

Pentingnya Kapabilitas Inovasi dalam Meningkatkan Performa Bisnis

Nyoman Surya Wijaya^{1*}, Putu Laksmita Dewi Rahmayanti², I Made Darsana³, Miko Andi Wardana⁴

^{1,3,4}*Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar – Indonesia*

²*Universitas Udayana, Denpasar - Indonesia*

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 26, 2023

Received in revised form

November 6, 2023

Accepted December 21, 2023

Available online December 31, 2023

Kata Kunci:

Kapabilitas inovasi,
orientasi kewirausahaan,
performa bisnis.

Keywords:

*Business performance,
entrepreneurial orientation,
innovation capability.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menjelaskan bagaimana peran kapabilitas inovasi pada orientasi kewirausahaan dalam mempengaruhi performa bisnis. Populasi penelitian ini terdiri dari UMKM di industri pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf) Bali. Purposive sampling digunakan untuk memilih 90 pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Analisis Jalur dengan SEM-PLS digunakan sebagai pendekatan analitis. Temuan menunjukkan adanya dampak positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis ditunjukkan dengan kreatifitas, inovasi, berani mengambil resiko, mandiri, dan berani bersaing. Pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas inovasi; dan pengaruh positif dan signifikan kapabilitas inovasi terhadap performa bisnis. Kapabilitas inovasi mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis. Oleh karena itu, penting bagi UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali untuk meningkatkan orientasi kewirausahaan agar mampu membangun kemampuan inovasi yang lebih tinggi guna meningkatkan performa bisnis pasca pandemi COVID-19.

ABSTRACT

This study aims to explain how the role of innovation capabilities in entrepreneurial orientation in influencing business performance. The population of this study consists of MSMEs in Bali's tourism and creative economy (parekraf) industry. Purposive sampling was used to select 90 MSME managers in the tourism and creative economy sectors. Path Analysis with SEM-PLS is used as an analytical approach. The findings show that there is a positive and significant impact of entrepreneurial orientation on business performance shown by creativity, innovation, dare to take risks, be independent, and dare to compete. The positive and significant influence of entrepreneurial orientation on innovation capabilities; and the positive and significant influence of innovation capabilities on business performance. Innovation capabilities are able to mediate the influence of entrepreneurial orientation on business performance. Therefore, it is important for MSMEs in the tourism sector and creative economy in Bali to improve entrepreneurial orientation in order to be able to build higher innovation capabilities to improve business performance after the COVID-19 pandemic.

* Corresponding author.

E-mail : surya.wijaya@ipb-intl.ac.id (Nyoman Surya Wijaya)

1. Pendahuluan

Selama pandemi Covid-19 banyak usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mengalami masalah pada produksi dan pemasaran. Pandemi ini ternyata memberikan dampak yang begitu signifikan terkhusus pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Bali (Bae et al., 2020). Setelah pandemi Covid-19 berlalu, ternyata tidak serta merta dapat mengembalikan situasi seperti sebelum pandemi, terbukti pasca pandemic tidak semua UMKM dapat bangkit kembali, bahkan tidak sedikit yang harus gulung tikar selamanya. Hal ini tidak terlepas dari kemampuan manajerial dan kemampuan kewirausahaan dari pengelola UMKM itu. Tidak semua pengelola memiliki sikap kewirausahaan dan belajar dibidang tersebut, karena tidak sedikit dari mereka sekedar menjalankan apa yang sudah diterima dari warisan orang tuanya. Keadaan seperti inilah yang membuat para pengelola UMKM terkadang hanya menjalankan usahanya tanpa inovasi untuk kemajuan usahanya. Kemampuan inovasi setiap pengelola UMKM sangat bermanfaat pada situasi bait saat maupun pasca pandemic Covid-19. Jiwa Kewirausahaan sangat penting dalam mendongkrak kemampuan bersaing pada UMKM, terutama pasca COVID-19. Faktor individu dan lingkungan mempengaruhi keberhasilan usaha kecil. Ciri-ciri kepribadian individu dan kompetensi dalam proses kewirausahaan adalah contoh dari kemampuan tersebut, yang akan berpengaruh pada kinerja UMKM. Pelaku bisnis khususnya harus memiliki sikap kewirausahaan yang kuat dan kemampuan tertentu. Feranita & Setiawan (2019) telah melakukan penelitian mengenai hubungan orientasi kewirausahaan dengan performa bisnis, meliputi karakteristik demografis, karakteristik psikologis dan perilaku, serta karakteristik modal manusia, sama seperti penelitian (Fihartini et al., 2021; Kozak, 2021), menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap performa bisnis.

Hasil yang bertentangan didapatkan oleh Migdadi (2021), menyebutkan bahwa sikap kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, begitu juga dengan hasil penelitian (Mohammad et al., 2021; Mulyana et al., 2020). Hasil ini memberikan informasi kalau orientasi kewirausahaan pengusaha tidak cukup untuk mencapai kinerja perusahaan yang luar biasa. Fenomena bisnis dan *research gap* ini sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut untuk pengembangan penelitian. Teknik *Resource Based View* (RBV) akan digunakan untuk mengisi kesenjangan saat ini. Kualitas dan kompetensi yang diciptakan oleh korporasi menentukan keberhasilan jangka panjang dari setiap organisasi (Mustari et al., 2021). Pengusaha harus mampu berinovasi untuk memenuhi kendala yang datang dengan risiko ini. Berdasarkan hal tersebut, solusi yang ditawarkan terkait dengan *research gap* adalah dengan menggunakan variabel kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi.

Kesenjangan fenomena dan kesenjangan penelitian sebelumnya menjadi alasan penting untuk melakukan investigasi serta mengembangkan model orientasi kewirausahaan yang dikaitkan dengan kemampuan inovasi dan kinerja UMKM pada sektor parekras di Provinsi Bali. Berdasarkan tantangan yang muncul sekarang ini, maka dalam riset ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan peran kapabilitas inovasi dalam memitigasi Orientasi Kewirausahaan terhadap performa bisnis UMKM di parekras di Bali.

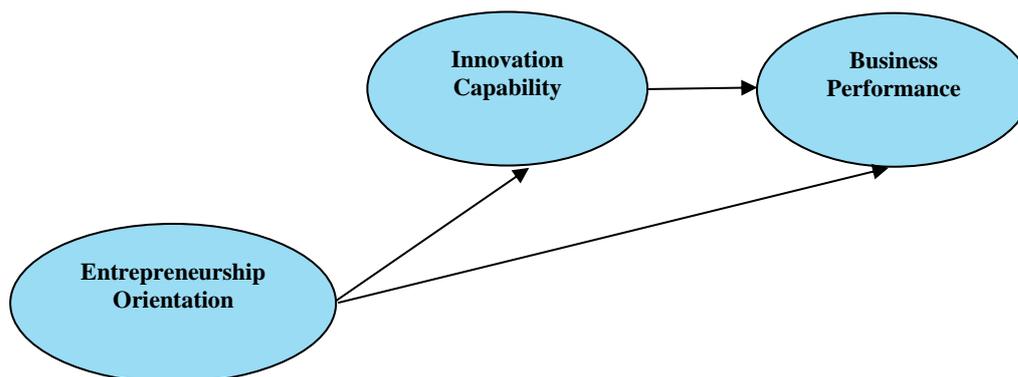
Kewirausahaan merupakan sebuah konsep yang dapat dilihat dari berbagai perspektif. Severo *et al.* (2021) menyebutkan pengusaha memahami bahwa individu yang mengelola sumber daya, baik SDM atau keuangan untuk keuntungan. Dimensi utama yang menunjukkan orientasi kewirausahaan, ada tiga (Shen *et al.*, 2020) yaitu: keinovatifan, proaktif, serta pengambilan risiko merupakan proporsi dari orientasi kewirausahaan yang dinilai secara empiris pada penelitian sebelumnya (Solehati, 2021; Tam, 2012; Tempo.co., 2021). Orientasi kewirausahaan mengacu pada karakteristik manajerial pengambilan risiko, inovasi dan proaktif (Zhao et al., 2021). Uraian definisi orientasi kewirausahaan menunjukkan agresivitas dan otonomi sebagai elemen tambahan. Oleh karena itu, proaktif, otonomi, inovasi, pengambilan risiko, dan agresivitas kompetitif diterapkan sebagai ukuran untuk menentukan orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini yang diadopsi dari penelitian (Kozak, 2021).

Inovasi, menurut Bouncken *et al.* (2021) adalah penerapan proses perusahaan baru, taktik pemasaran, peningkatan kualitas layanan, atau interaksi eksternal. Karena merupakan sumber kinerja perusahaan, kemampuan inovasi dapat ditingkatkan dengan prosedur operasional baru untuk mendapatkan teknologi baru (Dabić et al., 2018). Bagi perusahaan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk memodernisasi dan bersaing, kemampuan inovasi adalah sumber daya yang vital. Persaingan membutuhkan inovasi, selain itu kemampuan berinovasi dapat membuat perusahaan bertahan dan berkembang ke arah yang lebih baik. Tujuan inovasi tidak hanya untuk menekan biaya, tetapi inovasi juga dapat mengembangkan aktivitas bisnis atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Kapasitas untuk menilai kreativitas dalam solusi masalah dan kemungkinan untuk meningkatkan kinerja disebut sebagai kemampuan inovasi. Inovasi produk (perubahan produk fisik), inovasi layanan (efektivitas proses layanan), dan pemasaran adalah tiga komponen kapabilitas inovasi, menurut (Migdadi, 2021).

Kinerja bisnis merupakan indikator tingkat keberhasilan pencapaian tujuan bisnis. Kinerja UMKM didefinisikan sebagai hasil dari proses keputusan bisnis independen yang terkait dengan manajemen bisnis,

yaitu identifikasi, pengembangan, dan menjalankan visi yang merupakan ide untuk menciptakan peluang untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik (Ali *et al.*, 2018). Kinerja usaha merupakan ukuran tingkat pencapaian kinerja UMKM (Wibowo, 2018). Menurut Satwika & Dewi (2018), performa bisnis adalah faktor yang digunakan sebagai pengukur dampak persaingan dari strategi perusahaan. Pemahaman tersebut menitikberatkan bahwa performa bisnis tidaklah sesuatu yang terjadi begitu saja, melainkan membutuhkan proses (Feranita & Setiawan, 2019). Dalam penelitian ini, indikator performa bisnis berasal dari (Antari & Widagda, 2022), sementara untuk pertumbuhan laba penjualan, pertumbuhan jumlah pelanggan, pertumbuhan pangsa pasar, dan pertumbuhan volume penjualan, mengambil dari (Yasa *et al.*, 2021).

Orientasi kewirausahaan UMKM dapat meningkatkan performa usaha, karena dengan tingginya orientasi kewirausahaan performa bisnis juga akan meningkat. Peningkatan performa bisnis UMKM mampu dibangun oleh kapabilitas inovasi. Gambar 1, menunjukkan kerangka konseptual penelitian.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Riset Hipotesis :

Mengacu pada kerangka konseptual riset yang diajukan, hipotesis dapat dirumuskan seperti:

- H1 : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis
- H2 : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas inovasi
- H3 : Adanya pengaruh positif dan signifikan antara kapabilitas inovasi terhadap performa bisnis
- H4 : Kapabilitas inovasi mampu memediasi secara signifikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis

2. Metode

Pengumpulan data dan sampel

Riset ini menggunakan pendekatan atau metode kuantitatif, dengan desain sebab akibat. Artinya, penelitian dilakukan bertujuan menguji juga menganalisis hubungan antara variabel. UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf) di Provinsi Bali merupakan populasi dari penelitian ini. Besar sampel penelitian ini adalah 90 UMKM, dimana penentuan sampel didapat dengan mengalikan jumlah pengukuran dengan 5 (Hair Jr *et al.*, 2019; Solimun, 2002)

Karena penelitian ini merupakan survei yang pada dasarnya membutuhkan data primer maka teknik pengumpulan data dituangkan dalam instrument penelitian berupa daftar pertanyaan atau kuesioner. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner kepada pemilik atau pengelola UMKM sektor parekraf yang ada di Provinsi Bali. Indikator variabel orientasi kewirausahaan, kapabilitas inovasi, dan performa bisnis diukur menggunakan skala Likert lima poin dilakukan ahli strategi, yakni pemilik atau pengelola UMKM. Pendekatan ini digunakan untuk menilai persepsi responden dengan skala; (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, (5) sangat setuju. Sementara data sekunder diperoleh dari sumber lain yang mendukung penelitian ini.

Kuesioner sebagai instrumen dalam penelitian terlebih dahulu di uji coba sebelum digunakan. Pengujian pendahuluan dilakukan terhadap instrumen/alat penelitian. Uji ini dilakukan agar diketahui layak atau tidaknya instrumen penelitian sebelum instrumen tersebut diterapkan pada penelitian yang

sebenarnya. Pengujian dilakukan dengan membagikannya kepada 30 responden, digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas sebelum pengujian lebih lanjut. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan tepat dalam mengukur apa yang diteliti dan untuk mengetahui kestabilan jawaban yang diberikan responden. Sugiyono (2018:150) untuk pengujian validitas instrument menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson dengan batas minimal $r = 0,3$, sementara pengujian reliabilitas instrumen dengan melakukan penghitungan koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* dengan batas minimum koefisien Alpha 0,6. Hasil analisis tersaji seperti berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Variable	Indicator	Correlation coefficient	information
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,841	Valid
	X1.2	0,806	Valid
	X1.3	0,888	Valid
	X1.4	0,866	Valid
	X1.5	0,914	Valid
Kapabilitas Inovasi (Y1)	Y1.1	0,792	Valid
	Y1.2	0,921	Valid
	Y1.3	0,920	Valid
Performa Bisnis (Y2)	Y2.1	0,950	Valid
	Y2.2	0,901	Valid
	Y2.3	0,897	Valid
	Y2.4	0,854	Valid

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 1, semua pernyataan dalam instrumen penelitian adalah valid, karena semua nilai koefisien indikator variabel yang digunakan pada penelitian ini terlihat memiliki skor total seluruh item pernyataan lebih besar dari 0,30.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variable	Alfa Cronbach	Information
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,914	Reliabel
Kapabilitas Inovasi (Y1)	0,852	Reliabel
Performa Bisnis (Y2)	0,922	Reliabel

Sumber: Data diolah

Tabel 2 menunjukkan seluruh variabel yang dipakai dalam riset ini telah memenuhi syarat konsistensi dan reliabilitas data. Seluruh indikator variabel dalam riset ini reliabel, ditunjukkan dengan *Cronbach's Alpha* > 0,70 untuk semua variabel. Hal ini mengindikasikan semua variabel dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Setelah instrumen dinyatakan layak, langkah selanjutnya adalah menyebarkan kuesioner. Data yang terkumpul kemudian ditabulasikan kedalam tabel, kemudian dideskripsikan. Analisis deskriptif memberikan angka, baik untuk jumlah responden maupun rata-rata dan persentase tanggapan responden. Rumusan kausalitas pada riset ini menggunakan model yang tidak sederhana, variabel dalam model bersifat rekursif. Bentuk sebab akibat ini memerlukan alat analisis yang mampu menjelaskan hubungan tersebut, sehingga SEM (*Structural Equation Modeling*) – PLS digunakan sebagai metode statistik untuk inferensial.

3. Hasil dan pembahasan

Hasil penelitian

Berdasarkan karakteristiknya, 90 responden pada riset ini dapat dideskripsikan seperti berikut; berdasarkan jenis kelamin responden perempuan sebanyak 61,1% atau 55 orang, responden laki-laki sebanyak 38,9% atau 35 orang. Rentang usia 40 sampai 50 tahun sebanyak 31,1% atau 28 orang mendominasi pengisian kuesioner, usia 20 sampai 30 tahun sebanyak 24,4% atau 22 orang, usia 30 sampai 40 tahun sebanyak 22,2% atau 20 orang, usia 50 sampai 60 tahun sebanyak 15 orang (16,6%), sementara rentang usia > 60 – 70 tahun sebanyak 5,7% atau 5 orang. Responden dengan pendidikan sarjana yang mendominasi sebanyak 56,7% atau 51 orang, pendidikan SMA/SMK sebanyak 27,8% atau 25 orang, pendidikan sosial lainnya sebanyak 11,1% atau 10 orang, pendidikan pasca sarjana sebanyak 4,4% atau 4 orang.

Hasil Analisis SEM PLS

Pada penelitian ini, model diukur dalam dua langkah sebelum digunakan untuk pengujian hipotesis, dengan tujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas model penelitian. Diawali dengan menganalisis validitas konvergen, dan kemudian validitas diskriminan.

Uji outer model

Validitas konvergen

Memastikan bahwa indikator dalam riset ini layak digunakan dalam mengukur variabel penelitian maka dilakukan uji outer model. Uji ini dilakukan untuk melihat valid tidaknya model yang dijadikan dasar penelitian. Kriteria yang harus dipenuhi dalam uji ini, yaitu: (1) keseluruhan indikator pemuatan harus lebih dari 0,65; (2) Realibilitas Komposit (CR) harus lebih dari 0,8; (3) *Average Variance Extracted* (AVE) harus melebihi 0,5 untuk setiap konstruk.

Tabel 3. Hasil Ukuran Model

Variable	Indicator	Outer Loading	Composite Reliability	AVE
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,905	0,961	0,833
	X1.2	0,911		
	X1.3	0,887		
	X1.4	0,928		
	X1.5	0,932		
Kapabilitas Inovasi (Y1)	Y1.1	0,903	0,930	0,815
	Y1.2	0,929		
	Y1.3	0,875		
Performa Bisnis (Y2)	Y2.1	0,953	0,966	0,877
	Y2.2	0,931		
	Y2.3	0,929		
	Y2.4	0,933		

Sumber: Diolah peneliti

Semua nilai indikator *outer loading* tersaji pada Tabel 3 masuk pada batas rekomendasi karena lebih dari 0,6, yaitu antara 0,875 sampai dengan 0,953. Nilai *Composite Reliability* tercatat antara 0,930 sampai dengan 0,966, ini menunjukkan semua nilainya di atas 0,8, berarti keseluruhan konstruk terbentuk memiliki konsistensi yang baik sebagai model penelitian. Nilai (AVE) *Average Variance Extracted* semua nilainya berada di atas 0,5 dengan rentang 0,815 sampai 0,877. Mengacu pada hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa model pada riset ini memiliki validitas yang baik.

Diskriminan Keabsahan

Root value of the Avarage Variance Extracted (\sqrt{AVE}) harus dipastikan lebih besar dari variabel laten dalam penelitian, yang dilakukan pada saat melakukan evaluasi diskriminatif validitas sebuah model penelitian.

Tabel 4. Correlation Between Latent Variables

Variable	Orientasi Kewirausahaan	Kapabilitas Inovasi	Performa Bisnis
Orientasi Kewirausahaan	1.000	0,892	0,882
Kapabilitas Inovasi	0,892	1.000	0,881
Performa bisnis	0,882	0,881	1.000

Sumber: Data diolah

Tabel 5. Root Square of The Average Variance Extracted (RSAVE)

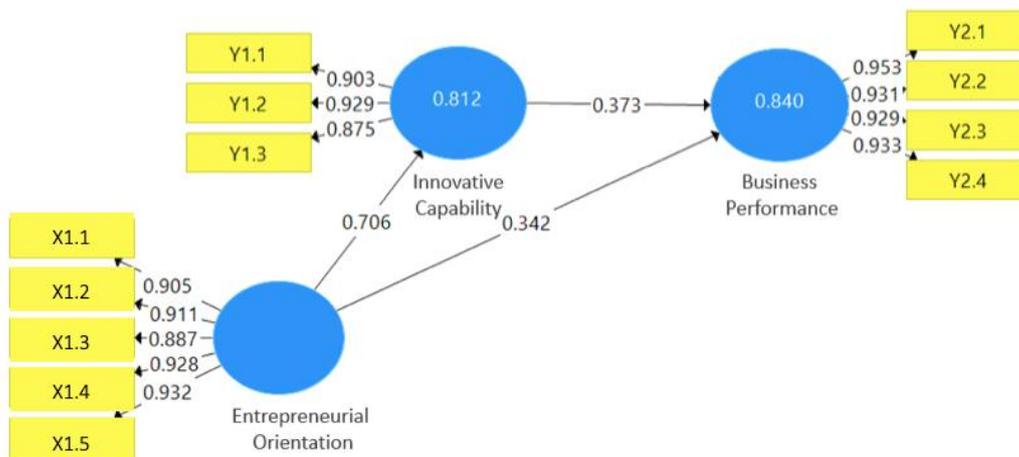
Variable	Average Variance Extracted (AVE)	RSAVE
Orientasi Kewirausahaan	0,833	0,913
Kapabilitas Inovasi	0,815	0,903
Performa bisnis	0,877	0,936

Sumber: Data diolah

Model penelitian yang diajukan pada penelitian ini dapat dikatakan baik, dimana nilai \sqrt{AVE} terkecil adalah 0,903. Hasil ini di dapat berdasar uji validitas diskriminan sesuai Tabel 5, karena semua nilai $\sqrt{AVE} > 0,5$.

Tes Inner Model

Model struktural memfokuskan pada hubungan atau jalur sesuai dengan hipotesis yang diajukan antara variabel laten. Berdasarkan model yang diajukan mendapatkan hasil pengujian untuk inner model terlihat seperti Gambar 2.



Gambar 2. Model Struktural

Evaluasi terhadap model struktural pada konstruk dependen dilakukan dengan menggunakan R^2 , dan t -test serta uji signifikansi koefisien parameter jalur struktural.

Koefisien Determinasi (R²)

Bootsrap akan dilakukan yang diinterpretasikan sama dengan analisis regresi berganda pada umumnya, menghasilkan dua pengukuran model struktural yaitu: t -value (t -test) dan R -square. Nilai R^2 dari hasil *bootstrapping* yang dihasilkan merupakan kekuatan prediksi suatu model penelitian. Nilai R^2 untuk variabel eksogen dalam model tersaji seperti Tabel 6.

Tabel 6. Coefficient of determination

Membangun	R²
Kapabilitas Inovasi	0,812
Performa bisnis	0,840

Catatan: nilai R² hanya dimiliki variabel endogen (tergantung)

Sumber: Diolah peneliti

Pada Tabel 6 terlihat bahwa variabel performa bisnis memiliki nilai R² tertinggi yakni sebesar 0,840, ini berarti sebanyak 84,0% variabel performa bisnis mampu dijelaskan oleh konstruk orientasi kewirausahaan, dan kapabilitas inovasi, sementara variabel kapabilitas inovasi memiliki nilai terendah yakni sebesar 0,812, ini berarti 81,2% variabel kapabilitas inovasi dapat dijelaskan oleh konstruk yang mempengaruhi variabel tersebut yaitu orientasi kewirausahaan. Dilihat dari pemeriksaan nilai R² semua variabel memiliki nilai di atas 50%, artinya secara umum model penelitian ini memiliki kemampuan prediksi baik.

Pembahasan

Pengujian hipotesis

Signifikansi parameter estimasi memberikan informasi yang sangat berguna tentang hubungan antara variabel penelitian. Tabel 7 menyajikan nilai yang terdapat pada koefisien jalur keluaran yang digunakan sebagai dasar dalam pengujian hipotesis.

Tabel 7. Path Coefficient

Hipotesis	Korelasi antar Variabel	Koefisien Jalur	t-statistik	p-value	Keterangan
H1	Orientasi Kewirausahaan → Performa bisnis	0,342	2.441	0,015	Signifikan
H2	Orientasi Kewirausahaan → Kapabilitas Inovasi	0,706	9.234	0.000	Signifikan
H3	Kapabilitas Inovasi → Performa bisnis	0,373	3.352	0,001	Signifikan
H4	Orientasi Kewirausahaan → Kapabilitas Inovasi → Performa bisnis	0,263	3.088	0002	Signifikan

Sumber: Diolah peneliti

Nilai *t-statistics* dan *p-value* digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis, apabila *p-value* < 0,05 maka hipotesis akan diterima. Tabel 7 menjelaskan bahwa H1 diterima, dimana orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis memiliki nilai *t-statistic* sebesar 2,441 dengan *p-value* 0,015 < 0,05. Artinya peningkatan orientasi kewirausahaan akan semakin meningkatkan pula performa bisnisnya. H2 pada riset ini diterima, karena adanya pengaruh pada orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas inovasi, dimana nilai *t-statistic* sebesar 9,234 dan *p-value* 0,000 < 0,05. Artinya peningkatan orientasi kewirausahaan maka meningkat pula kapabilitas inovasinya. Kapabilitas Inovasi terhadap performa bisnis dengan nilai *t-statistic* 3,352 dan *p-value* 0,001 < 0,05, berarti H3 diterima. Artinya peningkatan kapabilitas inovasi maka meningkat pula performa bisnisnya. Selanjutnya untuk pengaruh tidak langsung diperoleh hasil *t-statistic* sebesar 3,088 serta *p-value* 0,002 < 0,05, dimana orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap performa bisnis melalui kapabilitas inovasi, maka H4 diterima. Artinya, kapabilitas inovasi mampu memediasi secara parsial pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis.

Diskusi

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Performa Bisnis

Koefesien beta pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis sebesar 0,342, dengan signifikansi 0,015 < 0,05, menunjukkan penolakan terhadap H0 dan penerimaan H1, ini menunjukkan variabel orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap performa bisnis. Artinya, semakin meningkatnya orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh para pengelola UMKM sektor

parekraf di Bali. Hasil yang didapat pada riset ini sekaligus menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan adanya pengaruh positif dan signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis (Setini *et al.*, 2021; Telagawathi *et al.*, 2022; Wahyuni, 2020). Atas dasar hasil yang didapat dan riset sebelumnya, maka dapat dikatakan bahwa performa bisnis dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh orientasi kewirausahaan. Hal ini mengindikasikan supaya bisa tetap bertahan pada situasi persaingan pasca pandemic Covid-19 maka pengelola UMKM sektor parekraf di Bali harus memiliki kemampuan kreatifitas, inovasi, berani mengambil resiko, mandiri, dan berani bersaing supaya bisa meningkatkan performa bisnisnya.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kapabilitas Inovasi

Hasil koefisien beta sebesar 0,706 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, mengindikasikan adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas inovasi, ini menandakan terjadi penolakan H_0 tapi diterimanya H_1 . Dapat diartikan, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapabilitas inovasi. Hasil yang didapat pada riset ini mendukung hasil riset sebelumnya oleh Kee & Rahman (2020), dimana orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan kapabilitas inovasi. Selanjutnya, Setini *et al.* (2021) juga menemukan hasil yang sama yaitu adanya orientasi kewirausahaan yang tinggi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kapabilitas inovasi, hasil yang konsisten juga dinyatakan oleh peneliti lain seperti (Telagawathi *et al.*, 2022). Berdasarkan hasil yang didapat dan mengacu pada penelitian sebelumnya maka dapat dinyatakan adanya pengaruh positif signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kapabilitas inovasi, dapat diartikan semakin meningkat orientasi kewirausahaan dari pengelola UMKM sektor parekraf di Bali, maka kapabilitas inovasinya akan semakin besar. Hal ini berarti, semakin meningkatnya orientasi kewirausahaan yang ditunjukkan dengan adanya kreativitas, inovasi, pengambilan resiko, kemandirian, dan keberanian bersaing, maka kapabilitas inovasi semakin besar.

Pengaruh Kapabilitas Inovasi Terhadap Performa Bisnis

Pengaruh kapabilitas inovasi terhadap performa bisnis berdasarkan hasil analisis didapatkan koefisien beta 0,373 dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ berarti penolakan H_0 dan H_1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kapabilitas inovasi terhadap performa bisnis UMKM sektor parekraf di Bali. Hasil riset ini memperkuat penelitian Wijaya *et al.* (2019), dimana kemampuan inovasi berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis. Hasil yang sama didapatkan oleh Yasa *et al.* (2016) yang menyebutkan kemampuan inovasi mampu meningkatkan kinerja bisnis, diperkuat dengan hasil riset Setini *et al.* (2021); Telagawathi *et al.* (2022), bahwa kapabilitas inovasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel performa bisnis. Semakin tinggi kemampuan inovasi yang ditunjukkan oleh kapabilitas atau kemampuan inovasi produk, kemampuan layanan, dan kemampuan pemasaran, maka semakin tinggi pula performa bisnisnya. Artinya, para pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang ada di Bali, agar usahanya tetap bisa berjalan dan semakin berkembang wajib memiliki kemampuan inovasi, sehingga selalu bisa menghasilkan inovasi produk yang unik dan terbaru, mampu menerapkan konsep service excellence dan paling penting adalah memiliki kemampuan dalam memasarkan produk baik secara langsung "offline" atau melalui sosial media "online"

Peran Mediasi Kapabilitas Inovasi Pada Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Performa Bisnis

Hasil nilai koefisien beta pada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis melalui kapabilitas inovasi sebesar 0,263 tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$ yang berarti penerimaan terhadap H_1 penolakan terhadap H_0 . Hasil tersebut menunjukkan kemampuan variabel kapabilitas inovasi memediasi secara signifikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap performa bisnis UMKM sektor parekraf di Bali. Artinya, orientasi kewirausahaan yang dimiliki mampu membangun kapabilitas inovasi, selanjutnya kapabilitas inovasi mampu meningkatkan performa bisnis UMKM sektor parekraf di Bali.

4. Simpulan dan saran

Simpulan

Simpulan yang di dapat berdasar riset yaitu: 1) Semakin tinggi orientasi kewirausahaan dari pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali, maka semakin tinggi pula performa bisnisnya. 2) Semakin tinggi orientasi kewirausahaan pengelola UMKM di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif maka semakin mampu membangun kemampuan inovasi yang tinggi. 3) Demikian juga, semakin tinggi kapabilitas inovasi, maka semakin tinggi performa bisnisnya. 4) Selanjutnya kemampuan inovasi dapat ditingkatkan dengan membangun orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi dan nantinya

peningkatan kemampuan inovasi berpengaruh pada peningkatan kinerja bisnis UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Bali.

Saran

Pentingnya kemampuan inovasi yang harus dimiliki oleh masing-masing pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, maka sangat penting bagi pengelola untuk memiliki kemampuan inovasi supaya terus bisa eksis ditengah banyaknya produk luar. Penelitian ini hanya dilakukan di Bali, berfokus pada UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, meneliti orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi yang bisa mempengaruhi kinerja bisnis. Diharapkan untuk penelitian berikutnya mencari tahu peran pengalaman, serta hubungan bisnis dalam pengaruhnya kepada kinerja bisnis.

Kontribusi penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya berguna kepada para pengelola UMKM sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, guna dapat meningkatkan kinerja bisnisnya, tetapi juga kepada semua pelaku wirausaha.

Ucapan Terimakasih

Rasa hormat yang sedalam dalamnya kepada Bapak Dr. I Made Sudjana, SE., MM.CHT., CHA, dan Ibu Prof. Dr. Ni Wayan Kerti Yasa, M. Si

Daftar Rujukan

- Antari, N. K. W., & Widagda, I. G. N. J. A. (2022). *Peran Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Bisnis UMKM Songket*. Udayana University.
- Bouncken, R. B., Kraus, S., & Roig-Tierno, N. (2021). Knowledge-and innovation-based business models for future growth: Digitalized business models and portfolio considerations. *Review of Managerial Science*, 15(1), 1-14.
- Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D., & Švarc, J. (2018). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 522-544.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54-70.
- Fihartini, Y., Helmi, R. A., Hassan, M., & Oesman, Y. M. (2021). Perceived health risk, online retail ethics, and consumer behavior within online shopping during the COVID-19 pandemic. *Innovative Marketing*, 17(3), 17-29.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edi). Annabel Ainscow.
- Kee, D. M. H., & Rahman, N. A. (2020). Entrepreneurial orientation, innovation and SME performance: A study of SMEs in Malaysia using PLS-SEM. *Global J. Bus. Soc. Sci. Review*, 8(2), 73-80.
- Kozak, S. (2021). The impact of COVID-19 on bank equity and performance: The case of central eastern south European countries. *Sustainability*, 13(19), 11036.
- Migdadi, M. M. (2021). Knowledge management, customer relationship management and innovation capabilities. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(1), 111-124.
- Mohammad, H. I., Luka, J., & Daniel, M. (2021). Entrepreneurship Orientation, Innovation and Firm Performance in North-East Nigeria. *Nigerian Journal of Accounting and Finance*, 13(1).
- Mulyana, M., Hendar, H., Zulfa, M., & Ratnawati, A. (2020). Marketing innovativeness on marketing performance: role of religio-centric relational marketing strategy. *Journal of Relationship Marketing*, 19(1), 52-74.
- Mustari, M., Arisah, N., Thaief, I., Fatmawati, F., & Hasan, M. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*.
- Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). *Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan*

Kompetitif Dan Kinerja Bisnis. Udayana University.

- Setini, M., Yasa, N., Supartha, I., & Giantari, I. (2021). The effects of knowledge sharing, social capital and innovation on marketing performance. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 257–266.
- Severo, E. A., De Guimarães, J. C. F., & Dellarmelin, M. L. (2021). Impact of the COVID-19 pandemic on environmental awareness, sustainable consumption and social responsibility: Evidence from generations in Brazil and Portugal. *Journal of Cleaner Production*, 286, 124947.
- Shen, H., Fu, M., Pan, H., Yu, Z., & Chen, Y. (2020). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firm Performance. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2213–2230. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1785863>
- Solehati, A. (2021). Analisa Dampak Strategi Bisnis dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(2), 140–146.
- Solimun, M. S. (2002). Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos. *Malang: Fakultas MIPA Universitas Brawijaya*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta, Bandung.
- Tam, J. L. M. (2012). Linking perceived service quality to relational outcomes in a Chinese context. *Journal of International Consumer Marketing*, 24(1–2), 7–23.
- Telagawathi, N., Yasa, N., Giantari, I., & Ekawati, N. (2022). The role of innovation strategies in mediating covid-19 perceptions and entrepreneurship orientation on Endek weaving craft business performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(3), 913–922.
- Wahyuni, N. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35–62. <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>
- Wibowo, E. W. (2018). Kajian analisis kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan menggunakan metode balance scorecard. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(2), 25–43.
- Wijaya, P. Y., Rahyuda, I. K., Yasa, N. N., & Sukaatmadja, I. P. (2019). Dilemma of innovation in silver craft SMEs in Gianyar Regency of Bali Province, Indonesia. *Revista Espacios*, 40(22).
- Yasa, N., Giantari, I., Sukaatmadja, I., Sukawati, T., Ekawati, N., Nurcaya, I., Rahanatha, G., & Astari, A. (2021). The role of relational and informational capabilities in mediating the effect of social media adoption on business performance in fashion industry. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 569–578.
- Yasa, N. N. K., Sukaatmadja, I. P. G., Giantari, I., & Rahyuda, H. (2016). The role of innovation strategy in mediating the influence of company resources on woodcraft industry performance in Gianyar regency. *International Business Management*, 10(3), 262–269.
- Zhao, W., Yang, T., Hughes, K. D., & Li, Y. (2021). Entrepreneurial alertness and business model innovation: the role of entrepreneurial learning and risk perception. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17, 839–864.