

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP PENJUALAN UMKM PRODUSEN
TEMPE DI BOJONEGORO**

SKRIPSI



Oleh:

FIRZA PUTRI ANINDIA SARI

NIM: 20010035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO**

TAHUN

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP PENJUALAN UMKM PRODUSEN TEMPE DI
BOJONEGORO**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Oleh :

FIRZA PUTRI ANINDIA SARI

NIM. 20010035

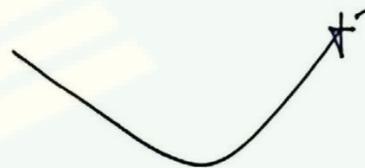
Menyetujui :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Abdul Azis Safii, SE., MM.
NIDN. 0715098303



Eka Adiputra, SE., MSM.
NIDN. 0705018403

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE Cendekia Bojonegoro

Oleh :

Nama mahasiswa : Firza Putri Anindia Sari

NIM : 20010035

Disetujui dan di terima :

Hari, Tanggal : Senin, 19 Agustus 2024

Tempat : Ruang J

Dewan Penguji Skripsi :

1. Ketua Penguji : Latifah Anom, SE.,MM.

(Anom)

2. Anggota Penguji : Ahmad Saifurriza Effasa, SH.I.,MM.

(Saifurriza)

3. Sekretaris Penguji : Abdul Azis Safii, SE.,MM.

(Azis)

Diserahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua



Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak

NIDN : 070567503

MOTTO

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak .”

(Ralph Waldon Emerson)

Kupersembahkan untuk :

Bismillahirrohmanirrohim

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Orang-orang tua saya

Nenek Lasmi

Bapak Kasduri dan Ibu St Umi Hanik

Yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah mengantarkan saya sampai pada titik ini.

Kepada teman-teman terdekat saya Terima kasih atas segala doa, motivasi dan support yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

STIE CENDEKIA

ABSTRAK

Putri, Firza. A.S. 2024. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe. Skripsi.* Manajemen: STIE Cendekia Bojonegoro. Abdul Azis Safii, SE., MM., selaku dosen pembimbing satu dan Eka Adiputra, SE., MSM., selaku dosen pembimbing dua.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Penjualan UMKM Produsen Tempe

Usaha Mikro Kecil dan Menengah 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 atau dikuasai. Bagi produsen, penjualan menjadi salah satu tolak ukur dalam mencapai tujuan besar yang diharapkan. Persaingan dalam penjualan menjadi masalah klasik yang menyebabkan banyak UMKM gagal dan mengalami kebangkrutan. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Berpengaruh Terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari Orientasi Kewirausahaan (X1), Inovasi Produk (X2) dan Penjualan UMKM Produsen Tempe (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 65 produsen. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka menggunakan uji instrumen: uji validitas dan uji reabilitas, uji asumsi klasik: uji normalitas data, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis: uji t dan uji koefisien determinasi (R^2). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa 1) orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap penjualan UMKM produsen tempe. Jadi *orientasi kewirausahaan* memiliki peran utama sebagai pendorong agar Perusahaan mampu mempelajari peluang dan pengembangan produk baru sebagai peluang bisnis. 2) inovasi produk berpengaruh terhadap penjualan UMKM produsen tempe. Jadi pengenalan dan aplikasi dalam suatu Perusahaan mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang dirancang untuk menguntungkan Perusahaan. Dari penelitian dapat disarankan kepada Produsen Tempe agar terus beradaptasi dengan tren dan perubahan dalam perilaku serta mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama : Firza Putri Anindia Sari
NIM : 20010035
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 16 Juli 2001
Agama : Islam
Pendidikan sebelumnya : SMA Negeri Model Terpadu Bojonegoro
Nama Orang Tua / Wali : St Umi Hanik
Alamat : Ds. Sidodadi RT/RW : 004/003
Kec. Sukosewu Kab. Bojonegoro
Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi
Produk Terhadap Penjualan UMKM Produsen
Tempe Di Bojonegoro

Bojonegoro, 11 Agustus 2024

Penulis



Firza Putri A.S

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Firza Putri Anindia Sari

NIM : 20010035

Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 16 Juli 2001

Program Studi : Manajemen

Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe Di Bojonegoro” adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil plagiasi hasil karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari hasil plagiasi orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima di STIE Cendekia Bojonegoro ditinjau kembali.

Bojonegoro, 11 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Firza Putri A.S.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah Allah SWT pencipta manusia dan alam semesta. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dari keteladannya kita mendapat nilai-nilai acuan bagaimana berinteraksi dengan sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe Di Bojonegoro” dengan tepat waktu.

Penulisan skripsi ini bermaksud untuk memenuhi persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (SM) jenjang Strata-1 Program Studi Manajemen, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisa suatu masalah yang diangkat dalam skripsi ini dan mengambil dari hasil kesimpulannya. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

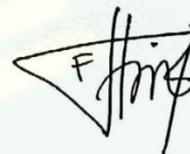
1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak. selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Abdul Azis Safii, SE., MM dan Bapak Eka Adiputra, SE., MM. selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para dosen, karyawan dan semua pihak yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya bagi penulis.
5. Para produsen tempe yang telah memberikan ijin dan bantuan selama penelitian berlangsung.
6. Orang-orang tuaku dan teman-teman tercinta. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulisan menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang telah diberikan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman Manajemen A angkatan 2020 dan yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku perkuliahan ini.

8. Almamater STIE Cendekia Bojonegoro, yang telah menjadi saksi penulis untuk berproses selama ini.
9. Keluarga besar saya terima kasih atas bantuan, semangat dan doa baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
10. Seseorang yang saat ini bersama saya, terima kasih telah memberikan kontribusi besar dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kehadiran, waktu, tenaga, pemikiran dan dukungan yang telah diberikan, serta memberi motivasi dalam mengejar mimpi saya.
11. Dan yang terakhir tidak kalah penting, saya ingin berterima kasih kepada diri sendiri Firza Putri Anindia Sari yang merupakan bagian kebahagiaan tersendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih telah percaya pada diri sendiri bahwa saya bisa melalui semua ini. Terima kasih karena tidak pernah berhenti dan mencintai dan menjadi diri sendiri.

Saya selaku peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan maupun kesalahan. Kritik dan saran akan peneliti terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bojonegoro, 11 Agustus 2024

Penulis



Firza Putri A.S.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
BIODATA PENULIS.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Identifikasi dan Cakupan Masalah.....	6
C.Rumusan Masalah	7
D.Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR	9
A.Kajian Pustaka dan Deskripsi Teori	9
B.Kajian Empiris.....	15
C.Kerangka Berpikir	17

D.Hipotesis.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
A. Metodologi dan Jenis Penelitian	19
B. Jenis Data dan Sumber Data.....	20
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	21
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Metode dan Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Singkat Objek Penelitian.....	33
B. Hasil Penelitian Dan Analisis Data.....	34
C. Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP.....	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	48
Lampiran.....	52

DAFTAR TABEL

1. Flatfom Pemasaran Penjualan Tempe	3
2. Kajian Empiris.....	15
3. Rumus Lameshow.....	22
4. Definisi Operasional.....	23
5. Jenis Kelamin.....	34
6. Usia Responden.....	35
7. Pendidikan Terakhir.....	36
8. Hasil Uji Validitas.....	37
9. Hasil Uji Reliabilitas.....	38
10. Hasil Uji Normalitas.....	39
11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	40
12. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
13. Hasil Uji t.....	43
14. Hasil Koefisien Determinasi R^2	45

DAFTAR GAMBAR

1. Harga Kedelai Naik.....	5
2. Kerangka Berpikir.....	17
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.....	52
Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Lembar Data Responden Kuesioner.....	56
Lampiran 3. Lembar Data Rekapitulasi Nama dan Alamat.....	59
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	63
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	64
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas.....	65
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	67
Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Liner Berganda.....	69
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	70

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting didalam bidang ekonomi terutama dari aspek penambahan tenaga kerja, pemerataan pendapatan dan perkembangan ekonomi. UMKM adalah bentuk usaha yang dikelola oleh orang atau sekelompok orang dengan sejumlah modal tertentu dan mendirikan usaha dengan mendapatkan laba (Ulina, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan kontribusi yang besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan pendapatan bagi masyarakat. Peranan UMKM sangat strategis dalam perekonomian sebagai salah satu kekuatan pendorong utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Pemberdayaan dan pengembangan yang berkelanjutan perlu dilakukan agar UMKM tidak hanya tumbuh dalam jumlah tetapi juga berkembang dalam kualitas dan daya saing produk (Hasibuan, 2020).

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi strategis karena potensinya yang besar dalam menggerakkan kegiatan ekonomi Masyarakat dan sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan Sebagian besar Masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan. Salah satu kelebihan UMKM adalah mampu bertahan dalam menghadapi kondisi krisis. UMKM telah terbukti mampu bertahan

dari guncangan ekonomi dan menjadi penyelamat bagi perekonomian pada krisis keuangan tahun 1997 dan krisis global 2008 (Damayanti, 2022)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat produsen tempe, antara lain orientasi kewirausahaan dan inovasi produk (Simanjutak, 2020). Sebagai produsen UMKM tempe, orientasi kewirausahaan sangat diperlukan dalam strategi penjualan guna mencapai keunggulan pasar. Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan pengusaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki agar mampu melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga memperoleh keunggulan yang kompetitif. Pentingnya orientasi kewirausahaan dan program penjualan menjadikan suatu kunci dalam kesuksesan Perusahaan. Setiap pengusaha harus memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan untuk terlibat dalam persaingan usaha dengan keberanian mengambil resiko untuk tetap berjalan di roda bisnis yang dijalankan. Orientasi kewirausahaan mempengaruhi dan meningkatkan kinerja penjualan dan dibutuhkan kemampuan inovasi produk.

Kemampuan inovasi produk yang melekat pada produsen akan menjadi kunci dalam menghadapi persaingan. Kemampuan inovasi produk merupakan kemampuan menyajikan teknologi atau pengetahuan baru untuk menguraikan produk baru. Kemampuan inovasi produk dalam berbisnis pengusaha akan mampu menghadapi persaingan dengan cara mengembangkan produk baru. Peningkatan kualitas UMKM pengusaha

akan semakin bertambah penting sebagai satu alat untuk kelangsungan hidup, bukan hanya pertumbuhan tetapi juga dalam persaingan yang semakin hebat dan ketidakpastian lingkungan (Zahra, 2022).

Tabel 1. Platform yang digunakan untuk pemasaran penjualan tempe

No	Keterangan	Jumlah
1	Pasar	210 tempe
2	Pelanggan	85 orang

Sumber : Produsen Tempe 2024

Dari segi pasar produsen tempe setiap hari membawa 210 tempe untuk dijual ke pasar. Dari 210 tempe tersebut setiap harinya juga laku semua. Dan ada juga pelanggan yang setiap harinya selalu setia membeli produk tempe tersebut.

Berdasarkan survey awal dari peneliti salah satu produsen tempe yang ada di Kabupaten Bojonegoro yakni tingkat penjualan tempe saat ini semakin besar yakni harga tempe bervariasi tergantung dari beratnya. Tempe papan daun atau tempe pelapah pisang harganya berkisar antara Rp. 4.000. Sedangkan tempe papan harganya berkisar antara Rp. 5.000 hingga Rp. 6.000. Harga tempe bisa naik karena beberapa faktor, seperti harga kedelai naik, ongkos angkut naik. Hal ini didukung karena semakin berkembangnya perekonomian UMKM produsen tempe. Produk tempe saat ini telah dianggap menjadi salah satu makanan masyarakat. Munculnya karakteristik wirausaha yang semakin marak dan inovasi produk dalam membuat makanan dari bahan baku tempe cukup menarik perhatian di semua kalangan masyarakat.

Persaingan yang semakin ketat oleh produsen tempe kini bisa dikatakan sangat tajam karena banyaknya pendirian usaha-usaha kecil. Suatu pabrik mengharapkan agar konsumennya puas dimasa mendatang dia mau datang dan melakukan pembelian kembali. Menurut Indro, (2022) banyaknya pendirian pabrik menyebabkan adanya persaingan yang harus dihadapi oleh pabrik dan hal tersebut menyebabkan tuntutan bagi pabrik menentukan strategi yang dapat membuat usahanya tetap mampu bersaing terhadap pesaing dan bisa berkembang. Supaya bisa mengatasi hal tersebut, pabrik harus bisa melakukan strategi yang seharusnya diterapkan melebihi pesaing dalam menarik konsumen atau sasaran.

Menurut Fabela, (2021) Penjualan tempe dilakukan memperkenalkan produk secara lebih luas ke konsumen. Strategi penjualan ini punya peranan penting dalam sebuah pabrik atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi pabrik, baik itu harga barang maupun jasa. Peluang penjualan tempe yang prospektif dapat mendorong dan memicu produsen tempe untuk lebih dapat memanfaatkan peluang pasar. Biasanya di jual ke pasar ataupun sudah ada pelanggan yang membeli produk tersebut, ada juga pemasok yang menganmbil produk tempe untuk dijual Kembali kepada konsumen akhir.



Sumber : Produsen Tempe Bojonegoro

Gambar 1. Harga kedelai naik

Gambar di atas menyatakan bahwasanya harga kedelai naik per ton nya dari tahun 2021 hingga tahun 2024. Hal ini membuat para produsen tempe agak sulit untuk memulai berjualan. Namun setelah dilansir para produsen tetap membuat tempe setiap hari untuk dijual. Para produsen tempe mengubah ukuran tempe menjadi sedikit lebih kecil dengan harga yang sama. Kenaikan harga bahan baku kedelai ini cukup berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima para produsen tempe di kabupaten Bojonegoro.

Terdapat beberapa produsen tempe yang ada di Kabupaten Bojonegoro. Kebanyakan produsen tempe tersebut merupakan industri kecil atau UMKM. Peneliti melakukan studi awal dan menemukan beberapa permasalahan. Ditemukan permasalahan yakni harga bahan baku berupa kedelai cenderung naik namun harga penjualan tempe tetap sama akibatnya keuntungan menjadi berkurang. Dalam segi kualitas

produk juga masih perlu ditingkatkan. Namun hal tersebut dapat menyebabkan adanya kenaikan harga kedelai sehingga dikhawatirkan akan berpengaruh terhadap penjualan tempe, karena harganya naik peminatan pembeli menurun. Banyak produsen yang mengurangi jumlah pemakaian kedelai dalam produksinya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian. Peneliti melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe Di Bojonegoro”.

B. Identifikasi dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

1. Harga bahan baku kedelai cenderung mengalami kenaikan dimana harga jualnya tetap sehingga keuntungan berkurang
2. Kualitas produk tempe masih perlu ditingkatkan
3. Penjual mengurangi komposisi pemakaian kedelai dan mengubah ukuran tempe namun dikhawatirkan akan mengurangi kualitas produk tempe tersebut

2. Cakupan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas ada beberapa faktor yang di duga mempengaruhi penjualan umkm produsen tempe. Penelitian ini memilih orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang menjadi faktor yang mempengaruhi penjualan

umkm produsen tempe serta objek penelitian ini di fokuskan pada umkm produsen tempe di Kabupaten Bojonegoro

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap penjualan UMKM produsen tempe di Kabupaten Bojonegoro?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap penjualan UMKM produsen tempe di Kabupaten Bojonegoro?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan latar belakang yang ada yaitu:

- a) Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap penjualan UMKM produsen tempe di Kabupaten Bojonegoro
- b) Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap penjualan UMKM produsen tempe di Kabupaten Bojonegoro

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai penerapan ilmu tentang penjualan umkm pada pengusaha tempe. Selain itu, sebagai pengaplikasian ilmu mu yang telah dipelajari selama peneliti

menempuh studi di Program Studi Ilmu Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Produsen Tempe

Dapat digunakan sebagai Upaya meningkatkan efektif dan efisien sektor umkm dalam memberikan pelayanan produsen.

2. Bagi Peneliti

Memperluas pengetahuan peneliti dan gambaran praktik sesungguhnya yang dihadapi produsen dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

3. Bagi Sekolah Tingi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian selanjutnya guna menambah pengetahuan khususnya dibidang umkm produse

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Pustaka dan Deskripsi Teori

1. Orientasi Kewirausahaan

a. Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan Perusahaan untuk mengelola sumberdaya agar bisa melakukan strategi dalam berwirausaha sehingga dapat memperoleh keunggulan yang bersaing.

Nugroho & Tisna, (2021) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Inti dari kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

Orientasi kewirausahaan menurut Suryana, (2021) kewirausahaan suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dan perilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup dan cara memperoleh peluang dengan berbagai risiko yang mungkin dihadapinya.

Indikator orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini menurut Frishammar & Horte, (2007) dalam Damayanti, (2022) adalah sebagai berikut:

1. Proaktif

Proses bertindak dalam mengantisipasi kebutuhan masa depan dengan peluang baru.

2. Keaktifan

Kegiatan yang dilakukan secara fisik maupun mental, yang merupakan rangkaian berbuat dan berpikir yang tidak terpisahkan.

3. Pengambilan Resiko

Keberanian pelaku usaha untuk melakukan pengambilan risiko atas segala Keputusan yang diambilnya.

2. Inovasi Produk

a. Pengertian Inovasi Produk

Menurut Utaminingsih, (2016) Inovasi produk adalah suatu perubahan pada sekumpulan informasi yang berhubungan dengan upaya meningkatkan atau memperbaiki sumber daya yang ada, yaitu dengan cara memodifikasi produk tersebut untuk menjadikan sesuatu yang lebih bernilai, menciptakan hal baru dan juga berbeda, yaitu dengan merubah suatu bahan menjadi sumber daya dan menggabungkan sumber daya tersebut menjadi suatu inovasi baru atau spesifikasi produk yang lebih produktif, baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepastian

untung maupun rugi atau proses waktu melaksanakannya, dalam rangka meraih keunggulan yang kompetitif.

Menurut Prasetyo, (2020:37) Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan. Indikator inovasi produk dalam penelitian ini menurut Prasetyo, (2020) dalam Okhtavia & Setiawan, (2022) adalah sebagai berikut:

a. Ragam produk

Ragam produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

b. Kualitas produk

Kualitas produk merupakan sesuatu keahlian sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, antara lain yaitu keandalan, ketahanan, maupun ketepatan produksi. Keawetan yang dimaksud yaitu mencerminkan umur ekonomis pada produk tersebut, dan keandalan adalah kinerja produk dari satu pembelian ke pembelian lainnya.

c. Daya Tarik

Daya Tarik merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan keanekaragaman yang menjadi sasaran.

3. UMKM

a. Pengertian Penjualan UMKM Produsen Tempe

Usaha Mikro Kecil dan Menengah 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 atau dikuasai. Menurut Arliman, (2017) Dalam peranannya UMKM dianggap memiliki peran yang penting bagi kemajuan perekonomian, sebagai buktinya UMKM mampu berusaha tanpa dukungan dari pihak lain Dimana modal dan teknologi yang dipakai adalah milik sendiri yang dianggap penting bagi para pelaku ekonomi agar mampu bersaing dengan pengusaha yang lain dalam perebutan pasar.

Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Swastha, (2005) sebagai berikut :

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual.

2. Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjual baik sebagai kelompok pembeli atau penjual.

3. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk menyangkut barang dagangan yang tempatkan atau untuk memperbesar usaha. Modal perusahaan dalam penjelasan ini adalah modal kerja perusahaan yang digunakan untuk mencapai target penjual yang dianggarkan, misalnya dalam menyelenggarakan stok produk dan dalam melaksanakan kegiatan penjualan memerlukan usaha seperti alat transportasi, tempat untuk menjual, usaha promosi dan sebagainya.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang yang ahli di bidang penjualan.

Bagi produsen, penjualan menjadi salah satu tolak ukur dalam mencapai tujuan besar yang diharapkan. Persaingan dalam penjualan menjadi masalah klasik yang menyebabkan banyak UMKM gagal dan mengalami kebangkrutan. Menurut Sumarwan, (2014) penjualan adalah kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa, baik kredit maupun tunai. Oleh karena itu, kegiatan penjualan seperti halnya kegiatan pembelian, terdiri dari serangkaian kegiatan yang meliputi penciptaan permintaan, menemukan si pembeli, negosiasi harga dan syarat-syarat

pembayaran. Dalam hal ini, penjualan ini seperti penjual harus menentukan kebijakan dan prosedur yang akan memungkinkan dilaksanakannya rencana penjualan yang ditetapkan.

Dalam kegiatan yang sangat kompleks dan saling berkaitan yang satu dengan yang lainnya, seperti penjualan hendaknya dikelola dengan baik untuk meningkatkan volume penjualan dan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli untuk melakukan pembelian. Pada umumnya pabrik tempe juga ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan akan melakukan penjualan online melalui sosial media.

Indikator penjualan dalam penelitian ini menurut Swastha, (2020) dalam Novitasari, (2021) adalah sebagai berikut:

1. Mencapai Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai sebuah Perusahaan dari sebuah penjualan yang dilakukan oleh Perusahaan tersebut.

2. Mendapatkan Keuntungan

Penjualan yang terus menerus dilakukan akan menjadikan Perusahaan mengalami peningkatan dan mendapatkan laba yang tinggi.

3. Menunjang Pertumbuhan Perusahaan

Penjualan yang diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan konsumen.

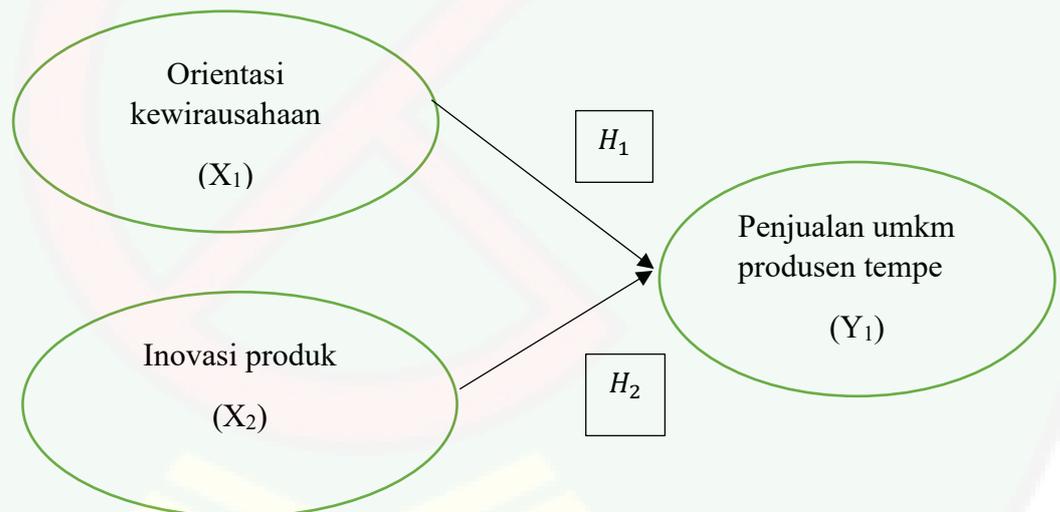
B. Kajian Empiris**Tabel 2****Kajian Empiris**

No	Judul Penelitian dan Nama Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan di Malang. (Rita Indah Mustikowati, Irma Tyasari, 2014)	Metode kuantitatif	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja Perusahaan. Hal ini bermakna bahwa semakin kuat orientasi Perusahaan, inovasi dan strategi bisnis, akan meningkatkan kinerja Perusahaan.	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama menganalisis orientasi kewirausahaan dan inovasi.	Tidak meneliti Strategi Bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan
2.	Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM. (Sri Harini, Endang Silaningsih, Marwah Eka Putri, 2022)	Metode Kuantitatif	Bahwa parsial orientasi pasar, kreativitas produk dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama menganalisis orientasi kewirausahaan dan inovasi produk	Penelitian ini tidak meneliti kreativitas kinerja pemasaran

3	Meningkatkan Kinerja Pemasaran Melalui Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan (Aulia R Asturi, M. Ridwan H, 2019)	Metode kuantitatif	Orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner sedangkan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner.	Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis orientasi kewirausahaan	Penelitian ini tidak meneliti tentang kinerja pemasaran dan orientasi pasar
	Pengaruh Beberapa Faktor Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Ditinjau dari Unit Usaha, Penyerapan Tenaga Kerja Dan Hasil Produksi Tahun 2012-2013 Di Wilayah Kabupaten Magetan. (Lilie Nur Sulistiyowati, 2017)	Metode kuantitatif	Inovasi Produk melalui penciptaan produk-produk pendukung yang baru mampu menaikkan kinerja pemasaran.	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama sama menganalisis perkembangan UMKM	Penelitian ini menganalisis tentang perkembangan UKM ditinjau dari unit usaha, penyerapan tenaga kerja dan hasil produksi.

C. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono, (2019) dalam Syahputri, (2023) kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir dapat disajikan dalam bentuk diagram atau bagan yang menunjukkan proses berpikir peneliti dan hubungan antar variabel yang diteliti (Syahputri, 2023).



Gambar 2. Skema Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe di Kabupaten Bojonegoro

H₂ : Inovasi Produk berpengaruh terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe di Kabupaten Bojonegoro

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2019) Pendekatan ini digunakan untuk meneliti gejala populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian sebagai pengumpulan data yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Semakin besar sampel, maka semakin mencerminkan populasi hasilnya.

Penelitian menggunakan jenis data primer yang merupakan data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yaitu dari peninjauan ke objek penelitian atau responden. Penelitian ini menggunakan survei untuk memperoleh data atau informasi. Survei merupakan studi yang bersifat kuantitatif yang digunakan untuk meneliti gejala suatu kelompok atau perilaku individu, yang pada umumnya menggunakan kuesioner sebagai alat pengambilan data atau informasi. Selain menggunakan kuesioner, data atau informasi diperoleh melalui wawancara kepada produsen (Sahir, 2022).

B. Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, 2010).

2. Sumber Data

Menurut Arikunto, (2010:161), data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun langkah. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Data yang diperoleh dari pengusaha yang bersangkutan baik yang diperoleh dari pimpinan maupun karyawan dengan cara mengumpulkan atau mengolah sendiri data responden secara langsung. Dalam penelitian ini digunakan sebagai data primer adalah hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan dokumen-dokumen yang ada pada perusahaan. Dokumen tersebut antara lain seperti gambaran umum perusahaan yang terdiri dari visi, misi, dan nilai perusahaan, serta jumlah karyawan.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut definisi yang dinyatakan oleh Sugiyono (2019:126), populasi dapat diartikan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Lameshow adalah rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian kuantitatif, ini populasi tidak diketahui atau tidak terbatas. Oleh karena itu, Penelitian ini dilakukan pada populasi produsen tempe yang berada di Kabupaten Bojonegoro dengan jumlah yang tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut Adnyana, (2021) sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini pada populasi produsen tempe yang ada di Kabupaten Bojonegoro dengan jumlah yang tidak diketahui. Oleh karena itu untuk pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus Lamesho (Chadha, 2006).

$$\frac{Z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

$Z^2 = Z$ adalah skor pada kepercayaan

P = Estimasi proporsinya

D = Presisi yang digunakan

Karena Populasi tidak diketahui. Maka diperlukan tabel tingkat kepercayaan untuk menemukann besar sampel penelitian. Terdapat 3 tingkat kepercayaan yang bisa digunakan, yakni 90% (1,6445), 95 % (1,960), dan yang paling tinggi 99% (2,576), Kemudian agar bisa menentukan nilai p (1-p) bisa dilihat melalui tabel:

Tabel 3

Nilai P dan P(1-P)

P	P(1-p)
0,5	0,25
0,4	0,24
0,3	0,21
0,2	0,16
0,1	0,09

Sumber: Lameshow et al. (1990:2)

Berikutnya peneliti memilih nilai P 0,5 dalam menentukan jumlah sampel, Lameshow (1990:2) menyatakan Menggunakan nilai P 0,5 sudah cukup untuk memnuhi persyaratan untuk menentukan besaran sampel. Persisi yang digunakan adalah 0,1 (d). Berdasarkan rumus Lameshow, dihasilkan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1,6445^2 \times 0,4(1 - 0,4)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1,6445^2 \times 0,4 \times 0,4}{0,1^2}$$

$$n = \frac{2,704 \times 0,24}{0,01}$$

$$n = 64,89$$

Berdasarkan hasil hitung yang sudah diperoleh, terdapat jumlah minimum produsen untuk penelitian ini adalah sebanyak 64,89 produsen lalu dibulatkan menjadi 65 produsen.

3. Teknik Sampling

Dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono, (2010) purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu yang dimaksud adalah seluruh produsen tempe yang ada di kabupaten Bojonegoro. Sampling yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan Rumus Lameshow (*rumus untuk menentukan sampel penelitian dengan populasi yang tidak diketahui totalnya*) dengan jumlah sampel sebanyak 65 produsen.

Tabel 4

Definisi operasional

Variabel	Indikator	Keterangan	Item Pernyataan n
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Proaktif	Proses bertindak dalam mengantisipasi kebutuhan masa	1

	Keaktifan	mendatang dengan peluang baru, baik yang terkait dan tidak terkait dengan operasi Perusahaan. Kegiatan yang dilakukan secara fisik maupun mental, yang merupakan rangkaian berbuat dan berpikir yang tidak terpisahkan.	2
	Pengambilan Risiko (Frishammar dan Horte, 2007)	Keberanian pelaku usaha untuk melakukan pengambilan atas segala Keputusan yang diambilnya.	3
Inovasi Produk (X2)	Ragam produk	Kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli	4

	Kualitas produk	Suatu keahlian sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, antara lain yaitu ketahanan, keandalan, maupun ketetapan produksi.	5
	Daya Tarik	Daya Tarik merupakan sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan keanekaragaman yang menjadi sasaran.	6
	(Bambang. D. Prasetyo, 2020)		
Penjualan umkm tempe (Y)	Mencapai Volume Penjualan	Jumlah total barang atau jasa yang terjual selama periode waktu tertentu.	7
	Mendapatkan Keuntungan	Kelebihan pendapatan yang diperoleh suatu badan usaha atau perorangan dari modal awal yang dikeluarkan.	8

	Menunjang Pertumbuhan Perusahaan	Pertumbuhan Perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan asset pada tahun sekarang terhadap tahun sebelumnya.	9
	(Swastha. 2020)		

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Pada umumnya variabel independen memiliki simbol huruf "X". Variabel independen penelitian ini adalah Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena terdapat variabel bebas. Pada umumnya variabel dependen memiliki simbol huruf "Y". variabel dependen penelitian ini adalah penjualan umkm Produsen Tempe di Kabupaten Bojonegoro(Y).

D. Metode Pengumpulan Data

Menurut definisi yang dinyatakan oleh Sugiyono, (2010), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai settingan, berbagai sumber, dan berbagai cara.

Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono, (2010) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuan dari penggunaan kuesioner dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data yang berkaitan dengan penelitian.

Pengisian kuesioner ini dilakukan secara offline atau secara langsung oleh produsen tempe yang ada di Kabupaten Bojonegoro dengan cara saya mendatangi produsen tempe untuk mengisi kuesioner yang saya kasih. Baik saya mendatangi di rumahnya maupun dipasar. Lokasi yang saya datangi yakni seperti Kecamatan Kapas, Balen, Sukosewu, Dander, Sumberrejo dll. Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur melalui jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner. Skala rikert digunakan untuk menetapkan nilai jawaban pada setiap pernyataan. Skala tersebut terdiri dari lima pilihan, yaitu: 1) Sangat Tidak Setuju (STS), 2) Tidak Setuju (TS), 3) Kurang Setuju (KS), 4) Setuju (S)

dan 5) Sangat Setuju (SS). Nilai jawaban ini akan digunakan dalam analisis kuantitatif.

E. Metode dan Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Pada penelitian ini, menurut Ghozali, (2011:53) uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung (korelasi item-total terkait) dengan nilai r-tabel yang diperoleh dari taraf signifikansi (α) sebesar 10% (0,1) dan derajat kebebasan (df). Jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid.

$$df = n-2$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

2: two tail test

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan menggunakan metode pengukuran aekali (*one shot method*). Untuk mengukur reliabilitas, digunakan Cronbach's alpha. Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel jika memperoleh nilai Cronbach's alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2011:41).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Untuk menguji apakah residu dan persamaan regresi dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak, digunakan uji normalitas. Distribusi normal suatu data dapat dilihat dari penyebarannya pada sumbu diagonal dari grafik. Menurut Ghozali, (2018:161) keputusan dapat diambil berdasarkan kriteria berikut:

Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi normalitas.

Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Model regresi yang optimal seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berhubungan, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel-variabel yang ortogonal adalah variabel independen yang tidak memiliki korelasi antara satu dengan yang lain, dengan nilai korelasi sama dengan nol.

Dalam pengujian multikolinearitas, dilakukan untuk menentukan apakah terdapat variabel independen yang dipengaruhi oleh variabel independen lainnya. Menurut Ghozali, (2018:107) Uji ini

menggunakan tabel variance inflation factor (VIF) pada program SPSS dengan kriteria berikut: Jika nilai VIF > 10 , maka terdapat gejala multikolinearitas. Sedangkan, jika nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Heteroskedastisitas

Untuk melakukan pengujian heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan menggunakan uji scatterplot pada output SPSS 29 version. Menurut Ghazali, (2012:61) keputusan dapat diambil berdasarkan dasar sebagai berikut :

Terjadi heteroskedastisitas, jika titik-titik pada scatterplot membentuk pola tertentu yang teratur (seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit).

Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah garis horizontal nol.

4. Analisis Regresi Liner Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Menurut Sugiyono, (2016:177) bahwa “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik-turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua”. Analisis regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

y : *umkm produsen tempe* (variabel independen)

a : Koefisien konstanta

b_1b_2 : Koefisien regresi

X_1 : *orientasi kewirausahaan* (variabel independen)

X_2 : *inovasi produk* (variabel independen)

5. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan. Apabila nilai t hitung > nilai t dari tabel atau tingkat signifikansi yang diperoleh < 0,05, maka variabel independen dikatakan mempunyai hubungan yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen, atau dengan kata lain hipotesis alternatif terbukti secara statistik. Setelah diperoleh nilai t hitung, maka dibandingkan dengan nilai t tabel dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ dalam uji dua bagian. Berdasarkan hipotesis yang telah diidentifikasi, maka akan diuji dengan menggunakan wilayah penerimaan dan penolakan yang telah diidentifikasi. Menurut Sugiyono, (2021) daerah penerimaan dan daerah penolakan ditetapkan sebagai berikut:

H_0 ditolak dan H_a diterima jika $\text{sig.} < 0,05$ artinya variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $\text{sig.} > 0,05$ berarti variabel independen tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan nilai yang dapat menggambarkan sejauh mana variabel bebas dalam penelitian dapat mempengaruhi variabel terikat dari pengaruh variabel lainnya di luar model regresi dalam penelitian. Perhitungan uji koefisien determinasi dapat menggunakan aplikasi SPSS. Dari hasil perhitungan SPSS akan diperoleh adjusted R Square (R^2). Semakin tinggi nilai dari koefisien determinasi maka menunjukkan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Arieska, P. K., & Herdiani, N. (2018). Pemilihan Teknik Sampling Berdasarkan Perhitungan Efisiensi Relatif. *Jurnal Statistika*, 6(2), 166–171. <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/statistik/article/view/4322/400>
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta). Rineka Cip.
- Arliman, L. (2017). Perlindungan hukum UMKM dari eksploitasi ekonomi dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 6(3), 387-402.
- Bestari, A. V., Darmanti, S., & Parman, S. (2018). Respon Fisiologis Kedelai Glycine max (L.) Merr. Varietas Grobogan terhadap Tingkat Naungan yang Berbeda. *Biospecies*, 11(2), 53-62.
- Chadha, V. K. (2006). Sample size determination in health studies. *Lameshow et Al. (1990:2)*, 55–62.
- DAMAYANTI, M. (2022). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Di Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- FABELA, D. J. (2021). *ANALISIS PENDAPATAN PENJUALAN PEMBUATAN TEMPE DI UMKM MAWAR SARI BLITAR JAWA TIMUR* (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Harini, Sri, Endang Silaningsih, and Marwah Eka Putri. "Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM." *JurnalInspirasi Bisnis Dan Manajemen* 6.1 (2022): 67.
- Hasibuan, H. B. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Tas Komplek Lewwisari Kebon Lega Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- INDRO, W. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Pengembang Perumahan Perspektif Ekonomi ISLAM (Studi pada PT. Jatiwangi Property Group, Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Edisi 5* (Semarang). Badan Pene.
- Imam Ghozali. (2012). *Analisis Aplikasi Multivariate dengan Proses SPSS* (Semarang). Badan Pene.
- Kotler, Philip. "Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol." Jakarta: PT Rosdakarya (1993).
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (studi pada UKM sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 10(1), 23-37.
- Nugroho, Aprilia Trisna. "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Sentra Industri Tempe Bagusari Di Lumajang." (2021)
- Novitasari, Devi. (2021). Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(1), 55-63.
- Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 357–369. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>
- Prasetyo, Bambang D., and Nufian S. Febriani. *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press, 2020.
- Prasetyo, B. & L. M. J. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Simanjuntak, E. U. (2020). "Pengaruh Persepsi Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Pengetahuan Akuntansi dan Skala Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM Kota Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2(02).
- Suci, R. P. (2009). Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (Studi pada Industri Kecil

- Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 11(1), 46-58.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung). Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Cetakan Ke). Bamdung: Alvabeta.
- Sulistiyowati, Liliek Nur. "Pengaruh Beberapa Faktor Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Ditinjau Dari Unit Usaha, Penyerapan Tenaga Kerja dan Hasil Produksi Tahun 2012-2013 Di Wilayah Kabupaten Magetan." *JURNAL EKOMAKS 3.2* (2017).
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryana, A. T., & Burhanuddin, B. (2021). Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha umkm kopi: sebuah tinjauan teoritis dan empiris. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 117-128.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Ulina E. "Pengaruh Persepsi Pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Pengetahuan Akuntansi dan Skala Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM Kota Medan. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2020, 2.02.
- Utaminingsih, Adijati. "Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara." *Media ekonomi dan manajemen* 31.2 (2016).
- Zahra Latifah.Hidayat, Asep, Surya Lesmana, and Hidayat,. "Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional." *Jurnal Inovasi Penelitian* 3.6 (2022): 6707-6714.
- Zainal, M., Nugroho, A., & Suminarti, N. E. (2014). *Respon pertumbuhan dan hasil tanaman kedelai (Glycine max (L.) Merill) pada berbagai tingkat pemupukan N dan pupuk kandang ayam* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka untuk melaksanakan tugas akhir skripsi, saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan yang berjudul “*Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Penjualan UMKM Produsen Tempe Di Bojonegoro*”, maka saya mohon kesediaan para produsen tempe yang ada di Bojonegoro meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner atau pernyataan yang dilampirkan. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini dan kuesioner ini dapat digunakan apabila sudah terisi semua.

Seluruh data dan informasi yang Produsen berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Saya ucapkan terima kasih kepada para produsen yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini secara objektif dan benar.

Peneliti,

Firza Putri A.S

NIM.20010035

LEMBAR KUISIONER

Karakteristik Responden :

1. Responden merupakan produsen tempe yang ada di Kab. Bojonegoro.

I. Identitas Responden

1. Nama responden :
2. Jenis kelamin : (a) Laki-laki (b) Perempuan
3. Usia :
4. Alamat :

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pada setiap item kuesioner, berilah penilaian seberapa jauh masyarakat Kabupaten Bojonegoro setuju dengan pernyataan yang tersedia. Isilah jawaban atas pernyataan pada kuesioner ini dan jangan ada yang terlewatkan.

Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban dengan pemahaman

Produsen dengan keterangan sebagai berikut :

Keterangan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skor	5	4	3	2	1

1. Orientasi Kewirausahaan

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.	Saya proaktif untuk mencari peluang yang baru					
2.	Saya berusaha aktif agar produk saya dikenal banyak orang					
3.	Saya berani mengambil keputusan resiko terhadap bisnis					

2. Inovasi Produk

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4.	Saya dapat menciptakan beberapa kemasan produk tempe					
5.	Produk yang saya tawarkan memiliki kualitas yang baik					
6.	Produk yang saya tawarkan cukup menarik					

3. Penjualan UMKM Produsen Tempe

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7.	Omset penjualan produk saya meningkat					
8.	Saya mendapatkan keuntungan atas penjualan					
9.	Penjualan produk saya mampu meningkatkan pertumbuhan perusahaan					

Lampiran 2

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN PENELITIAN

No. Resp.	Orientasi Kewirausahaan			Jml	Inovasi Produk			Jml	Penjualan UMKM Produsen Tempe			Jml
	1	2	3		1	2	3		1	2	3	
1	4	3	4	11	5	4	5	14	5	4	5	14
2	4	3	5	12	5	5	5	15	4	4	5	13
3	3	3	4	10	4	5	4	13	3	4	4	11
4	5	3	3	11	5	5	5	15	4	5	4	13
5	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	4	12
6	4	3	4	11	4	3	3	10	5	5	5	15
7	5	5	3	13	4	4	3	11	4	4	4	12
8	5	3	4	12	5	5	5	15	4	5	4	13
9	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	15
10	5	5	4	14	4	4	3	11	5	4	4	13
11	3	5	5	13	3	3	3	9	5	4	5	14
12	4	3	4	11	5	3	4	12	4	4	4	12
13	5	3	4	12	4	3	4	11	5	5	5	15
14	5	3	3	11	5	3	4	12	5	4	5	14
15	4	3	5	12	5	5	5	15	5	4	4	13
16	5	5	5	15	4	3	3	10	4	4	4	12
17	5	3	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
18	5	5	5	15	4	3	4	11	4	4	4	12
19	5	3	4	12	5	4	4	13	5	5	5	15

20	5	3	5	13	5	4	5	14	4	4	4	12
21	5	3	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14
22	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
23	5	3	4	12	3	4	3	10	5	3	4	12
24	4	3	4	11	3	5	3	11	5	5	4	14
25	5	3	4	12	4	2	3	9	4	3	4	11
26	4	3	4	11	4	4	2	10	2	5	2	9
27	5	3	5	13	5	3	3	11	5	4	5	14
28	5	3	2	10	4	3	3	10	4	4	4	12
29	5	3	5	13	3	5	4	12	5	4	4	13
30	5	3	4	12	3	4	4	11	5	4	3	12
31	5	3	4	12	4	3	3	10	5	2	4	11
32	5	3	2	10	5	5	5	15	5	4	4	13
33	4	3	4	11	4	5	3	12	5	5	5	15
34	5	5	5	15	2	5	2	9	5	4	3	12
35	5	3	4	12	3	3	4	10	4	4	3	11
36	4	3	2	9	5	5	5	15	5	4	5	14
37	5	3	5	13	5	5	5	15	4	4	5	13
38	5	3	3	11	5	5	2	12	4	5	5	14
39	5	5	5	15	5	4	2	11	5	4	3	12
40	4	3	3	10	2	4	4	10	3	4	5	12
41	4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	4	13
42	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	4	11
43	5	3	4	12	5	3	5	13	5	4	4	13
44	3	3	4	10	3	4	4	11	4	5	4	13

45	5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	5	12
46	5	3	4	12	5	5	5	15	5	4	4	13
47	5	5	4	14	5	5	5	15	4	3	4	11
48	5	3	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
49	4	3	2	9	5	4	1	10	5	4	4	13
50	4	3	5	12	5	5	5	15	5	3	4	12
51	4	3	4	11	5	5	5	15	5	5	4	14
52	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	5	13
53	5	3	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15
54	5	3	4	12	4	3	3	10	2	4	4	10
55	4	3	3	10	3	4	5	12	5	4	4	13
56	5	3	4	12	5	4	4	13	5	4	5	14
57	3	3	5	11	5	5	5	15	5	4	4	13
58	5	3	4	12	2	4	4	10	5	5	5	15
59	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	4	12
60	5	3	4	12	3	4	4	11	5	5	5	15
61	5	5	5	15	2	4	3	9	5	3	4	12
62	5	3	5	13	5	3	4	12	3	3	4	10
63	5	3	4	12	2	4	3	9	5	3	4	12
64	4	3	4	11	5	5	2	12	5	5	5	15
65	5	3	4	12	5	5	5	15	4	3	4	11

Lampiran 3**REKAPITULASI NAMA & ALAMAT RESPONDEN**

No.	Nama	Jenis kelamin	Usia	Alamat
1	Samsuri	Laki-laki	31 tahun	Ds. Jono Kec. Temayang
2	Ruslan	Laki-laki	32 tahun	Ds.Jono Kec. Temayang
3	Nur aini	Perempuan	38 tahun	Ledok Bojonegoro
4	Kasmen	Laki-laki	39 tahun	Ds. Ngadiluhur Kec. Balen
5	Rasiden	Laki-laki	36 tahun	Ds. Katur Kec. Gayam
6	Narto	Laki-laki	35 tahun	Ds. Jepar Kec. Dander
7	H. Saparun	Laki-laki	38 tahun	Ds. Panemon kec. Sugihwaras
8	Sri Wahyuni	Perempuan	39 tahun	Ds. Sumuragung Kec. Sumberrejo
9	H. Rusdi	Laki-laki	36 tahun	Ds. Sidonganti Kec. Kepohbaru
10	Muntamah	Perempuan	37 tahun	Ledok Bojonegoro
11	Yasin	Laki-laki	36 tahun	Ds. Kedaton Kec. Kapas
12	H. Mustain	Laki-laki	34 tahun	Ds. Kedaton Kec. Kapas
13	Endang Purwanti	Perempuan	38 tahun	Ds. Sidomulyo Kec. Kedungadem
14	Ifa	Perempuan	31 tahun	Ds. Ngumpakdalem Kec. Dander
15	Tasrip	Laki-laki	36 tahun	Ds. Pacul Bojonegoro
16	Basiyem	Perempuan	35 tahun	Ds. Jajar Kec. Sukosewu

17	Sriyatun	Perempuan	35 tahun	Ds. Ngadiluhur Kec. Balen
18	Supardi	Laki-laki	38 tahun	Ds. Drenges Kec. Sugihwaras
19	Hindun	Perempuan	37 tahun	Ds. Banjartal Kec. Balen
20	Warno	Laki-laki	36 tahun	Ds. Katur Kec. Gayam
21	Kati	Perempuan	38 tahun	Ds. Katur Kec. Gayam
22	Marianti	Perempuan	34 tahun	Ds. Jono Kec. Temayang
23	Munawar	Laki-laki	35 tahun	Ds. Canga'an Kec. Kanor
24	Suhartatik	Perempuan	32 tahun	Ds. Canga'an Kec. Kanor
25	Lamini	Perempuan	38 tahun	Ds. Deling Kec. Sekar
26	Sundarwati	Perempuan	39 tahun	Ds. Drokilo Kec. Kedungadem
27	Wiwik	Perempuan	37 tahun	Ds. Kolong Kec. Ngasem
28	Murti	Perempuan	32 tahun	Ds. Karangsono Kec. Dander
29	Nyamiran	Laki-laki	38 tahun	Ds. Ngadiluhur Kec. Balen
30	Azis	Laki-laki	36 tahun	Ds. Kedaton Kec. Kapas
31	H.Kusdi	Laki-laki	36 tahun	Ds. Kedaton Kec. Kapas
32	Sumariyant o	Laki-laki	43 tahun	Ds. Katur Kec. Gayam
33	Muslifah	Perempuan	45 tahun	Ds. Bungal Kec. Balen
34	Mufid	Laki-laki	46 tahun	Ds. Kedaton Kec. Kapas
35	Mujiasri	Perempuan	47 tahun	Ds. Drenges Kec. Sugihwaras

36	Suparti	Perempuan	48 tahun	Ds. Bogo Kec. Kapas
37	Hadiyanto	Laki-laki	42 ahun	Ds. Pacul Bojonegoro
38	Samian	Laki-laki	43 tahun	Ds. Bogo Kec. Kapas
39	Huda	Laki-laki	46 tahun	Ds. Sidodadi Kec. Sukosewu
40	Tamin	Laki-laki	47 tahun	Ds. Nganti Kec. Ngraho
41	Wijiayanto	Laki-laki	45 tahun	Ds. Sidodadi Kec. Sukosewu
42	Nikmah	Perempuan	50 tahun	Ds. Sidodadi Kec. Sukosewu
43	Muhammad	Laki-laki	60 tahun	Ds. Ngadiluhur Kec. Balen
44	Samidjo	Laki-laki	59 tahun	Ds. Plesungan Kec. Kapas
45	Muinah	Perempuan	60 tahun	Ds. Banjartal Kec. Balen
46	Muhtadi	Laki-laki	55 tahun	Ds. Banjartal Kec. Balen
47	Sukran	Laki-laki	56 tahun	Ds. Bubulan Kec. Dander
48	Warji	Laki-laki	59 tahun	Ds. Kolong Kec. Ngasem
49	Dasun	Laki-laki	60 tahun	Ds. Nganti Kec. Ngraho
50	Pinah	Perempuan	54 tahun	Ds banjartal Kec. Balen
51	Mariyatun	Perempuan	51 tahun	Ds. Panemon Kec. Sugiharas
52	Irmawati	Perempuan	55 tahun	Ds. Ngadiluhur Kec. Balen
53	Masinah	Perempuan	66 tahun	Ds. Kabuanan Kec. Balen
54	Suwanto	Laki-laki	65 tahun	Ds. Sumuragung Kec. Sumberrejo

55	Suyanto	Laki-laki	65 tahun	Ledok Bojonegoro
56	Wakimin	Laki-laki	68 tahun	Ledok Bojonegoro
57	Suharto	Laki-laki	69 tahun	Ds. Semen Pinggir Kec. Kapas
58	Gunarto	Laki-laki	70 tahun	Ds. Mojoranu Kec. Dander
59	Pardi	Laki-laki	70 tahun	Ds. Banjartal Kec. Balen
60	Radiman	Laki-laki	67 tahun	Ds. Kabunan Kec. Balen
61	Handoko	Laki-laki	61 tahun	Ds. Mulyoagung Kec. Balen
62	Ali	Laki-laki	65 tahun	Ds. Bogo Kec. Kapas
63	Suwadak	Laki-laki	63 tahun	Ds. Sidorejo Kec. Sukosewu
64	Sukur	Laki-laki	67 tahun	Ds. Sumurpandan Kec. Sukosewu
65	Sasono	Laki-laki	66 tahun	Ds. Sidonganti Kec. Kepohbaru

Lampiran 4

HASIL UJI VALIDITAS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.192	.086	.511**
	Sig. (2-tailed)		.126	.494	<,001
	N	65	65	65	65
X1.2	Pearson Correlation	.192	1	.390**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.126		.001	<,001
	N	65	65	65	65
X1.3	Pearson Correlation	.086	.390**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.494	.001		<,001
	N	65	65	65	65
X1	Pearson Correlation	.511**	.798**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5

HASIL UJI VALIDITAS INOVASI PRODUK

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.228	.385**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.067	.002	<,001
	N	65	65	65	65
X2.2	Pearson Correlation	.228	1	.360**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.067		.003	<,001
	N	65	65	65	65
X2.3	Pearson Correlation	.385**	.360**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003		<,001
	N	65	65	65	65
X2	Pearson Correlation	.739**	.670**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	65	65	65	65

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6**HASIL UJI VALIDITAS PRODUSEN TEMPE**

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.107	.315*	.644**
	Sig. (2-tailed)		.396	.011	<,001
	N	65	65	65	65
Y.2	Pearson Correlation	.107	1	.267*	.650**
	Sig. (2-tailed)	.396		.031	<,001
	N	65	65	65	65
Y.3	Pearson Correlation	.315*	.267*	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.011	.031		<,001
	N	65	65	65	65
Y	Pearson Correlation	.644**	.650**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	65	65	65	65

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7**HASIL UJI RELIABILITAS****a. Orientasi Kewirausahaan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	3

b. Inovasi Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	3

c. Penjualan UMKM Produsen Tempe

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	3

Lampiran 8**HASIL UJI NORMALITAS KOLMOGOROV-SMIRNOV**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58272131
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.083
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.087

a. Test distribution is Normal.

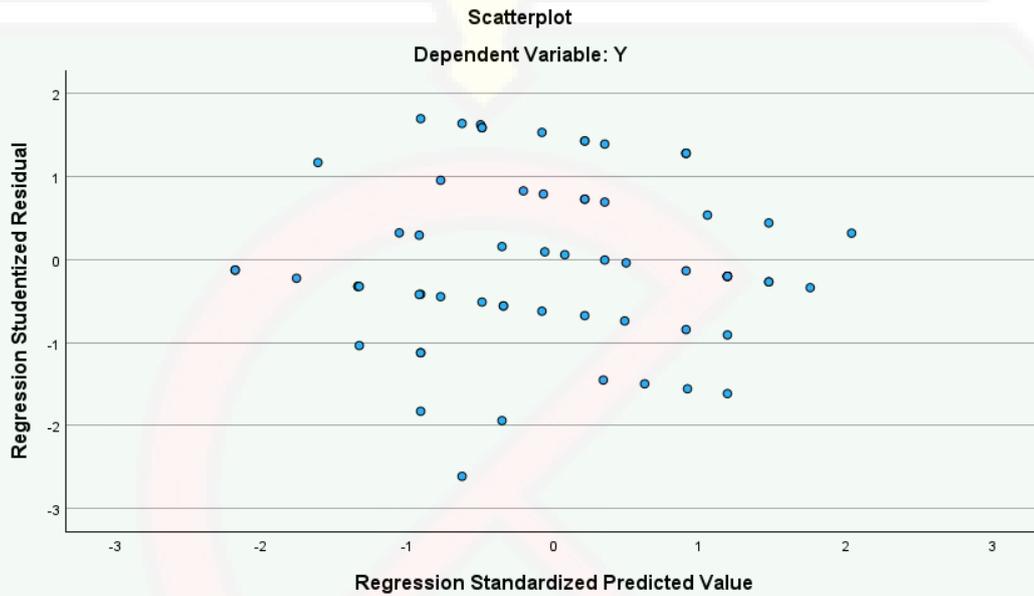
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 9

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS



HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.328	.720		17.120	<.001		
	Orientasi Kewirausahaan	-.093	.046	-.225	-2.038	.046	1.000	1.000
	Inovasi Produk	.138	.035	.435	3.933	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Penjualan UMKM

Lampiran 10**HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA**Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.328	.720			17.120	<,001
	Orientasi Kewirausahaan	-.093	.046	-.255		-2.038	.046
	Inovasi Produk	.138	.035	.435		3.933	<,001

a. Dependent Variable: Penjualan UMKM

HASIL UJI TCoefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.328	.720		17.120	<,001		
	Orientasi Kewirausahaan	-.093	.046	-.225	-2.038	.046	1.000	1.000
	Inovasi Produk	.138	.035	.435	3.933	<.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Penjualan UMKM

Lampiran 11**HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI R²**Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493a	.243	.218	.592

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

b. Dependent Variable: Penjualan UMKM