuah cara solusi baru dalam memberikan nilai terbaik dari suatu produk kepada pelanggan.

Inovasi produk secara konvensional dapat diartikan sebagai suatu terobosan baru yang berkaitan dengan produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Inovasi dianggap sebagai mekanisme yang dilakukan organisasi atau perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan pasar yang sangat dinamis. Oleh sebab itu, perusahaan sangat dituntut untuk mampu membuat sebuah gagasan dan pemikiran baru dalam menciptakan produk inovatif yang mereka tawarkan sebagai peningkatan pelayanan yang diberikan kepada konsumen (Taufiq *et al.*, 2020).

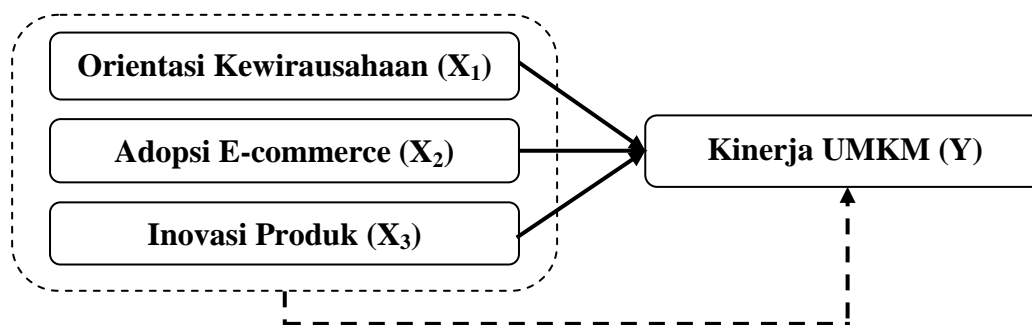
Diberbagai kota-kota besar di Indonesia industri kreatif telah mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan, tidak terkecuali di Kabupaten Sumbawa. Di Kabupaten Sumbawa masih banyak industri yang sedang berkembang, seperti industri Kain Tenun yang di kelolah oleh industri kecil atau unit kegiatan rumah tangga yang bertujuan untuk menutupi kebutuhannya. Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa merupakan salah satu daerah tempat pengembangan usaha kreatif kain tenun yang memiliki prospek perkembangan yang cenderung meningkat, hal tersebut memiliki dampak positif untuk memenuhi kebutuhan pasar lokal maupun luar daerah sehingga memberikan kontribusi sangat besar terhadap pendapatan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Industri kain tenun memegang peran penting dalam kegiatan perekonomian di Dusun Sameri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa dalam upaya peningkatan pendapatan dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Sumbawa. Perkembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa diharapkan tidak hanya memberikan keuntungan bagi pengusaha, tetapi juga mampu menyelesaikan berbagai masalah sosial dan perekonomian, seperti mengatasi masalah kemiskinan, pengangguran dan ketimpangan pendapatan antara kaya dan miskin. Terdapat berbagai variabel yang menjadi penyebab kapabilitas UMKM untuk mencapai kinerja tertinggi, diantaranya adalah orientasi kewirausahaan, pemanfaatan e-commerce dan inovasi produk.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengedintifikasi sejauh mana pengaruh orientasi kewirausahaan, adopsi *e-commerce* dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Alur penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 1. Desain Penelitian**

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Kuncoro (2018), data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik (angka), yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio. Data kuantitatif dalam penelitian berupa hasil jawaban responden yang diangkakan (*scoring*) terkait permasalahan penelitian yang pertanyaan dalam kuesioner.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Indriantoro dan Supomo (2018), data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam hal ini, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian.

### Populasi dan Sampel

Menurut Sudjana (2018), populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil yang menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin mempelajari sifat-sifatnya. Berdasarkan definisi tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengrajin tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir yang berjumlah 64 orang.

Sedangkan sampel menurut Arikunto (2019), adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Apabila subjeknya kurang dari 100, maka jumlah keseluruhan populasi diambil menjadi sampel penelitian sehingga penelitiannya adalah penelitian populasi. Tetapi jika subjeknya lebih dari 100, bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi sebagai perwakilan. Melihat jumlah populasi yang ada kurang dari 100 orang, maka keseluruhan anggota dari populasi yang ada akan digunakan menjadi sampel penelitian. Dengan demikian, maka responden dalam penelitian ini berjumlah 64 orang pengrajin kain tenun sehingga penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian populasi atau menggunakan teknik sampel jenuh (*sensus sampling*), yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019).

### Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Menurut Sujarweni (2020), kuesioner merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Agar jawaban responden dapat diukur, maka jawaban responden diberi skor. menggunakan *skala likert*. Menurut Bahri (2018), skala likert merupakan metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek dan objek tertentu. Jawaban setiap instrument mempunyai ruang dari sangat positif sampai sangat negative. Item yang bernilai positif maka angka terbesar diletakan pada “sangat setuju”, sedangkan item yang bernilai negatif maka angka terbesar diletakan pada “sangat tidak setuju”. Adapun bobot penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *skala likert* dengan 5 interval nilai, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Kurang Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

### Teknik Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ), sedangkan variabel dependennya adalah kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa (Y). Data yang telah dikumpulkan selanjutnya akan diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS untuk dikaji menggunakan teknik yang meliputi analisis regresi linier berganda, uji hipotesis parameter individual (uji t), uji hipotesis parameter simultan (uji F), dan uji koefisien determinan ( $R^2$ ) (Ghozali, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa (Y). Berdasarkan hasil pengujian dengan bantuan aplikasi SPSS, diperoleh nilai koefisien regresi yang disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.890	1.764		1.071	.288
	Orientasi Kewirausahaan	.320	.097	.377	3.304	.002
	Adopsi <i>E-Commerce</i>	.340	.104	.356	3.266	.002
	Inovasi Produk	.242	.088	.232	2.737	.008

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:



$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1.890 + 0.320 (X_1) + 0.340 (X_2) + 0.242 (X_3) + e$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai constanta (a) sebesar 9,465, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel kompensasi finansial langsung ( $X_1$ ) dan kompensasi finansial tidak langsung ( $X_2$ ) bernilai konstan (0), maka nilai konsisten produktivitas kerja karyawan PT. Newmont Nusa Tenggara (Y) adalah sebesar 9,465.
- Nilai koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan ( $\beta_1$ ) adalah sebesar 0.320 dan bernilai positif. Artinya, jika nilai variabel orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.320, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) adalah konstan (0).
- Nilai koefisien regresi variabel adopsi *e-commerce* ( $\beta_2$ ) adalah sebesar 0.340 dan bernilai positif. Artinya, jika nilai variabel adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.340, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) adalah konstan (0).
- Nilai koefisien regresi variabel inovasi produk ( $\beta_3$ ) adalah sebesar 0.242 dan bernilai positif. Artinya, jika nilai variabel inovasi produk ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.242, dengan asumsi nilai variabel bebas lainnya, yaitu orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ) dan adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) adalah konstan (0).

## 2. Uji Hipotesis Parameter Parsial (Uji-t)

Uji-t pada penelitian ini digunakan untuk melihat signifikan pengaruh masing-masing variabel bebas, yaitu orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat, yaitu kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa (Y). Variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial, jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  serta nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05.

Hasil pengujian hipotesis parameter parsial atau uji-t dengan bantuan aplikasi SPSS disajikan pada tabel berikut ini.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Parameter Parsial (Uji-t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.890	1.764		1.071	.288
	Orientasi Kewirausahaan	.320	.097	.377	3.304	.002
	Adopsi <i>E-Commerce</i>	.340	.104	.356	3.266	.002
	Inovasi Produk	.242	.088	.232	2.737	.008
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM						

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parameter parsial (uji-t) yang disajikan pada tabel 2, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kain Tenun

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.304 dan nilai  $t_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df=n-k=64-4=60$ ) dan  $\alpha = 5\%$  (0.05) adalah sebesar 2.000, sehingga nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $3.304 > 2.000$ ) dan nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 ( $0.002 < 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

b. Pengaruh Adopsi *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM Kain Tenun

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.266 dan nilai  $t_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df=n-k=64-4=60$ ) dan  $\alpha = 5\%$  (0.05) adalah sebesar 2.000, sehingga nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $3.266 > 2.000$ ) dan nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 ( $0.002 < 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa adopsi *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

c. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Kain Tenun

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.737 dan nilai  $t_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df=n-k=64-4=60$ ) dan  $\alpha = 5\%$  (0.05) adalah sebesar 2.000, sehingga nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $2.737 > 2.000$ ) dan nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0.008 lebih kecil dari 0.05 ( $0.008 < 0.05$ ). Hal ini berarti bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

### 3. Uji Hipotesis Parameter Simultan (Uji F)

Uji-F pada penelitian ini bertujuan untuk menguji ada tidaknya pengaruh simultan variabel-variabel bebas yang terdiri atas orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa ( $Y$ ). Variabel-variabel bebas dikatakan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $F_{tabel}$  dan nilai probabilitas yang dihasilkan lebih kecil dari 0.05.

Berikut disajikan hasil perhitungan uji hipotesis simultan atau uji F menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

**Tabel 3. Hasil Hipotesis Parameter Simultan (Uji-F)**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	528.681	3	176.227	40.291	.000 <sup>a</sup>
	Residual	262.428	60	4.374		
	Total	791.109	63			
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Adopsi <i>E-Commerce</i> , Orientasi Kewirausahaan						
b. Dependent Variable: Kinerja UMKM						

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 40.291 dan  $F_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df_1=k-1=4-1=3$ ) dan ( $df_2=n-k=64-4=60$ ) sebesar 2.76, sehingga  $F_{hitung}$  lebih besar dari pada  $F_{tabel}$  ( $40.291 > 2.76$ ) dan nilai signifikan yang dihasilkan 0.000 lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan, adopsi e-commerce dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa (Y). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *R-Square*. Nilai *R-Square* semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Berikut disajikan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.817 <sup>a</sup>	.668	.652	2.091
a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Adopsi <i>E-Commerce</i> , Orientasi Kewirausahaan				
b. Dependent Variable: Kinerja UMKM				

Sumber: Output SPSS (data primer diolah), 2023.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, diketahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan dalam kolom *R Square* adalah sebesar 0.668. Hal ini berarti bahwa derajat pengaruh orientasi kewirausahaan ( $X_1$ ), adopsi *e-commerce* ( $X_2$ ) dan inovasi produk ( $X_3$ ) terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa (Y) adalah sebesar 6.68%, sedangkan sisanya sebesar 33.2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini, seperti modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan (Abbas, 2018).

### Pembahasan

#### 1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kain Tenun

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Positif menunjukkan hubungan yang searah, yang berarti bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan, maka akan semakin meningkat kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Sebaliknya, semakin rendah orientasi kewirausahaan, maka kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa akan semakin menurun.



Bisnis dengan orientasi kewirausahaan yang kuat akan berfokus untuk mendapatkan kinerja yang unggul dengan membangun strategi dengan penciptaan nilai yang tidak dapat ditiru oleh pesaing lain. Oleh karena itu, pengusaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi dapat menciptakan nilai yang lebih baik atas produk yang dihasilkan sehingga usaha yang dijalankannya secara proaktif menghasilkan produk atau layanan baru dan inovatif. Dengan demikian, perusahaan tersebut memiliki keunggulan kompetitif dan secara kreatif mengungguli pesaingnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi merupakan salah satu hal penting untuk memiliki nilai unggul dari pesaing sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asa Ridho Nursinggih dan Naili Farid (2019) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. UMKM yang memiliki orientasi wirausaha tinggi akan cenderung melakukan tindakan-tindakan yang didasarkan pada keputusan inovatif, berani mengambil resiko bisnis dan cenderung melakukan tindakan yang proaktif dalam mengantisipasi persaingan usaha dan memanfaatkan peluang sehingga hal ini akan mendorong kinerja yang semakin baik.

## **2. Pengaruh Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Kain Tenun**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh adopsi e-commerce terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa adopsi e-commerce secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Hasil positif menunjukkan hubungan yang searah, artinya semakin adopsi e-commerce dalam kegiatan pemasaran produk UMKM, maka akan semakin meningkat kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Namun sebaliknya, semakin rendah adopsi e-commerce dalam kegiatan pemasaran produk UMKM, maka kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa juga akan semakin menurun.

Melalui pemanfaatan e-commerce, UMKM dapat menjangkau pasar lebih luas. Selain itu, e-commerce juga dapat meningkatkan kecepatan dan ketepatan dalam penyampaian informasi serta dapat membantu menghemat biaya operasional. Dengan adanya pemanfaatan *e-commerce*, perusahaan dapat menjangkau pasar konsumen yang relative jauh sehingga dengan demikian konsumen akan lebih mudah didapatkan dan pada akhirnya kinerja UMKM juga mengalami peningkatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce merupakan salah satu hal penting untuk menjangkau pasar dan menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ananda Putri Harfie dan Anies Lastiati (2022) yang menyatakan bahwa adopsi e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di DKI Jakarta. Penggunaan e-commerce dapat menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan pelaku UMKM agar usahanya dapat terus bertahan, karena e-commerce dapat mempermudah akses informasi, meningkatkan kinerja bisnis, meningkatkan kualitas dan kecepatan pelayanan, mengikuti perkembangan teknologi dan meningkatkan efisiensi biaya.

## **3. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Kain Tenun**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat

diketahui bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Hasil positif menunjukkan hubungan yang searah, artinya semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM, maka semakin meningkat pula kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa. Akan tetapi semakin rendah tingkat inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM, maka kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa juga akan semakin menurun.

Inovasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang. Inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan dan menjaga prospek perkembangan usahanya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk merupakan salah satu hal penting untuk memiliki nilai unggul dari pesaing sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung temuan pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nova Hari Santhi dan Yuniar Affandi (2020) yang menyatakan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan pada UKM Tenun di Desa Pringgasela. Inovasi yang diciptakan oleh perusahaan menjadi kunci dari keunggulan bersaing yang akan menentukan keberhasilan suatu usaha untuk mampu bertahan dan kesuksesan ekonomi dari suatu organisasi.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.
2. Adopsi *e-commerce* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.
3. Inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.
4. Orientasi kewirausahaan, adopsi *e-commerce* dan inovasi produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa.
5. Derajat pengaruh orientasi kewirausahaan, adopsi *e-commerce* dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM kain tenun di Dusun Samri Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa adalah sebesar 6.68%, sedangkan sisanya sebesar 33.2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini, seperti modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Pelaku UMKM

Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk merupakan variabel yang signifikan dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Oleh karena itu, pemilik usaha harus senantiasa memiliki sikap daya juang yang tinggi dan serta selalu inovatif dalam berusaha meraih prestasi bisnis (*need for achievement*), percaya terhadap kemampuan diri (*internal locus of control*), mandiri (*self reliance*) serta sikap yang terbuka terhadap lingkungan (*extroversion*). Selain itu, penggunaan *e-commerce* juga dapat meningkatkan kinerja UMKM karena *internet commerce* dapat memudahkan dalam sistem pemasaran, penjualan dan pembayaran serta dapat menjangkau pasar yang lebih jauh.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan bagi pengembangan usaha pelaku UMKM. Mengingat permasalahan yang umumnya dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan modal, maka peran pemerintah sangat diharapkan dalam menyediakan bantuan modal atau membuka jaringan bagi pelaku UMKM ke penyedia modal sehingga pelaku UMKM memperoleh kemudahan mendapatkan modal tambahan untuk mengembangkan usahanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, Vol. 5(1): 95-111.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25, Edisi ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harfie, A.P., & Lastiati, A. (2022). Adopsi Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 11(1): 21-40.
- Hindarwati, E.N., Rahayu, A., & Wibowo, L.A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 9(1): 42-54.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Kuncoro, M. (2018). *Metode kuantitatif: Teori dan Aplikasinya Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Mustari, Nur Arisah, N., Thaief, I., Fatmawati, & Hasan, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Proceeding Teknologi Pendidikan Seminar Daring Nasional 2021: Digital Generation For Digital Nation*, Vol. 1(8): 165-177.
- Nursinggih, A.R., & Farid, N. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi Produk (Studi pada UMKM Rogo-Rege Kabupaten Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, Vol. 8(4): 1-12.

- Nursolih, E. (2022). Pengaruh Market Orientation dan Networking Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UMKM Keripik yang Terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Ciamis). *Jurnal Media Teknologi*, Vol. 9(1): 1-7.
- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UKM Pada Bidang Kuliner di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Vol. 1(3): 383-393.
- 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 Pringgasea Kabupaten Lombok Timur). *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan (JPEK)*, Vol. 4(1): 52-65.
- Subagio, I.S., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Purbalingga. *J-LEE: Journal of Law, Economics, and English*, Vol. 2(1): 1-14.
- Sudjana, N. (2018). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susana, E., Darsono, J.T., & Andarwati, M. (2020). Penerapan Model Pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kabupaten Malang. *Seminar Nasional Sistem Informasi*: 23-32.
- Susdiani, L. (2020). Analysis the Influence of Innovations to Micro, Small, and Medium Enterprise Performance of Creative Industry in Padang City. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol 8(4): 450-465.
- Taufiq, M. Rida Prihatni, R., & Gurendrawat, E. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan dan Auditing*, Vol. 1(2): 204-220.
- Tiandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, Vol. 4(1): 6-10.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Widiatmo, G., & Retnawati, B.B. (2019). Peran Orientasi Kewirausahaan dan Sumber Daya Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Mekarsari Kandri Semarang. *Journal of Business & Applied Management*, Vol. 12(2): 117-130.