

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA BISNIS  
DENGAN INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA UMKM KATERING DI PURWOREJO**

**Riris Gitari Rahayu**  
[ririsgitari04@gmail.com](mailto:ririsgitari04@gmail.com)

**Wijayanti**  
[wijayanti@umpwr.ac.id](mailto:wijayanti@umpwr.ac.id)  
**Dedi Runanto**  
[dedirunanto@gmail.com](mailto:dedirunanto@gmail.com)

**Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Purworejo**

**ABSTRAK**

Saat ini, banyak pengusaha UMKM katering di Purworejo. Banyaknya pengusaha UMKM katering tentunya dapat menyebabkan persaingan. Menyikapi fenomena persaingan usaha tersebut sudah selangkahnya para pengusaha katering harus berbenah diri, berinovasi, dan melakukan strategi yang lebih tepat supaya usaha yang ditekuni dapat lebih menguntungkan, berkelanjutan dan memiliki kinerja bisnis yang maksimal. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kinerja, diantaranya orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. Penelitian ini disusun dengan tujuan menguji: pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk, pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis, dan menguji inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM Katering di Purworejo sebanyak 166 unit yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Perdagangan Kabupaten Purworejo. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 60 unit. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, yang telah diujicobakan dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis menggunakan *hierarchical regression procedures*.

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dan inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

**Kata kunci : orientasi kewirausahaan, kinerja bisnis, inovasi produk, UMKM**

**A. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian dan terbukti paling eksis dalam menghadapi krisis, sehingga menjadi kewajiban bagi pemerintah untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan UMKM sebagai menunjang perekonomian (Ariningsih & Wijayanti, 2017:1). Perhatian untuk mengembangkan industri kecil mempunyai tiga alasan. Pertama, UMKM menyerap banyak tenaga kerja sehingga secara intensif akan menggunakan sumber daya lokal. Kedua, UMKM memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas. Ketiga, UMKM mempunyai iklim yang sangat kompetitif dan hambatan masuk rendah. Selain keunggulan, UMKM juga mempunyai hambatan pada teknologi informasi. UMKM penting untuk dikaji karena mempunyai peranan yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi pada skala nasional dan regional (Ariningsih & Wijayanti, 2017:1).

Jawa Tengah merupakan salah satu provinsi yang memiliki UMKM terbesar di Indonesia yaitu 141.640 usaha. Jawa Tengah terdiri dari 35 Kabupaten dan Kota. Kabupaten Purworejo adalah salah satu kabupaten yang mempunyai UMKM terbanyak di Jawa Tengah yaitu 7.989 usaha atau 6%. UMKM di Kabupaten Purworejo lebih banyak bergerak pada sektor makanan dan minuman. Salah satu UMKM yang bergerak pada bidang makanan dan minuman yaitu katering (jasa boga/*catering*).

Istilah katering (*catering*) berasal dari kata kerja *cater* yang berarti menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman kepada masyarakat sebagai sarana untuk menghilangkan rasa lapar dan haus (Entas dkk., 2024:78). Saat ini, ada sekitar 166 pengusaha UMKM katering yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Perdagangan Kabupaten Purworejo. Banyaknya pengusaha UMKM katering tentunya dapat menyebabkan persaingan. Menyikapi fenomena persaingan usaha tersebut sudah selayaknya para pengusaha katering harus berbenah diri, berinovasi, dan melakukan strategi yang lebih tepat supaya usaha yang ditekuni dapat lebih menguntungkan, berkelanjutan dan memiliki kinerja bisnis yang maksimal. Kinerja bisnis merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Hal ini

menegaskan bahwa kinerja bisnis bukanlah hal yang dapat terjadi begitu saja melainkan membutuhkan proses (Satwika & Dewi, 2018). Kinerja bisnis adalah pencapaian suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Kaplan & Norton, 1992). Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kinerja, diantaranya orientasi kewirausahaan (Susilowati dkk., 2022:161), dan inovasi produk (Susilowati dkk., 2022:165).

Orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, struktur, dan perilaku dari perusahaan yang dikarakteristikan melalui inovasi, proaktif dan pengambilan risiko (Covin & Slevin, 1989). Terdapat perbedaan antara orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*), dimana orientasi kewirausahaan berkaitan dengan proses kunci kewirausahaan yang menjawab pertanyaan bagaimana memulai usaha baru, sedangkan istilah kewirausahaan mengacu pada keputusan dalam mengatasi apa yang telah dilakukan. Orientasi kewirausahaan melibatkan kemauan untuk berinovasi, mengambil risiko, mengambil tindakan mandiri, dan lebih proaktif dan agresif dari pesaing terhadap peluang pasar baru (Lumpkin & Dess, 2000). Orientasi kewirausahaan merupakan atribut penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja (Covin & Slevin, 1993). Selain berpengaruh terhadap kinerja bisnis, orientasi kewirausahaan juga berpengaruh terhadap inovasi produk (Han & Zhang, 2021:7). Hal ini sesuai dengan pernyataan Mandasari (2020:60) yang menyatakan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka inovasi produknya akan semakin baik. Sebaliknya apabila orientasi kewirausahaan rendah maka inovasi produknya semakin berkurang.

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap kinerja bisnis yaitu inovasi produk (Susilowati dkk., 2022:165). Dalam literatur ilmiah, istilah inovasi produk digunakan untuk menggambarkan barang atau jasa baru atau lebih baik yang berbeda secara signifikan dari barang atau jasa perusahaan sebelumnya dan telah diperkenalkan di pasar. Inovasi produk dapat menggunakan pengetahuan atau teknologi baru, atau dapat didasarkan pada kombinasi baru dari teknologi sudah ada. Istilah produk digunakan untuk mendefinisikan barang dan jasa. Inovasi produk

mencakup pengenalan produk baru serta pengenalan perbaikan signifikan pada karakteristik fungsional produk yang sudah ada (Kozludzhova, 2023:3). Inovasi produk merupakan salah satu penentu kinerja bisnis (Mulyana dkk., 2020:7). Selain berpengaruh terhadap kinerja bisnis, inovasi produk juga dapat memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Hal ini sesuai dengan pendapat Sari & Farida (2019:351) yang menyatakan bahwa inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Asip Mustabari, S.E., selaku Analis Pengembangan Usaha Mikro di Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Perdagangan Kabupaten Purworejo, diketahui bahwa kinerja bisnis para pengusaha UMKM catering masih belum maksimal. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan pendapatan yang belum maksimal, kurang cepat merespon permintaan konsumen karena keterbatasan modal dan tenaga. Dilihat dari orientasi kewirausahaan, masih ada pengusaha UMKM catering yang belum berani mengambil risiko, seperti pengusaha tidak berani meminjam modal besar untuk pengembangan usaha. Dilihat dari inovasi produk, masih ada pengusaha UMKM catering yang kurang memiliki kreativitas dan kurang inovatif dalam mengolah makanan yang ada.

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji: pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk, pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis, inovasi produk dalam memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk?
3. Apakah inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis?
4. Apakah inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis?

## C. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

### 1. Kajian Teori

#### a. Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis berasal dari ajaran manajemen ilmiah Taylor dan Fayol, yang mempengaruhi teori manajemen saat itu dan masih berdampak hingga saat ini, berdasarkan pemahaman bahwa kinerja bisnis harus dinilai berdasarkan konsep efisiensi dan efektivitas. Istilah-istilah tersebut saling melengkapi, karena dalam melakukan sesuatu harus fokus pada hasil yang diinginkan (efektivitas), sedangkan sumber daya yang tersedia harus digunakan dengan baik (efisiensi), dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas, manajer perlu melakukan pengendalian. Pengendalian kinerja yang efektif memerlukan informasi mengenai standar yang benar, sehubungan dengan apa yang diharapkan dan apa yang dicapai, selain mengambil tindakan untuk memperbaiki penyimpangan yang kadang-kadang terjadi (Santos & Marinho, 2017:123). Kinerja bisnis adalah pencapaian suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Kaplan & Norton, 1992). Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM (Susilowati dkk., 2022:152), diantaranya: produksi, strategi pemasaran, strategi distribusi, perkembangan teknologi, akses modal, legalitas hukum, rencana bisnis, orientasi wirausaha, orientasi pasar, keunggulan kompetitif, strategi diferensiasi, dan inovasi.

#### b. Orientasi Kewirausahaan

Pengertian orientasi kewirausahaan berkaitan dengan aspek psikometrik yang dilihat dari inovasinya, sifat proaktifnya dan keberanian mengambil risiko. Dari tiga dimensi ini bisa dilihat orientasi kewirausahaan seseorang. Terdapat perbedaan antara orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*), dimana orientasi kewirausahaan berkaitan dengan proses kunci kewirausahaan yang menjawab pertanyaan bagaimana memulai usaha baru, sedangkan istilah kewirausahaan mengacu pada keputusan dalam

mengatasi apa yang telah dilakukan. Orientasi kewirausahaan melibatkan kemauan untuk berinovasi, mengambil risiko, mengambil tindakan mandiri, dan lebih proaktif dan agresif dari pesaing terhadap peluang pasar baru (Lumpkin & Dess, 2000). Orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, struktur, dan perilaku dari perusahaan yang dikarakteristikan melalui inovasi, proaktif dan pengambilan risiko (Covin dan Slevin, 1989).

**c. Inovasi Produk**

Dalam literatur ilmiah, istilah inovasi produk digunakan untuk menggambarkan barang atau jasa baru atau lebih baik yang berbeda secara signifikan dari barang atau jasa perusahaan sebelumnya dan telah diperkenalkan di pasar. Inovasi produk dapat menggunakan pengetahuan atau teknologi baru, atau dapat didasarkan pada penggunaan atau kombinasi baru dari pengetahuan atau teknologi yang sudah ada. Istilah produk digunakan untuk mendefinisikan barang dan jasa. Inovasi produk mencakup pengenalan produk baru serta pengenalan perbaikan signifikan pada karakteristik fungsional produk yang sudah ada (Kozludzhova, 2023:3). Inovasi produk adalah barang atau jasa baru atau lebih baik yang berbeda secara signifikan dari barang atau jasa perusahaan sebelumnya dan telah diperkenalkan di pasar (Kozludzhova, 2023:3).

**d. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

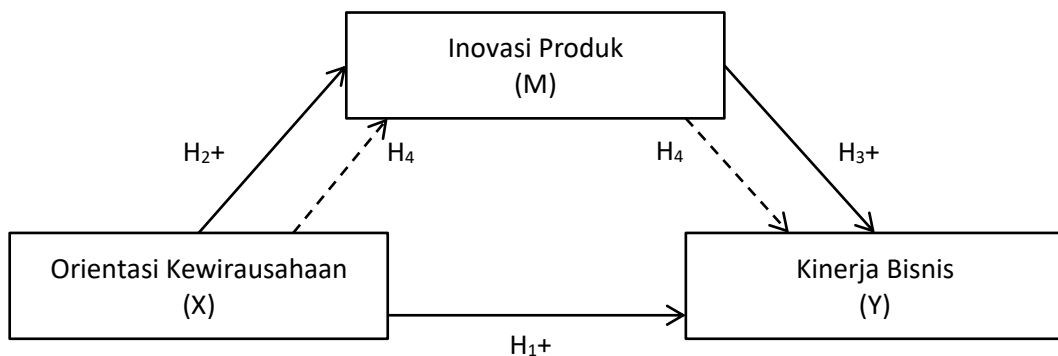
Mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, diketahui bahwa yang dimaksud dengan, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria; usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil; usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang

dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

#### e. Katering

Istilah katering (*catering*) berasal dari kata kerja *cater* yang berarti menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman kepada masyarakat sebagai sarana untuk menghilangkan rasa lapar dan haus (Entas dkk., 2024:78). Bisnis katering merupakan sebuah usaha untuk mempersiapkan dan melayani pesanan makanan kepada orang banyak pada acara-acara tertentu. Menurut sejarahnya, katering sudah dikenal oleh orang-orang terdahulu sekalipun dengan sistem yang berbeda. Sejak zaman dahulu, makanan sudah menjadi kebutuhan setiap orang, terlebih dalam acara-acara tertentu, misalnya penyambutan tamu agung, pernikahan, syukuran, bahkan pemujaan. Berawal dari situ, bisnis katering berkembang menjadi seperti sekarang (Wulandari, 2020:16).

#### 2. Kerangka Pemikiran



**Gambar 1**  
**Kerangka Pikir**

Keterangan :

————> : pengaruh langsung

-----> : pengaruh tidak langsung (mediasi)

#### D. RUMUSAN HIPOTESIS

### **1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis**

Orientasi kewirausahaan dapat digambarkan sebagai integrasi optimal dari pengukuran risiko dan pengambilan risiko. Sama seperti meningkatnya kewirausahaan meningkatkan kinerja bisnis (Susilowati dkk., 2022:161). Orientasi kewirausahaan merupakan atribut penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja (Covin & Slevin, 1989). Hasil penelitian Hidayat dkk., (2023), Djayadiningrat dkk., (2017), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

### **2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk**

Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi produk (Han & Zhang, 2021:7). Semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka inovasi produknya akan semakin baik. Sebaliknya apabila orientasi kewirausahaan rendah maka inovasi produknya semakin berkurang (Mandasari, 2020:60). Kemampuan perusahaan untuk proaktif dan keberanian mengambil risiko, menjadikan perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan produk inovatif (Helia dkk., 2015:7). Hasil penelitian Hidayat dkk., (2023), Djayadiningrat dkk., (2017), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap .inovasi produk Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub> : orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk

### **3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis**

Pengelolaan inovasi dengan baik dan benar akan menghasilkan kinerja yang baik. Inovasi memiliki dampak positif yang besar terhadap kinerja bisnis (Susilowati dkk., 2022:165). Inovasi produk merupakan salah satu penentu kinerja bisnis. Kecepatan inovasi produk akan mempengaruhi keberhasilan produk di pasar dan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan, seperti pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, dan keuntungan (Mulyana dkk., 2020:7).

Hasil penelitian Hidayat dkk., (2023), Djayadiningrat dkk., (2017), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub> : inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis

#### **4. Inovasi Produk Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis**

Orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kemampuan inovasi seorang wirausahawan serta mampu meningkatkan kinerja produk yang akan dihasilkan (Djayadiningrat dkk., 2017:4988). Menurut Sari & Farida (2019:351) inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hidayat dkk., (2023), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) yang membuktikan bahwa inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis

### **E. METODE PENELITIAN**

#### **1. Definisi Operasional**

##### **a. Kinerja Bisnis**

Kinerja bisnis adalah pencapaian suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Kaplan & Norton, 1992). Pengukuran kinerja bisnis pada penelitian ini mengacu pada pendapat Putra & Suparna (2020:2861), yaitu pertumbuhan penjualan, peningkatan pangsa pasar, peningkatan profit, dan pencapaian investasi.

##### **b. Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, struktur, dan perilaku dari perusahaan yang dikarakteristikan melalui inovasi, proaktif dan pengambilan risiko (Covin dan Slevin, 1989). Pengukuran orientasi

kewirausahaan pada penelitian ini mengacu pada pendapat Arief (2013:107), yaitu: perilaku inovasi, perilaku proaktif, dan pengambilan risiko.

**c. Inovasi Produk**

Inovasi produk adalah barang atau jasa baru atau lebih baik yang berbeda secara signifikan dari barang atau jasa perusahaan sebelumnya dan telah diperkenalkan di pasar (Kozludzhova, 2023:3). Pengukuran inovasi produk pada penelitian ini mengacu pada pendapat Setyawati dkk., (2024:5), yaitu: produk unik, produk mampu bersaing, produk memiliki variasi inovasi, produk memiliki nilai jual, dan proses produksi menggunakan material dan teknologi baru.

**2. Pengujian Instrumen**

**a. Uji Validitas**

Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019:175). Item yang mempunyai korelasi *product moment* positif dengan kriteria (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah korelasi *product moment* sebesar 0,3 (Sugiyono, 2019:190). Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwa nilai *Pearson Correlation* setiap butir lebih dari 0,3 artinya setiap butir pernyataan benar dalam mengukur variabel kinerja bisnis (Y), orientasi kewirausahaan (X), dan inovasi produk (M). Oleh sebab itu, keseluruhan butir dapat digunakan dalam pengambilan data penelitian.

**b. Uji Reliabilitas**

Pengukuran reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2021:62). Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel kinerja bisnis (Y), orientasi kewirausahaan (X), dan inovasi produk (M) baik per butir maupun per variabel lebih dari 0,70 artinya variabel dalam penelitian ini

konsisten atau tidak berubah ketika digunakan dalam pengambilan data penelitian. Oleh sebab itu, keseluruhan butir dapat digunakan dalam pengambilan data penelitian.

### 3. Analisis Data

Pembuktian hipotesis menggunakan analisis *hierarchical regression procedures* menurut Baron & Kenny (1986:1176).

## F. PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

### 1. Langkah 1

Hasil analisis regresi langkah 1 dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Regresi Langkah 1**

| Model | <i>Standardized Coefficients</i> | Signifikansi |
|-------|----------------------------------|--------------|
| X → Y | 0,447                            | 0,000        |

Sumber: data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai *standardized coefficients* sebesar 0,447, sehingga diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut,  $Y = 0,447X$ . Selain itu, karena nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p \text{ value} < 0,05$ ), maka hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang diajukan pada penelitian ini, yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dapat diterima. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, karena dalam mengembangkan produk responden menggunakan bantuan teknologi, selalu berusaha untuk mencari cara agar dapat memecahkan permasalahan dengan ide-ide yang baru, dan responden berusaha untuk merubah tampilan produk, seperti mengganti kemasan, menambah rasa dan sebagainya. Responden juga senantiasa mengantisipasi agar usaha yang dijalankan dapat bertahan, responden menawarkan harga yang murah, meningkatkan kualitas produk, menurunkan harga, dan sebagainya jika pesaing meningkatkan jumlah produksi. Selain itu, responden akan mengurangi jumlah produksinya untuk produk yang

penjualannya berkurang, karena responden selalu berlandaskan pada prinsip yang dianut, dan berani mengambil risiko pada bisnis yang dijalankan. Adanya hal tersebut maka dapat meningkatkan kinerja bisnis pada diri responden yang bersangkutan.

Temuan tersebut sesuai dengan pendapat Susilowati dkk., (2022:161) yang menyatakan bahwa kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru untuk memperbaiki kinerja. Kewirausahaan digambarkan sebagai pelopor dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kompetitif bagi perusahaan. Kewirausahaan terbukti berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan. Di sini, orientasi kewirausahaan dapat digambarkan sebagai integrasi optimal dari pengukuran risiko dan pengambilan risiko. Sama seperti meningkatnya kewirausahaan meningkatkan kinerja bisnis. Menurut Covin & Slevin (1989) orientasi kewirausahaan merupakan atribut penting bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan kinerja. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat dkk., (2023), Djayadiningrat dkk., (2017), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) yang membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

## 2. Langkah 2

Hasil analisis regresi langkah 2 dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel**  
**Hasil Analisis Regresi Langkah 2**

| Model | <i>Standardized Coefficients</i> | Signifikansi |
|-------|----------------------------------|--------------|
| X → M | 0,267                            | 0,039        |

Sumber: data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai *standardized coefficients* sebesar 0,267, sehingga diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut,  $M = 0,267X$ . Selain itu, karena nilai signifikansi sebesar 0,039 ( $p \text{ value} < 0,05$ ), maka hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang diajukan pada penelitian ini, yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk, dapat diterima. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap inovasi produk, karena dalam mengembangkan produk responden menggunakan bantuan teknologi, selalu berusaha untuk mencari cara agar dapat memecahkan permasalahan dengan ide-ide yang baru, dan responden berusaha untuk merubah tampilan produk, seperti mengganti kemasan, menambah rasa dan sebagainya. Responden juga senantiasa mengantisipasi agar usaha yang dijalankan dapat bertahan, responden menawarkan harga yang murah, meningkatkan kualitas produk, menurunkan harga, dan sebagainya jika pesaing meningkatkan jumlah produksi. Selain itu, responden akan mengurangi jumlah produksinya untuk produk yang penjualannya berkurang, karena responden selalu berlandaskan pada prinsip yang dianut, dan berani mengambil risiko pada bisnis yang dijalankan. Adanya hal tersebut maka dapat meningkatkan inovasi produk pada diri responden yang bersangkutan.

Temuan tersebut sesuai dengan pendapat Han & Zhang (2021:7) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap inovasi produk. Menurut Mandasari (2020:60) semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka inovasi produknya akan semakin baik. Sebaliknya apabila orientasi kewirausahaan rendah maka inovasi produknya semakin berkurang. Helia dkk., (2015:7), menyatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk proaktif dan keberanian mengambil risiko, menjadikan perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan produk inovatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat dkk., (2023), Djayadiningrat dkk., (2017), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) yang membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk.

### **3. Langkah 3**

Langkah 3 bertujuan untuk membuktikan hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yaitu inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Hasil analisis regresi langkah 3 dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3**  
**Hasil Analisis Regresi Langkah 3**

| Model | <i>Standardized Coefficients</i> | Signifikansi |
|-------|----------------------------------|--------------|
| M → Y | 0,814                            | 0,000        |

Sumber: data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai *standardized coefficients* sebesar 0,814, sehingga diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut,  $Y = 0,814M$ . Selain itu, karena nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p\text{ value} < 0,05$ ), maka hipotesis ketiga ( $H_3$ ) yang diajukan pada penelitian ini, yaitu inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, dapat diterima. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, karena responden menilai produk yang dijual unik, produk mampu bersaing dan mengungguli produk lain, produk memiliki variasi inovasi tersendiri dibandingkan dengan produk lain, produk memiliki nilai jual yang berbeda dengan produk lain, dan proses produksi menggunakan material dan teknologi baru. Adanya hal tersebut maka dapat meningkatkan inovasi produk pada diri responden yang bersangkutan.

Temuan tersebut sesuai dengan pendapat Susilowati dkk., (2022:165) yang menyatakan bahwa pengelolaan inovasi dengan baik dan benar akan menghasilkan kinerja yang baik. Setiap usaha bisa melakukan inovasi sesuai dengan bisnis yang dijalankan. Tidak hanya dari segi produk, inovasi juga dapat dilakukan dalam bidang pemasaran. Inovasi memiliki dampak positif yang besar terhadap kinerja bisnis. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi daya inovasi suatu perusahaan maka semakin baik kinerja bisnis tersebut. Menurut Mulyana dkk., (2020:7) inovasi produk merupakan salah satu penentu kinerja bisnis. Kecepatan inovasi produk akan mempengaruhi keberhasilan produk di pasar dan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan, seperti pertumbuhan pangsa pasar, penjualan, dan keuntungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat dkk., (2023), Djayadiningrat dkk., (2017), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023)

yang membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

#### 4. Langkah 4

Langkah 4 bertujuan untuk membuktikan hipotesis keempat ( $H_4$ ) yaitu inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis, dengan membandingkan pengaruh X secara langsung terhadap Y, dengan pengaruh X secara tidak langsung terhadap Y melalui M. Hasil perbandingan langkah 4 dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis Regresi Langkah 4**

| Simbol | Model                 | <i>Standardized Coefficients</i> | Signifikansi |
|--------|-----------------------|----------------------------------|--------------|
| C      | $X \rightarrow Y$     | 0,447                            | 0,000        |
| C'     | $X + M \rightarrow Y$ | 0,247                            | 0,001        |

Sumber: data primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa nilai *standardized coefficients* orientasi kewirausahaan secara langsung terhadap kinerja bisnis (C) sebesar 0,447 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p\text{ value} < 0,05$ ). Setelah dilakukan analisis mediasi, nilai *standardized coefficients* pengaruh orientasi kewirausahaan secara tidak langsung terhadap kinerja bisnis melalui inovasi produk (C') mengalami penurunan menjadi sebesar 0,247 dengan nilai signifikansi tetap signifikan sebesar 0,001 ( $p\text{ value} < 0,05$ ). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat, yaitu inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis, dapat diterima dengan bentuk *partial mediation*. Artinya, meskipun inovasi produk menjadi variabel mediasi antara orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis, tetapi peningkatan kinerja bisnis tidak didominasi oleh inovasi produk.

Diterimanya hipotesis keempat pada penelitian ini menguatkan pendapat Djayadiningrat dkk., (2017:4988) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kemampuan inovasi seorang wirausahawan serta mampu meningkatkan kinerja produk yang akan dihasilkan.

Menurut Sari & Farida (2019:351) inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Hidayat dkk., (2023), Putra & Setiawan (2019), serta Indriasari (2023) yang membuktikan bahwa inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis.

## G. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa,

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM Katering di Purworejo.
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk pada UMKM Katering di Purworejo.
3. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis pada UMKM Katering di Purworejo.
4. Inovasi produk memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada UMKM Katering di Purworejo.

## H. DAFTAR PUSTAKA

- Arief, M. (2013). *Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan melalui Fleksibilitas Strategi sebagai Variabel Mediasi (Studi pada UKM Sentra di Kabupaten Malang)*. Disertasi. Malang: Program Doktor Ilmu Manajemen Pascasarjana Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Brawijaya Malang.
- Ariningsih, E.P., & Wijayanti. (2017). lbM Bagi Inovasi Produk dan Pemasaran untuk Meningkatkan Peluang Pasar Teh Kulit Manggis dari Kecamatan Kaligesing Kabupaten Purworejo. *Surya Abdimas*, 1(1), 19-24.
- Baron, R.M., & Kenny, D.A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.

- Djayadiningrat, A.F., Sukaatmadja, I.P.G., & Yasa, N.Y.K. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran IMK Sektor Industri Makanan Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 4978-5004.
- Entas, D., Murhadi., Wachyuni, S. S., Suheryadi, H., Harwindito, B., Arimbawa, I. G. A. P., Gunawan, R., Ratony, H., Kuntaran, W., & Utomo, W. (2024). *Manajemen Katering Dalam Industri Tambang*. Bandung: Widina Media Utama.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Han, C., & Zhang, S. (2021). Multiple Strategic Orientations and Strategic Flexibility In Product Innovation. *European Research on Management and Business Economics*, 27, 1-9.
- Helia, R., Farida, N., & Prabawani, B. (2015). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Antara (Studi Kasus pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, Solo). *Diponegoro Journal of Social and Political Of Science*, 1-11.
- Hidayat, Y.A., Siregar, L.S., & Kurniani. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk pada Kinerja Bisnis UMKM Kopi Temanggung. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 11(1), 190-204.
- Indriasari, D.P. (2023). Peran Inovasi Memediasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis pada Penjahit Pakaian di Makassar. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 315-322.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard-Measures That Drive Performance. *Harvard Business Review*, 71-79.
- Kozludzhova, K. (2023). Key Aspects of Product Innovations: Theoretical Knowledge and Research Study. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), 1-23.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2000), Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.
- Mandasari, I.A.C.S. (2020). Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Mikro Kecil Makanan di Kota Denpasar). *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(2), 56-62.

- Mulyana., Sutapa., & Wasitowati. (2020). Product Innovation Agility on Business Performance: The Role of Market and Learning Orientation. *Contaduría y Administración*, 65(4), 1-23.
- Putra, I.M.S., & Suparna, G. (2020). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 9(7), 2852-2871.
- Putra, M.S..A., & Setiawan, P.Y. (2019). Peran Inovasi Memediasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran Barbershop di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(11), 6804-6824.
- Santos, I.L.D., & Marinho, S.V. (2017). Relationship Between Entrepreneurial Orientation, Marketing Capability and Business Performance in Retail Supermarkets in Santa Catarina (Brazil). *Innovation & Management Review*, 15(2), 118-13.
- Sari, F.A.P.W., & Farida, N. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran melalui Inovasi Produk sebagai Variabel Intervening (Studi pada UMKM Kuningan Juwana Kabupaten Pati). *Jurnal Administrasi Bisnis*, X(X), 345-352.
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Bisnis. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1481-1509.
- Setyawati, A., Sugangga, R., Sulistyowati, R., Narmaditya, B.S., Maula, F.I., Wibowo, N.A., & Prasetya, Y. (2024). Locus of Control, Environment, and Small-Medium Business Performance in Pilgrimage Tourism: The Mediating Role of Product Innovation. *Heliyon*, 10, 1-11.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, H., Ratnaningrum., Andriana, M., Hargyatni, T, & Sholihah, E. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.*
- Wulandari, A. (2020). *Resep Kaya Raya dengan Bisnis Katering*. Yogyakarta: Laksana.