

PENGARUH PENGETAHUAN BERWIRAUSAHA DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA (STUDI KASUS USAHA KEY FLORIST DI KECAMATAN LAHOMI)

Anskaria S. Gohae¹

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi ke tempat usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi Kabupaten Nias barat, kemudian penyebaran angket kuisioner kepada 30 orang pengelola dan pengguna jasa usaha Key Florist. Metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, dan uji hipotesis uji T dan uji F. Secara keseluruhan hasil penelitian ini disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan Inovasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan dan inovasi usaha berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keberhasilan usaha sebesar 84.4%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Pengetahuan kewirausahaan, Inovasi, Keberhasilan usaha*

Abstract

This research was conducted with the aim of knowing the effect of entrepreneurial knowledge, and product innovation on business success. The data collection method used was observation to the Key Florist business place in Lahomi District, West Nias Regency, then distributing questionnaires to Key Florist business service users. The data processing method was carried out using multiple linear regression, and hypothesis testing T test and F test. Overall, the results of this study concluded that entrepreneurial knowledge had no significant effect on business success. Meanwhile, innovation has a significant effect on business success. Entrepreneurial knowledge and innovation simultaneously have a significant effect on business success by 84.4%, the rest is influenced by other variables not mentioned in this study.

Keywords: *Entrepreneurship knowledge, innovation, business success.*

PENDAHULUAN

Mendorong pertumbuhan social-ekonomi di suatu Negara, salah satu yang menjadi perhatian penting ialah kewirausahaan. Tak bisa dipungkiri bahwa kewirausahaan bisa meningkatkan kesejahteraan negara dan tingkat persaingan dengan menyediakan banyak kesempatan kerja, beragam kebutuhan dan layanan konsumen. Dengan perkembangan globalisasi, kewirausahaan sudah jadi perhatian esensial dalam menghadapi isu globalisasi, persaingan ekonomi global dalam hal kreativitas dan inovasi. Hal ini terjadi karena organisasi yang mahir dalam melakukan inovasi dan berhasil menghasilkan gagasan-gagasan baru,

¹ DTY STIE Nias Selatan (anskariaS@gohae.com)

kompetitif serta mampu mengimbangi pasar global yang berubah dengan cepat (Aidha, 2017).

Wirausaha dianggap sebagai pendukung pembangunan nasional. Namun, sebelum seseorang memulai atau membuat bisnis, dapat meningkatkan pemahaman mereka sebagai seorang wirausahawan tentang bagaimana memulai atau mengelola bisnis, strategi yang diperlukan untuk mendorong kesuksesan, dan bagaimana mengantisipasi dan memecahkan masalah yang ada. Inilah pentingnya pengetahuan kewirausahaan yang dapat dipelajari sebelum memulai bisnis. Pengetahuan tersebut dapat berupa konsep, ide, sikap dan perilaku kewirausahaan dalam berwirausaha (Misnawati dan Yusriadi, 2018). Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif untuk melihat peluang dan terus menerima umpan balik positif dan perubahan yang dapat menopang pertumbuhan bisnis dan membawa nilai. Salah satu pendorong inovasi, selain kebutuhan akan perubahan dan adaptasi, adalah kesenjangan antara apa yang diinginkan masyarakat dan apa yang disediakan atau dilakukan oleh pemerintah, sektor swasta, dan sektor swasta. Kesadaran (LSM).

Tinjauan Pustaka

1. Pengetahuan Kewirausahaan

Kewirausahaan ialah kemampuan inovatif serta kreatif yang dapat digunakan sebagai dasar, pedoman, dan sumber daya dalam menemukan peluang sukses. Intinya dari kewirausahaan ialah berpikir kreatif dan kemampuan dalam menciptakan hal-hal berbeda dan baru melalui inovasi (Suryana, 2013). Bertindak untuk menciptakan peluang. Wirausahawan tidak dapat berhasil tanpa pengetahuan, kemampuan dan kemauan. Rusdiana (2014) berpendapat bahwa ilmu kewirausahaan merupakan fondasi dari sumber daya kewirausahaan yang ditanamkan kepada individu. Beberapa klausul ilmu yang harus dimiliki wirausahawan (Suryana, 2013): (1) Memberikan pengetahuan tentang bidang bisnis yang perlu dibina dan lingkungan bisnis sekitarnya; (2) Memberikan pengetahuan tentang peran dan tanggung jawab; dan (3) Pengetahuan tentang manajemen dan organisasi.

2. Inovasi Produk Usaha

Defenisi dari inovasi sendiri yakni mengkreasikan sesuatu yang baru ke produk ataupun proses yang sudah ada. Produk dan proses yang dibangun dari awal dan berjalan dengan lancar dapat menjadi lebih baik dengan inovasi dan keserbagunaan. Inovasi adalah memanfaatkan ide-ide baru dengan baik. Setiap inovasi dimulai dengan ide kreatif. Kreativitas diperlukan, tetapi menggunakan kreativitas untuk membangun inovasi saja tidak cukup. Inovasi adalah hasil dari inspirasi kreatif (Okpara, 2017). Inovasi mendorong proses transformasi dalam organisasi dan pasar sasaran mereka, senjata utama atau strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik pelanggan dan pasar melalui pengembangan perusahaan yang berkelanjutan. Inovasi, bersama dengan inovasi proses, menggunakan aset dan kemampuan organisasi untuk menghadirkan hal-hal baru dan menemukan pasar lain (Kanagal, 2015).

Inovasi adalah proses menghidupkan ide-ide terbaik dan menciptakan ide-ide kreatif yang mengarah pada kegiatan inovatif. Inovasi menciptakan nilai baru. Inovasi adalah proses menggabungkan ide dan pengetahuan untuk menciptakan nilai baru. Jika tidak ada

inovasi Bisnis akan menurun dengan cepat dari waktu ke waktu. Inovasi adalah dasar dari keunggulan kompetitif. Bagaimana mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan dan bagaimana memanfaatkan teknologi (Okpara, 2007). Pelanggan menuntut produk inovatif berdasarkan kebutuhan mereka. Bagi perusahaan, inovasi yang sukses berarti mereka selangkah lebih maju dari pesaing mereka. Ini membutuhkan kecerdasan organisasi untuk mengenali preferensi pelanggan. dan memastikan bahwa inovasi pada akhirnya memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, inovasi harus direncanakan dan dilaksanakan secara matang (Haji et al., 2017).

Apabila perusahaan tidak mampu mempertahankan pelanggan Sulit untuk bertahan dalam persaingan. di era yang berubah lebih cepat berbagai departemen harus menciptakan sesuatu yang baru Dari segi produk, pemasaran dan promosi yang berkelanjutan agar perusahaan mereka tetap kompetitif (Irawan dan Mulyadi, 2016), konsep inovasi sangat penting sebagai alat untuk membawa kreativitas ke bisnis keberhasilan. dicapai Inovasi pribadi dapat dilihat di sepanjang jalan. Konsep ini menunjukkan bagaimana kreativitas mempengaruhi bisnis (Dessyana dan Riyanti, 2017).

3. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha tergantung pada banyak unsur. Kinerja suatu usaha industri kecil dapat dimaknai sebagai tingkatan keberhasilan tercapainya suatu tujuan atau sasaran sesuai harapan. Ukuran keberhasilan bisnis suatu usaha dapat dilihat dari kinerja keuangannya, citra perusahaan, dan sebagainya. (Prunama Suyanto, 2013).

Keberhasilan usaha merupakan prioritas perusahaan agar semua kegiatan usaha dapat berhasil. Sukses biasanya mengacu pada dominasi atau status dominasi pada periode sebelumnya. Keberhasilan dijadikan sebagai tolak ukur usaha dan usaha dalam satu atau lebih kegiatan (Iksyaniyah dan Soesatyo, 2015). Tujuan yang ditetapkan oleh organisasi adalah untuk meningkatkan keuntungan atau profit, produktivitas yang tinggi dan persaingan yang tinggi. Jadilah kompeten, memiliki etika bisnis dan menyajikan citra yang baik kepada pelanggan Anda (Anggara dan Anggadwita, 2018)

METODE

Penelitian ini penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah UMKM Key Florist di Kecamatan Lahomi Kabupaten Nias Barat. Usaha Key Florist ini merupakan usaha kreasi papan bunga. Instrumen yang digunakan ialah kuesioner/angket. Sampel penelitian adalah 30 orang pengguna jasa Key Florist. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi ke tempat usaha Key Florist Di Kecamatan Lahomi Kabupaten Nias barat, kemudian penyebaran angket kuisisioner kepada 30 orang pengelola dan pengguna jasa usaha Key Florist. Metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, dan uji hipotesis uji T dan uji F.

Hipotesis

H₀1 : tidak terdapat pengaruh signifikan pengetahuan kewirausahaan (X₁) dan keberhasilan usaha (Y)

H_a1 : terdapat pengaruh signifikan pengetahuan kewirausahaan (X₁) dan keberhasilan usaha (Y)

H₀2 : tidak terdapat pengaruh signifikan inovasi usaha (X₂) dan keberhasilan usaha (Y)

H_{a2} : terdapat pengaruh signifikan inovasi usaha (X₂) dan keberhasilan usaha (Y)

H_{o3} : tidak terdapat pengaruh signifikan antara disiplin kerja (X₁) dan motivasi berprestasi (X₂) secara simultan terhadap keberhasilan usaha (Y)

H_{a3} : terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan kewirausahaan (X₁) dan inovasi usaha (X₂) secara simultan terhadap keberhasilan usaha (Y)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	21.080	8.077			
Inovasi Usaha (X2)	.399	.138	.357	.992	1.008
Pengetahuan Kewirausahaan(X1)	.098	.142	.085	.992	1.008

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai Tolerance untuk variable pengetahuan kewirausahaan (X₁) dan inovasi usaha (X₂) adalah 0,992 > 0,1. Sedangkan nilai VIF untuk variable pengetahuan kewirausahaan (X₁) dan inovasi usaha (X₂) adalah 1,008 < 10. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadinya gejala multikolinieritas pada model regresi tersebut.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.080	8.077		2.160	.015
Inovasi Usaha (X2)	.399	.138	.357	3.335	.005
Pengetahuan Kewirausahaan(X1)	.098	.142	.085	1.080	.493

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y)

Hasil output dari tabel coefficient di atas diperoleh bahwa nilai Sig untuk pengetahuan kewirausahaan (X₁) sebesar **0,493 > α (0,05)**, maka **H_{o1} diterima**. Hal ini berarti bahwa pengetahuan kewirausahaan (X₁) tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y). Nilai Sig untuk inovasi usaha (X₂) sebesar **0,005 < α (0,05)**, maka **H_{o2} ditolak**. Hal ini berarti bahwa inovasi usaha (X₂) berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha (Y).

Tabel 3. Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	439.255	2	219.627	4.644	.014 ^a
	Residual	2695.595	28	47.291		
	Total	3134.850	30			

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi
b. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Berdasarkan tabel, nilai sig $0,014 < \alpha (0,05)$ maka H_03 ditolak. Hal ini berarti bahwa secara simultan, terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan (X_1) dan inovasi usaha (X_2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.884	.875	5.273

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Kewirausahaan, Inovasi

Pada table 4. dihasilkan nilai *R-Square* sebesar 0,884 (88,4%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variable independen (pengetahuan kewirausahaan dan inovasi usaha) terhadap variable dependent (keberhasilan usaha) sebesar 88,4 %. sisanya dipengaruhi oleh variable lain.

b. Pembahasan

1. Pengaruh Variabel Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil uji hipotesis I menunjukkan bahwa hanya terdapat pengaruh simultan pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha Key Florist. Pengetahuan kewirausahaan memang berpengaruh, hanya saja pengaruhnya dari hasil penelitian ini sangatlah kecil. Hasil penelitian keberhasilan usaha juga didukung oleh motivasi, sikap mandiri, serta pengetahuan kewirausahaan sangatlah diperlukan oleh wirausahawan, agar mampu melakukan identifikasi peluang usaha, kemudian pendayagunaan kesempatan usaha untuk menciptakan lapangan kerja baru (Hendrawan dan Sirine, 2017).

2. Pengaruh Variabel Inovasi terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil uji hipotesis II terdapat pengaruh variable inovasi produk secara parsial maupun simultan terhadap keberhasilan usaha. Inovasi adalah fungsi penting dari manajemen suatu usaha. Hal ini karena inovasi berkelanjutan dari suatu usaha merupakan syarat mendasar untuk membangun keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, inovasi menentukan kinerja yang luar biasa (Utamingsih, 2016). Ide inovasi sangat penting sebagai alat yang membawa kreativitas untuk kesuksesan bisnis Anda. (Dessyana dan Riyanti, 2017).

KESIMPULAN

Kewirausahaan adalah kemampuan inovatif dan kreatif untuk terbuka terhadap perubahan dan informasi positif untuk menemukan peluang. Terus kembangkan bisnis Anda dan ciptakan nilai. Secara keseluruhan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan Inovasi usaha berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan usaha. Pengetahuan kewirausahaan dan inovasi usaha berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keberhasilan usaha.

REFERENSI

- Aidha, Z. (2017). Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FKM UIN Sumut. *Jurnal Jumantik*, Vol. 1, No. 2, 42-59.
- Anggara, R.G., dan Anggadwita, G. (2018). Analysis of Factors Affecting Technopreneur Success: A Case Study at Bandung Technopark. *e- Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 2, pp. 1601-1608.
- Dessyana, A., dan Riyanti, B.P.D. (2017). The Influence of Innovation and Enterpreneurial Self-Efficacy to Digital Start-Up Success. *International Research Journal of Business Studies*, Vol. 10, No. 1, pp. 57-68.
- Haji, S., dkk. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Cengkeh di Bawean. *e-Jurnal Riset Manajemen*, pp. 83-96.
- Hendrawan, J.S., dan Sirine, H. (2017). The Influence of Independent Nature, Motivation, Knowledge of Entrepreneurship on Interest in Entrepreneurship. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, Vol. 2, No. 3, pp. 291-315.
- Holmberg-Wright, K., dan Hribar, T. (2016). Soft Skills–The Missing Piece for Enterpreneurs to Grow Up a Business. *American Journal of Management*, Vol. 16, No. 1, pp. 11-18.
- Iksyaniyah, N., dan Soesatyo, Y. (2015). The Effect of Business Location on the Success of Street Vendors in Pasar Baru Krian Sidoarjo. *Jurnal Unes*, Vol. 3, No. 3, pp. 1-5.
- Irawan, A., dan Mulyadi, H. (2016). The Influence of Entrepreneurial Skills on Business Success. *Journal of Businnes Management and Entrepreneurship Education*, Vol. 1, No. 1, pp. 213-223.
- Kanagal, N.B. (2015). Innovation and Product Innovation in Marketing Strategy. *Journal of Management and Marketing Research*, Vol. 18, pp. 1-25.
- Misnawati, dan Yusriadi. 2018. Effectiveness of Personal Cognitive-Based Entrepreneurship Management through the Use of Digital Infrastructure (Social Media). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, Vol. 2, No. 3, pp. 138-145.
- Okpara, F.O. (2007). The Value of Creativity and Inovation in Enterpreneurship. *Journal of Asia Enterpreneurship and Sustainablity*, Vol. 3, No. 2.
- Purnama, C., dan Suyanto. (2010). Motivasi dan Kemampuan Usaha dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 12, No. 2, pp. 177-184.
- Rusdiana, A. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan Welahan Jepara. *Media Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No. 2, pp. 77-88.