

KEBERHASILAN USAHA UMKM KERAJINAN: PERAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN INOVASI PRODUK

Rindu Aulia Razika Hilmi¹, Sudarijati², Tini Kartini³

Universitas Djuanda, Bogor, Indonesia^{1,2,3}

E-mail: rinduaulia73@gmail.com¹, sudarijati@unida.ac.id², tini.kartini@unida.ac.id³,

Abstract: *This study aims to determine and analyze the effect of entrepreneurial knowledge and entrepreneurial orientation on business success through product innovation in craft MSMEs in Bogor City. The sample consisted of 142 respondents selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. This study employed a descriptive and verificative research design using path analysis. The results indicate that entrepreneurial knowledge and entrepreneurial orientation have a positive and significant direct effect on product innovation and business success. Product innovation also has a positive and significant direct effect on business success. Furthermore, entrepreneurial knowledge and entrepreneurial orientation have a positive and significant indirect effect on business success through product innovation.*

Keywords: *Entrepreneurial Knowledge; Entrepreneurial Orientation; Product Innovation; Business Success; MSMEs; Craft Industry.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Sampel pada penelitian ini sebanyak 142 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus yamane, teknik non probability sampling dengan prosedur purposive sampling. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan metode analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung positif terhadap inovasi produk dan keberhasilan usaha, inovasi produk berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan secara tidak langsung positif dan signifikan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.

Kata Kunci: **Pengetahuan Kewirausahaan; Orientasi Kewirausahaan ; Inovasi Produk; Keberhasilan Usaha; UMKM; Kerajinan.**

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan segmen usaha yang memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan kesejahteraan ekonomi di berbagai wilayah. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa UMKM memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% total tenaga kerja Indonesia, menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM menjadi kekuatan utama dalam pertumbuhan ekonomi dan stabilitas sosial di Indonesia.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan KADIN Indonesia, perkembangan UMKM di Indonesia selama periode 2020–2025 menunjukkan tren yang relatif stabil dengan rata-rata mencapai sekitar 65,11 juta unit. Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2024 menjadi 64,20 juta unit, jumlah UMKM kembali meningkat menjadi 66 juta unit pada tahun 2025 dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 0,16%. Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM tetap menjadi salah satu pilar utama perekonomian nasional yang mampu bertahan dan terus berkembang di tengah berbagai dinamika ekonomi.

Di Kota Bogor, perkembangan UMKM menunjukkan dinamika yang lebih fluktuatif. Setelah mengalami penurunan jumlah UMKM selama periode 2020–2023, sektor ini mulai mengalami pemulihan pada tahun 2024 dan meningkat cukup signifikan pada tahun 2025 hingga mencapai 62.496 unit dengan pertumbuhan sebesar 30,20%. Secara keseluruhan, rata-rata jumlah UMKM di

Kota Bogor selama periode 2020–2025 mencapai 47.837 unit dengan rata-rata pertumbuhan 5,74%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM di Kota Bogor memiliki potensi yang besar dan terus berkembang sebagai salah satu sektor yang berkontribusi terhadap perekonomian daerah.

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor Tahun 2025, sektor kuliner merupakan jenis UMKM yang paling dominan dengan jumlah 25.012 unit (40,1%), diikuti oleh warung sebanyak 16.845 unit (26,9%) dan jasa sebanyak 11.934 unit (19,1%). Sementara itu, sektor ekonomi kreatif (ekraf) hanya berjumlah 1.151 unit atau sekitar 1,9% dari total UMKM di Kota Bogor. Di antara subsektor ekonomi kreatif tersebut, kerajinan menjadi subsektor terbesar dengan 218 unit (18,9%), disusul penerbitan (13,4%) dan seni pertunjukan (12,1%). Dominannya subsektor kerajinan menunjukkan bahwa sektor ini memiliki potensi yang cukup besar untuk terus dikembangkan melalui peningkatan kreativitas, inovasi, dan daya saing sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Keberhasilan usaha merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM kerajinan karena mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik dari sebelumnya (Suryana, 2020). Keberhasilan usaha juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain (Hisrich *et.al*, 2020) : (1) pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan, (2) orientasi kewirausahaan, (3) inovasi, (4) pengelolaan sumber daya, (5) kemampuan menghadapi risiko dan ketidakpastian. Hasil survei pendahuluan terhadap 30 UMKM kerajinan menunjukkan bahwa rata-rata target pendapatan usaha sebesar Rp25.050.000, sedangkan rata-rata realisasi pendapatan hanya mencapai Rp18.845.000 atau sekitar 75% dari target yang ditetapkan. Selain itu, hanya 26,7% pelaku usaha yang mampu mencapai atau melampaui target, sedangkan 73,3% lainnya belum berhasil memenuhi target usahanya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan usaha masih menjadi tantangan dan diduga dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, serta inovasi produk.

Inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Inovasi produk merupakan gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain sehingga dapat menghasilkan suatu produk yang baru (Kotler & Keller, 2024). Adapun indikator inovasi produk meliputi: (1) produk baru bagi dunia, (2) lini produk baru, (3) tambahan pada lini yang telah ada, (4) perbaikan dan revisi produk yang telah ada, (5) penentuan kembali, (6) pengurangan biaya. Berdasarkan hasil pra-survei, inovasi produk pada UMKM kerajinan masih belum optimal karena sebagian besar pelaku usaha belum menerapkannya secara konsisten. Meskipun sebagian pelaku usaha telah melakukan beberapa bentuk inovasi, mayoritas masih belum menciptakan produk baru secara konsisten, menambah variasi lini produk, maupun melakukan penyesuaian dan efisiensi secara rutin.

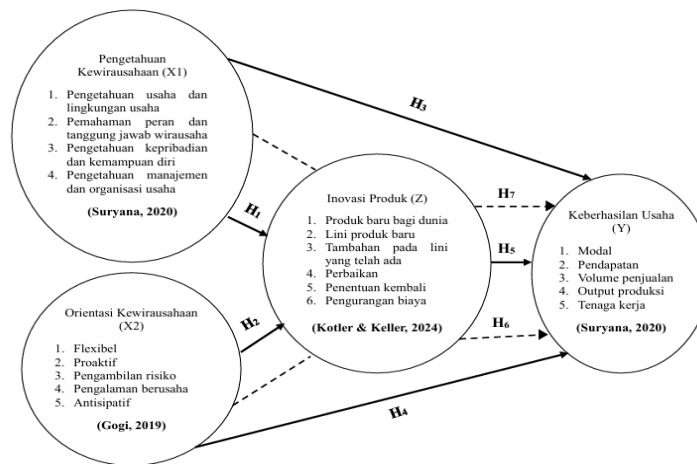
Selain inovasi produk, pengetahuan kewirausahaan juga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan merupakan hasil tahu dan ini terjadi setelah seseorang wirausaha mengadakan penginderaan terhadap suatu objek tertentu (Suryana, 2020). Adapun indikator dari pengetahuan kewirausahaan adalah: Adapun indikator pengetahuan kewirausahaan meliputi : (1) pengetahuan usaha dan lingkungan usaha, (2) pemahaman peran dan tanggung jawab wirausaha, (3) pengetahuan kepribadian dan kemampuan diri, (4) pengetahuan manajemen dan organisasi usaha. Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 pelaku UMKM kerajinan, sebagian besar pelaku usaha masih memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan yang rendah, sehingga pemahaman mengenai aspek-aspek kewirausahaan perlu ditingkatkan.

Orientasi kewirausahaan turut berkontribusi terhadap pencapaian keberhasilan usaha melalui kemampuan pelaku usaha dalam mengenali dan memanfaatkan peluang bisnis. Orientasi kewirausahaan merupakan strategi benefit pelaku UMKM untuk dapat berkompetisi yang terbentuk dengan sikap inovatif, proaktif dan pengambilan risiko (Gogi, 2019). Indikator orientasi kewirausahaan diantaranya yaitu : (1) *flexible*, (2) proaktif, (3) pengambilan risiko, (4) pengalaman berusaha dan (5) antisipatif. Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 pelaku UMKM kerajinan, orientasi kewirausahaan masih perlu ditingkatkan karena sebagian besar pelaku usaha belum menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan dan orientasi kewirausahaan, tetapi juga perlu didukung oleh inovasi produk.

Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, serta inovasi produk berperan dalam menunjang keberhasilan usaha. Meski demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Sejumlah penelitian

menemukan pengaruh positif dan signifikan (Lestari & Handoyo, 2022; Merline & Widjaja, 2022; Rahayu et al., 2025), namun penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan (Sari & Ramantha, 2025; Suryaningsih & Supartha, 2021; Umniyyah & Handoyo, 2025). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya *research gap* mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya mengkaji kembali pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha dengan mempertimbangkan inovasi produk sebagai variabel *intervening*, mengingat masih adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur mengenai kewirausahaan dan pengembangan UMKM, tetapi juga memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam meningkatkan keberhasilan usaha melalui penguatan pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. Adapun kerangka penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1 Model Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini diantara lain:

- H₁ : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap inovasi produk.
- H₂ : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk.
- H₃ : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
- H₄ : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
- H₅ : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha.
- H₆ : Terdapat pengaruh tidak langsung positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.
- H₇ : Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif serta teknik analisis jalur (*path analysis*). Penelitian melibatkan empat variabel, yaitu pengetahuan kewirausahaan (X₁) dan orientasi kewirausahaan (X₂) sebagai variabel independen, inovasi produk

(Z) sebagai variabel intervening, serta keberhasilan usaha (Y) sebagai variabel dependen. Objek penelitian adalah pelaku UMKM kerajinan di Kota Bogor.

Unit analisis dalam penelitian ini yaitu UMKM Kerajinan. Menurut Sugiyono (2020), Populasi adalah kumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk ditelaah dan ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dari penelitian ini yaitu sebanyak 218 pelaku usaha UMKM kerajinan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dengan *prosedur purposive sampling*. Menurut Sugiyono, (2020), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Yamane (1967). Hasil perhitungan, sampel dalam penelitian ini berjumlah 141,10 yang dibulatkan menjadi 142 pelaku usaha UMKM kerajinan.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kerajinan di Kota Bogor, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, dokumen Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor, serta Badan Pusat Statistik (BPS). Pengukuran jawaban responden menggunakan skala *Likert*, kemudian data dianalisis menggunakan program IBM SPSS *Statistics* versi 25.00.

HASIL PENELITIAN

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 142 pelaku UMKM kerajinan di Kota Bogor, diperoleh informasi mengenai karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1 Rekapitulasi Karakteristik Pelaku Usaha

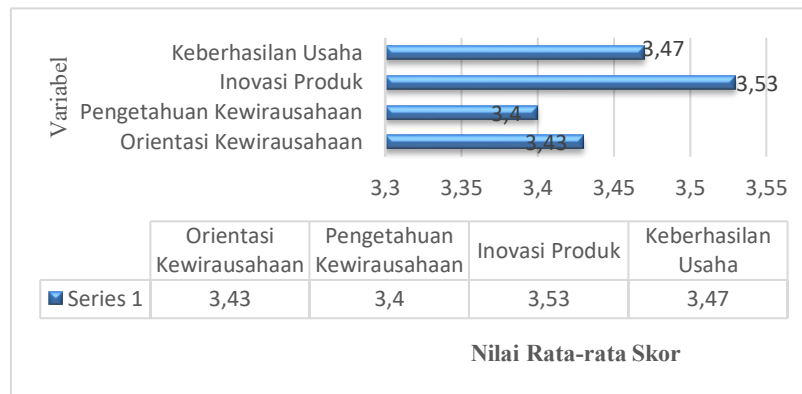
No	Karakteristik	Ciri Pelaku Usaha	Jumlah	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	76	54
2	Usia	41 – 50 Tahun	49	35
3	Status	Menikah	134	94
4	Pendidikan terakhir	SMA/SMK	82	58
5	Lama usaha	> 4 Tahun	69	49
6	Pendapatan	Rp1–3 juta	54	38
7	Jumlah tenaga kerja	1–5 orang	124	87

Sumber : Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa karakteristik mayoritas pelaku usaha kerajinan di Kota Bogor adalah berjenis kelamin perempuan (54%), berada pada rentang usia 41–50 tahun (35%), dan berstatus menikah (94%). Sebagian besar pelaku usaha memiliki pendidikan terakhir SMA/SMK (58%), telah menjalankan usaha selama lebih dari 4 tahun (49%), memperoleh pendapatan sebesar Rp1–3 juta per bulan (38%), serta memiliki 1–5 orang tenaga kerja (87%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan pelaku usaha berskala mikro yang telah memiliki pengalaman dalam menjalankan usahanya.

2. Tanggapan Pelaku Usaha Terhadap Variabel Penelitian

Berikut disajikan rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel keberhasilan usaha, inovasi produk, pengetahuan kewirausahaan, dan orientasi kewirausahaan yang diperoleh melalui kuesioner menggunakan skala *Likert*.



Gambar 2 Tanggapan Pelaku Usaha
 Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, diperoleh nilai rata-rata tanggapan responden terhadap setiap variabel penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan Gambar tersebut dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel keberhasilan usaha sebesar 3,43 yang termasuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan usaha pada pelaku usaha kerajinan di Kota Bogor telah berada pada kriteria yang tinggi. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah tenaga kerja (3,74) dengan kriteria tinggi, sedangkan indikator terendah adalah volume penjualan (3,19) dengan kriteria cukup. Hal ini menunjukkan bahwa volume penjualan masih perlu ditingkatkan untuk mendukung keberhasilan usaha secara optimal.
2. Nilai rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel inovasi produk sebesar 3,40 yang termasuk dalam kriteria cukup. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kerajinan di Kota Bogor telah menerapkan inovasi produk dengan cukup baik, terutama dalam pengembangan lini produk, penambahan variasi produk, perbaikan produk yang telah ada, dan perluasan sasaran pemasaran. Namun demikian, kemampuan dalam menciptakan produk yang benar-benar baru serta melakukan efisiensi biaya masih perlu terus ditingkatkan agar inovasi produk dapat memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi perkembangan usaha.
3. Nilai rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel pengetahuan kewirausahaan sebesar 3,53 yang termasuk kriteria penilaian tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa pelaku UMKM kerajinan di Kota Bogor telah memiliki tingkat pengetahuan kewirausahaan yang baik dalam menjalankan usahanya. Pengetahuan kewirausahaan dalam penelitian ini menjadi faktor penting karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam memahami karakteristik usaha, mengenali peluang dan tantangan bisnis, menjalankan fungsi manajemen, serta melaksanakan peran dan tanggung jawab sebagai seorang wirausaha secara efektif.
4. Nilai rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel orientasi kewirausahaan sebesar 3,47 yang termasuk dalam kriteria tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kerajinan di Kota Bogor telah memiliki orientasi kewirausahaan yang baik dalam menjalankan usahanya. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah pengalaman berusaha sebesar 3,82 yang termasuk dalam kriteria tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengalaman yang dimiliki pelaku usaha menjadi modal penting dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, dan menghadapi berbagai tantangan bisnis.

3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang diolah dengan bantuan IBM SPSS *Statistics* versi 25 melalui dua model persamaan. Model pertama menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap inovasi produk (Z). Selanjutnya, model kedua menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_1), orientasi kewirausahaan (X_2), dan inovasi produk (Z) terhadap keberhasilan usaha (Y) pada pelaku UMKM kerajinan di Kota Bogor. Model persamaan struktural analisis jalur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Model persamaan jalur sub struktur pertama dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Z = \rho_{zx_1}X_1 + \rho_{zx_2}X_2 + \varepsilon_1$$

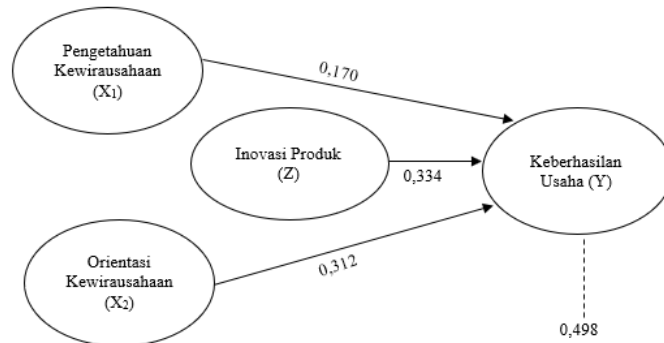
$$Z = 0,383X_1 + 0,350X_2 + 0,556$$

Model persamaan jalur pada sub struktur kedua adalah sebagai berikut:

$$Y = \rho_{yx_1}X_1 + \rho_{yx_2}X_2 + \rho_{yz}Z + \varepsilon_2$$

$$Y = 0,170X_1 + 0,312X_2 + 0,334Z + 0,498$$

Total pengaruh diperoleh dari penjumlahan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:



Gambar 3 Hasil Analisis Jalur
 Sumber: Data diolah, 2026

Rekapitulasi hasil analisis mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y) melalui variabel inovasi produk (Z) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Koefisien Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung

No	Variabel			Koefisien Jalur		
	Eksogen	Endogen	Intervening	Langsung	Tidak Langsung	Total
1	Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	Inovasi Produk (Z)	-	0,383	-	-
2	Orientasi Kewirausahaan (X_2)	Inovasi Produk (Z)	-	0,350	-	-
3	Pengetahuan Kewirausahaan (X_1)	Keberhasilan Usaha (Y)	Inovasi Produk (Z)	0,170	0,128	0,298
4	Orientasi Kewirausahaan (X_2)	Keberhasilan Usaha (Y)	Inovasi Produk (Z)	0,312	0,117	0,429
5	Inovasi Produk (Z)	Keberhasilan Usaha (Y)	-	0,334	-	-

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil analisis jalur, pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh langsung terhadap keberhasilan usaha sebesar 17,0% dan pengaruh tidak langsung melalui inovasi produk sebesar 12,8%, sehingga total pengaruhnya mencapai 29,8%. Sementara itu, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh langsung sebesar 31,2% dan pengaruh tidak langsung sebesar 11,7%, dengan total pengaruh mencapai 42,9%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh total yang lebih besar terhadap keberhasilan usaha dibandingkan pengetahuan kewirausahaan.

4. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa nilai R Square pada persamaan pertama sebesar 0,444. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_1) dan orientasi kewirausahaan (X_2) terhadap inovasi produk (Z) sebesar 44,4%. Sementara itu, 55,6% sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti keinginan berprestasi, adanya sifat penasaran, pengalaman, kreativitas dan adanya peluang (Alma, 2019).

Sedangkan diketahui bahwa nilai R Square pada persamaan kedua sebesar 0,502. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_1), orientasi kewirausahaan (X_2), dan inovasi produk (Z) terhadap keberhasilan usaha (Y) sebesar 50,2%. Sementara itu, 49,8% sisanya merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pengelolaan sumber daya serta kemampuan menghadapi risiko dan ketidakpastian (Hisrich *et.al*, 2020).

5. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menguji hipotesis menggunakan uji *t* dan uji *Sobel*. Uji *t* digunakan untuk menguji hipotesis H1, H2, H3, H4, dan H5 yang bertujuan menguji pengaruh langsung antarvariabel, sedangkan uji *Sobel* digunakan untuk menguji H6 dan H7 yang bertujuan menguji pengaruh tidak langsung melalui variabel intervening. Kriteria pengujian hipotesis pada uji *t* adalah jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Nilai t_{hitung} diperoleh menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 27, sedangkan nilai t_{tabel} diperoleh dari distribusi *t* pada $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1 = 142 - 3 - 1 = 138$) yang menghasilkan nilai t_{tabel} sebesar 1,656. Pengujian hipotesis H6 dan H7 menggunakan uji *Sobel* dengan kriteria keputusan apabila nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Nilai Z_{hitung} diperoleh melalui perhitungan uji *Sobel* menggunakan *Sobel Test Calculator*, sedangkan nilai Z_{tabel} adalah 1,96. Berdasarkan hasil pengujian masing-masing hipotesis, selanjutnya disajikan rekapitulasi hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Tabel 3 Rekapitulasi Hasil Uji *t*

Hipotesis	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Keputusan	Kesimpulan
Terdapat pengaruh langsung positif pengetahuan kewirausahaan terhadap inovasi produk	4,581	1,655	0,000	H_{a1} diterima, H_{o1} ditolak	Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap inovasi produk.
Terdapat pengaruh langsung positif orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk.	4,188	1,655	0,000	H_{a2} diterima, H_{o2} ditolak	Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk.
Terdapat pengaruh langsung positif pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.	1,997	1,656	0,048	H_{a4} diterima, H_{o4} ditolak	Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
Terdapat pengaruh langsung positif orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.	3,709	1,656	0,000	H_{a5} diterima, H_{o5} ditolak	Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.
Terdapat pengaruh langsung positif inovasi produk terhadap keberhasilan usaha.	4,149	1,656	0,000	H_{a3} diterima, H_{o3} ditolak	Terdapat pengaruh langsung positif dan signifikan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha.

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil rekapitulasi uji *Sobel* untuk menguji pengaruh tidak langsung pada kedua hipotesis penelitian dapat dilihat pada Tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4 Rekapitulasi Hasil Uji *Sobel*

Hipotesis	Z_{hitung}	Z_{tabel}	Keputusan	Kesimpulan
Terdapat pengaruh tidak langsung dan positif pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.	3,075	1,96	H_{a6} diterima, H_{o6} ditolak	Terdapat pengaruh tidak langsung dan positif pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.
Terdapat pengaruh tidak langsung dan positif orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.	2,945	1,96	H_{a7} diterima, H_{o7} ditolak	Terdapat pengaruh tidak langsung dan positif orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk.

Sumber: Data diolah, 2026

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Bogor dengan melibatkan 142 pelaku UMKM kerajinan yang aktif dan menjadi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor sebagai responden. Data dikumpulkan

melalui penyebaran kuesioner, kemudian diolah dan dianalisis untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil analisis tersebut, pembahasan penelitian disajikan sebagai berikut:

1. Tanggapan Pelaku Usaha Mengenai Variabel Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel keberhasilan usaha memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,43 dan termasuk dalam kriteria tinggi. Berdasarkan hasil penilaian pada setiap indikator, tenaga kerja memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,74 dengan kriteria tinggi. Di sisi lain, indikator volume penjualan memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 3,19 dan berada pada kriteria cukup. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan jumlah penjualan UMKM kerajinan belum optimal, sehingga masih diperlukan upaya untuk meningkatkan permintaan pasar, memperluas pemasaran, dan memperkuat daya saing produk.

2. Tanggapan Pelaku Usaha Mengenai Variabel Inovasi Produk

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel inovasi produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,40 dan berada pada kriteria cukup. Berdasarkan masing-masing indikator, penentuan kembali memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,66 dengan kriteria tinggi. Sementara itu, indikator pengurangan biaya memperoleh nilai terendah sebesar 2,93 dengan kriteria cukup. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi biaya produksi masih belum optimal sehingga pelaku usaha perlu meningkatkan kemampuan dalam mengelola biaya tanpa mengurangi kualitas produk.

3. Tanggapan Pelaku Usaha Mengenai Variabel Pengetahuan Kewirausahaan

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel pengetahuan kewirausahaan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,53 dan termasuk dalam kriteria tinggi. Berdasarkan hasil pada masing-masing indikator, pengetahuan mengenai usaha dan lingkungan bisnis memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,60 dengan kriteria tinggi. Sementara itu, indikator pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis memperoleh nilai terendah sebesar 3,44 meskipun masih berada pada kriteria tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman pelaku usaha mengenai manajemen dan organisasi bisnis masih perlu ditingkatkan agar pengelolaan usaha menjadi lebih efektif.

4. Tanggapan Pelaku Usaha Mengenai Variabel Orientasi Kewirausahaan

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel orientasi kewirausahaan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,47 dan termasuk dalam kriteria tinggi. Berdasarkan hasil pada masing-masing indikator, pengalaman berusaha memperoleh nilai tertinggi sebesar 3,82 dengan kriteria tinggi. Sementara itu, indikator pengambilan risiko memperoleh nilai terendah sebesar 3,08 dengan kriteria cukup. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha masih cenderung berhati-hati dalam mengambil keputusan yang mengandung risiko.

5. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,581 > t_{tabel} sebesar 1,655, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Artinya, semakin baik pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin besar pula kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan inovasi produk. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Lestari dan Handoyo, (2022) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk.

6. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,188 > t_{tabel} sebesar 1,655, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Artinya, semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula kemampuan dalam menciptakan inovasi produk. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Merline & Widjaja, (2022) serta diperkuat oleh Rahayu *et al.*, (2025) yang menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk.

7. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,997 > t_{tabel} sebesar 1,655, dengan nilai signifikansi sebesar 0,048 < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Merline & Widjaja, (2022), Heriyanto & Ie, (2024) dan Putera & Ie, (2025) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

8. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,709 > t_{tabel} sebesar 1,655 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sunario & Handoyo, (2025) dan Syurwana & Bado, (2022) serta Miranda & Budiono, (2025) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

9. Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,149 > t_{tabel} sebesar 1,655 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Lestari & Handoyo, (2022) serta diperkuat oleh Rahayu *et al.*, (2025) dan Gunawan & Monika, (2022) yang menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

10. Pengaruh Tidak Langsung Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Produk

Berdasarkan hasil uji Sobel, diperoleh nilai Z_{hitung} sebesar 3,075 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai Z_{hitung} > Z_{tabel} ($3,075 > 1,96$) dan < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, inovasi produk mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lestari & Handoyo, (2022) dan Merline & Widjaja, (2022) yang membuktikan bahwa inovasi produk berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan keberhasilan usaha.

11. Pengaruh Tidak Langsung Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Melalui Inovasi Produk

Berdasarkan hasil uji Sobel, diperoleh nilai Z_{hitung} sebesar 2,945 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Nilai Z_{hitung} > Z_{tabel} ($2,945 > 1,96$) dan nilai signifikansi < 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya inovasi produk mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Merline & Widjaja, (2022) serta Rahayu *et al.*, (2025) yang membuktikan bahwa inovasi produk mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada pelaku usaha kerajinan di Kota Bogor, yaitu:

1. Berdasarkan hasil tanggapan pelaku usaha kerajinan di Kota Bogor mengenai variabel keberhasilan usaha, inovasi produk, pengetahuan kewirausahaan, dan orientasi kewirausahaan, dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel keberhasilan usaha termasuk dalam kriteria tinggi

- b. Rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel inovasi produk termasuk dalam kriteria cukup
 - c. Rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel pengetahuan kewirausahaan termasuk dalam kriteria tinggi
 - d. Rata-rata tanggapan pelaku usaha terhadap variabel orientasi kewirausahaan termasuk dalam kriteria tinggi.
2. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.
 3. Orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.
 4. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.
 5. Orientasi kewirausahaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.
 6. Inovasi produk berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.
 7. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.
 8. Orientasi kewirausahaan berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk pada UMKM kerajinan di Kota Bogor.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Keberhasilan usaha, ditemukan indikator dengan kriteria penilaian terendah yaitu pada indikator volume penjualan. Untuk meningkatkan indikator tersebut, pelaku usaha disarankan untuk meningkatkan pengetahuan dan kompetensi kewirausahaan, khususnya dalam bidang pemasaran dan pengambilan keputusan bisnis, serta terus mengembangkan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Inovasi produk, ditemukan indikator dengan kriteria penilaian terendah yaitu pada indikator pengurangan biaya. Untuk meningkatkan indikator pengurangan biaya, pelaku usaha disarankan untuk terus mengembangkan kreativitas dan memanfaatkan pengalaman dalam mengelola proses produksi agar mampu menemukan cara yang lebih efisien tanpa mengurangi kualitas produk.
3. Pengetahuan kewirausahaan, ditemukan indikator dengan kriteria terendah yaitu pengetahuan tentang manajemen dan organisasi bisnis. Untuk meningkatkan indikator tersebut, pelaku usaha disarankan untuk meningkatkan pengetahuan melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, aktif mencari berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan manajemen usaha, serta memanfaatkan pengalaman sebagai pembelajaran dalam mengelola usahanya.
4. Orientasi kewirausahaan, ditemukan indikator dengan kriteria penilaian terendah yaitu pada indikator pengambilan risiko. Untuk meningkatkan indikator pengambilan risiko, pelaku usaha disarankan untuk lebih berani mengambil risiko yang telah diperhitungkan dengan tetap mempertimbangkan peluang dan tantangan yang dihadapi.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi keberhasilan usaha, seperti pengelolaan sumber daya serta kemampuan menghadapi risiko dan ketidakpastian. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada sektor UMKM lain atau wilayah yang berbeda, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan menjadi bahan perbandingan dengan penelitian ini.
6. Bagi pelaku usaha, diharapkan terus meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan melalui pelatihan, seminar, maupun pendampingan usaha agar mampu mengelola usaha secara lebih efektif.
7. Bagi pemerintah Kota Bogor, khususnya melalui dinas yang membidangi koperasi dan UMKM, diharapkan dapat meningkatkan program pembinaan dan pendampingan bagi pelaku UMKM kerajinan. Program tersebut dapat berupa pelatihan mengenai manajemen usaha, pengembangan inovasi produk, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, serta strategi pengambilan keputusan dalam menghadapi risiko usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2019). *Kewirausahaan* (Edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Gogi, K. (2019). *Kewirausahaan Di Era 4.0*. Banyumas: Sasanti Institute.

- Gunawan, D., & Monika, R. (2022). Pemanfaatan media sosial dan efikasi diri terhadap keberhasilan wirausaha dengan inovasi sebagai variabel mediasi pada pelaku UMKM. *Journal of Economic, Management*, 5(2), 179-187. <https://doi.org/10.32500/jematech.v5i2.2544>
- Heriyanto, H., & Ie, M. (2024). Peran Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Wirausaha dan Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(1), 253-261. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28601>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship*. New York: Mcgraw-Hill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management (17th ed.)*. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lestari, P., & Handoyo, S. E. (2022). Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan motivasi usaha terhadap keberhasilan UMKM sektor kuliner di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen & Wirausaha*, 10(2), 123-135. <https://doi.org/10.12345/jmw.v10i2.2022>
- Merline, M., & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap keberhasilan UKM alumni dan mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 435-443. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/18243> (journal.untar.ac.id)
- Miranda, F., & Budiono, H. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM F&B di Kota Depok. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 857-864. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34628>
- Putera, S., & Ie, M. (2025). *The Impact Of Entrepreneurial Knowledge And Social Media On Business Success: The Moderating Role Of Family Support In Women's Fashion Msmes In Central Jakarta*. *International Journal of Application on Economics and Business*, 3(2), 1047-1060. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v3i2.1047-1060>
- Rahayu, R. G., Wijayanti, W., & Runanto, D. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Mediasi Pada UMKM Katering Di Purworejo. *Volatilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(4), 103-120. <https://doi.org/10.37729/volatilitas.v7i4.6789>
- Rahayu, S., Baturaja, D. S., Dahlia, D., Wiranata, H., & Sari, P. I. (2025). *Inovasi produk sebagai mediasi pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM*. *JESYA: Journal of Social and Humanities*, 8(2), 1-15. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2184>
- Sari, N. L. P., & Ramantha, I. W. (2021). *Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan terhadap keberhasilan usaha melalui inovasi produk UMKM*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(9), 889-900. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i09.p05>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunario, C., & Handoyo, S. E. (2025). Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Salon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(1), 44-52. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i1.32964>
- Suryana. (2020). *Kewirausahaan Pendoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat
- Syurwana, S., Azis, M., & Bado, B. (2022). *Competitive advantage as a mediation of competence and entrepreneurial orientation in business success: an empirical evidence from Indonesia*. *Asian Journal of Business and Management*, 10(3), 70-79. <https://doi.org/10.24203/ajbm.v10i3.6999>