



Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi dan Keberlanjutan Usaha Keluarga pada Industri Kreatif Sub Sektor Kriya

Yakoba Trisan Tiba^{1*}, Tumpal Pangihutan Situmorang¹

¹ Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Indonesia

*Corresponding author email: tibatristan@gmail.com

Article Info

Article history:

Received May 13, 2024

Approved June 15, 2024

Keywords:

Entrepreneurial Orientation, Innovation Capability, Speed of Market Entry, Sustainability of Family Business

ABSTRACT

The aim of this research is to find out what influence's entrepreneurial orientation, innovation capability, and speed of market entry on the sustainability of family businesses. This research used a quantitative approach, non-probability sampling with a population of ikat business owners in East Sumba District, with 100 respondents from ikat weaving business owners in Kambera District. Data analysis used Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). The research results show that entrepreneurial orientation. Strong entrepreneurial orientation can help family businesses to develop and achieve long-term success, innovation capability, the ability of family businesses to generate new ideas and convert them into products, and high speed of market entry can help family businesses to gain competitive advantage. and achieving a larger market share towards the sustainability of the family business is the ability of the family business to survive and develop from generation to generation which has a significant influence on the ikat weaving business.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui yang mempengaruhi orientasi kewirausahaan, kapabilitas inovasi, dan kecepatan masuk pasar terhadap keberlanjutan usaha keluarga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pengambilan sampel non-probabilitas dengan populasi pemilik usaha tenun ikat di Kecamatan, Sumba Timur diperoleh sebanyak 100 responden pemilik usaha tenun ikat di kecamatan kambera. Analisis data yang digunakan Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan Orientasi kewirausahaan yang kuat dapat membantu usaha keluarga untuk berkembang dan mencapai kesuksesan jangka panjang, kapabilitas inovasi kemampuan usaha keluarga untuk menghasilkan ide baru dan mengubah menjadi produk, dan kecepatan masuk pasar yang tinggi dapat membantu usaha keluarga untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan mencapai pangsa pasar yang lebih besar terhadap keberlanjutan usaha keluarga merupakan kemampuan usaha keluarga untuk bertahan dan berkembang dari generasi ke generasi yang berpengaruh secara signifikan pada pelaku usaha tenun ikat.



How to cite: Tiba, Y. T., & Situmorang, T. P. (2024). Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi dan Keberlanjutan Usaha Keluarga pada Industri Kreatif Sub Sektor Kriya. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 5(2), 1532–1544. <https://doi.org/10.55681/jige.v5i2.2800>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tak hanya menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi, namun menjadi pilar dalam menggerakkan roda ekonomi di berbagai wilayah, baik di kota-kota besar maupun di pedesaan (Idayu et al., 2021). Pemberdayaan UMKM bukan sekadar opsi, melainkan menjadi bagian strategis memperkuat fondasi ekonomi nasional (Ramadan, 2021). Studi (Rohmat, 2019) menunjukkan bahwa investasi pada sektor UMKM tidak hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang signifikan, seperti peningkatan lapangan kerja dan distribusi pendapatan yang lebih merata (Rohmat, 2019; Situmorang et al., 2022).

Data terbaru Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 menyebutkan jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,22 juta unit, dengan mayoritas besar, sekitar 98,8%, merupakan usaha keluarga (Theresia et al., 2022). Keberadaan bisnis keluarga tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga secara signifikan mempengaruhi aspek sosial dan budaya masyarakat (Idayu et al., 2021). Usaha keluarga memiliki strategi kelangsungan hidup jangka panjang yang berpotensi berkelanjutan. Usaha keluarga bergerak dalam berbagai bidang industri termasuk pada industri kreatif. Industri kreatif merupakan salah satu model pembangunan ekonomi dan inovasi. Salah satu sub sektor dalam industri kreatif adalah Sektor Kriya.

Industri kreatif sub sektor kriya semakin berkembang. Hal ini terlihat dari kontribusi industri kreatif terhadap PDB, pembukaan lapangan kerja dan berkontribusi menggerakkan ekonomi di suatu wilayah (Situmorang, 2023). Beberapa penelitian menyebutkan bahwa keberlanjutan usaha keluarga ini juga di topang oleh beberapa variabel diantaranya, orientasi pasar, keunggulan kompetitif, inovasi dan orientasi kewirausahaan (Alma, 2023; Astuti & Munir, 2022; Performa, 2020; Rahmadi et al., 2020). Orientasi kewirausahaan menjadi penggerak kreativitas dan inovasi dan kebeanian pelaku UMKM mengambil resiko. Hal ini menjadi indikator untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha keluarga (Frank et al., 2010; Situmorang, 2023; Situmorang et al., 2024) walaupun Beberapa penelitian menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha (Baker & Sinkula, 2009; Merlo & Auh, 2009). Innovation Capability menjadi variabel mediasi untuk mengatasi kesenjangan penelitian orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha yang berakar pada teori resource-based view (RBV).

Teori Resource-Based View (RBV) adalah salah satu kerangka konseptual yang banyak digunakan dalam penelitian strategi perusahaan, termasuk dalam konteks kemampuan inovasi (Barney & Arian, 2005). RBV menekankan pentingnya sumber daya internal perusahaan dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam konteks kemampuan inovasi, RBV menyoroti bagaimana sumber daya internal, seperti pengetahuan, teknologi, keterampilan, dan budaya organisasi (Ferreira et al., 2011; Hanaysha et al., 2022). RBV dapat menjadi kunci dalam

meningkatkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan inovasi yang berkelanjutan (Alvarez & Barney, 2017; Barney & Clark, 2007).

Kabupaten Sumba Timur memiliki jumlah UMKM yang semakin berkembang salah satu usaha tenun ikat yang berlokasi di Kampung Raja Prailiu. Umumnya kegiatan tenun ikat dilakukan secara paruh waktu dan produk yang berupa barang jadi yaitu kain, sarung dan selendang yang dipasarkan baik lokal, nasional maupun internasional. Jumlah unit usaha tenun ikat di Sumba Timur sekitar 2.741 orang dan jumlah karyawan sekitar 4.830 orang (BPS Kabupaten Sumba Timur, 2012) Kapasitas produksi kain tenun ikat pada tahun 2011 tercatat 22.692 lembar dengan nilai produksi 4,5 milyar rupiah (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumba Timur, 2011).

Berdasarkan kesenjangan penelitian dan fenomena bisnis, maka persoalan penelitian ini adalah bagaimana pelaku usaha keluarga pada industri kreatif sub sektor kriya meningkatkan keberlanjutan usaha?

Orientasi kewirausahaan merupakan aturan dan pedoman yang mendorong orang untuk terlibat dalam bisnis. Perusahaan dengan kemampuan wirausaha yang tinggi akan sangat memperhatikan inovasi, inisiasi perubahan, dan kecepatan respon yang tinggi untuk terus berubah secara fleksibel (Athoriq, 2022). Kecepatan masuk pasar adalah metrik yang mengukur waktu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk meluncurkan produk atau layanan baru dari tahap ide hingga ketersediaan bagi pelanggan ini penting karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. (Maharezta Putra Perkasa, 2018) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kecepatan masuk pasar pada usaha keluarga.

H1: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kecepatan masuk pasar.

Kapabilitas inovasi adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan inovasi baru, baik berupa produk, layanan, proses, atau model bisnis. Kemampuan berinovasi dinyatakan dalam inovasi, khususnya kecenderungan suatu perusahaan untuk menggunakan ide-ide baru, selalu melakukan eksperimen untuk menghasilkan barang, jasa, proses dan teknologi baru (Fitria et al., 2023) Kecepatan masuk pasar adalah ukuran waktu yang diperlukan suatu produk atau layanan baru untuk mencapai pasar dan mendapatkan pelanggan (Hermawan Rino Tri and Hasibuan, 2016).

H2: Kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap kecepatan masuk pasar.

Kecepatan masuk pasar merupakan lamanya waktu yang diperlukan suatu bisnis untuk meluncurkan produk atau layanan di suatu pasar dan membuatnya tersedia bagi pelanggan. (Baroto & Purbohadiningrat, 2014) mengemukakan bahwa usaha keluarga perlu melakukan riset pasar yang menyeluruh dan mengembangkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mencapai kecepatan masuk pasar yang efektif. Keberlanjutan usaha keluarga dapat diartikan sebagai kemampuan family bisnis untuk melewati berbagai tantangan dan perubahan, serta mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerjanya (Rahmadi et al., 2020).

H3: Kecepatan masuk pasar berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha keluarga.

Untuk menjelaskan hipotesis diatas, maka disajikan model penelitian di bawah ini



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan pendekatan penelitian secara primer, tujuan penelitian kuantitatif untuk mengumpulkan bukti tentang hubungan antara variabel dependent Menurut (Waruwu, 2023). Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian atau objek yang menjadi sarana penelitian. Populasi yang diteliti pada penelitian ini adalah pengrajin tenun ikat di kampung Raja Prailiu, Kecamatan Kambera sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah Pengrajin tenun ikat di sentra tenun ikat kampung raja Preliu Menurut (Imam Ardhi, 2015). Pengambilan sampel menggunakan metode Non probability sampling dengan Teknik sampling purposive sampling. Adapun kriteria sampel adalah pelaku usaha keluarga pada generasi kedua, berdomisili di Kecamatan Kambera dan telah merintis usaha lebih dari 5 tahun. target sampel 100 dengan asumsi kecukupan sampel menurut (Prof. Augusty Ferdinand, 2014) yang menyebutkan jumlah indicator di kalikan 5. Dalam penelitian ini pengupulan data menggunakan kuesioner yang di bagikan langsung kepada pengrajin Tenun Ikat di Kampung Raja Prailiu. Menurut (Sugiyono 2017) angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menyajikan kepada responden serangkaian pertanyaan atau jawaban tertulis. Statistik inferensial Analisis Partial Least Squares (PLS) adalah teknik statistika multivariat yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independen berganda.

Teknik Analisis Data

Statistik deskriptif Mean atau rata-rata merupakan penjumlahan seluruh data dibagi dengan banyaknya data yang ada. PLS adalah salah satu metoda statistika SEM berbasis varian yang didesain untuk menyelesaikan regresi berganda ketika terjadi permasalahan spesifik pada data, seperti ukuran sampel penelitian kecil, adanya data yang hilang (missing values) dan multikolinearitas. Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi outer model dan inner model (Jogiyanto, 2009). Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi outer model dan inner model. Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability, dan cronbach's alpha) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik deskriptif variabel penelitian

Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), maximum, dan minimum dan standar deviasi dari masing masing variabel.

Tabel 1. Deskriptif jawaban responden terhadap Variabel Orientasi kewirausahaan, kapabilitas inovasi, kecepatan masuk pasar dan keberlanjutan usaha keluarga

Variabel	Indikator	Rata-rata
Orientasi kewirausahaan	Kami memiliki kemampuan untuk menciptakan produk /layanan baru yang relevan dengan pasar saat ini.	3.810
	Kami aktif mengembangkan peluang besar dan memahami perubahan ternd pasar.	3.750
	Kami memiliki keberanian mengambil risiko untuk mencapai pertumbuhan dan inovasi.	3.670
	Kami melibatkan anggota keluarga untuk menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan usaha.	3.760
	Kami agresif mengejar peluang bisnis baru dan berkompetisi dipasar yang kompetitif.	3.680
	Total	3.734
Kapabilitas Inovasi	Produk atau layanan yang kami tawarkan memiliki fitur unik yang membedakan dari pesaing kami.	3.520
	Kami secara teratur mencermati pasar untuk merespon trend dan berubah kebutuhan pelanggan.	3.510
	Kami berkomitmen menjaga dan meningkatkan kualitsa atau produk atau layanan.	3.830
	Kami senantiasa mengembangkan produk atau layanan agar memiliki nilai tamba dibandingkan produk pesaing.	3.710
	Total	3.642
Kecepatan masuk pasar	Kami mampu mengembangkan produk lebih cepat daripada pesaing-pesaing kami.	3.550
	Kami memiliki kemampuan memperkenalkan produk baru ke pasar dengan cepat	3.460
	Kami mampu dengan cepat memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang	3.560
	Kami cepat dalam mengambil keputusan bisnis.	3.590
	Total	3,54
Keberlanjutan usaha keluarga	Usaha keluarga mempertahankan keberlangsungan bisnis selama beberapa generasi.	4.090
	Kami memiliki startegi keberlanjutan yang jelas untuk menghadapi tantangan jangka panjang.	4.070

Variabel	Indikator	Rata-rata
	Kami memiliki rencana subsesi yang kuat untuk memastikan kelangsungan bisnis dimasa depan	3.990
	Bisnis keluarga kami secara finansial sehat dan memil rencana keuangan jangka panjang yang berkelanjutan	4.100
	Total	4.062

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil penelitian pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai total rata-rata variabel orientasi kewirausahaan adalah sebesar 3.734 dengan nilai rata-rata tertinggi terletak pada dimensi indikator ketiga dengan nilai 3.760. Dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden pelaku usaha tenun ikat di kecamatan Kambera lebih tinggi dalam melibatkan anggota keluarga untuk menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan Usaha Tenun Ikat. Variabel Kapabilitas Inovasi pada tabel diatas diperoleh sebesar 3.642 artinya dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata baik. Nilai rata-rata responden terhadap variabel kecepatan masuk pasarmemperoleh sebesar 3,54 artinya dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata dikatakan cukup baik. Variabel keberlanjutan usaha keluarga pada tabel diatas memperoleh sebesar 4.062 dengan nilai rata-rata tertinggi terletak pada indikator ke empat usaha keluarga memepertahankan bisnis selama beberapa generasi dengan nilai rata-rata sebebsar 4.100. Artinya, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata yang memuaskan.

Evaluasi model pengukuran (Outer Model)

Model pengukuran (outer model), merupakan suatu konsep dan model penelitian yang tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. (Hair,2014) Outer model merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Melalui proses iterasi algoritma, parameter model pengukuran (validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability, dan cronbach's alpha) diperoleh, termasuk nilai R^2 sebagai parameter ketepatan model prediksi.

Validity Convergent

Validitas konvergen terjadi jika skor yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi tinggi (Hair,2014). Model mempunyai validitas konvergen yang baik jika nilai AVE di atas 0,5 (Hair,2014). Outer loadings adalah tabel yang berisi loading faktor untuk menunjukkan besar korelasiantara indikator dengan variabel laten dengan nilai loading faktor harus lebih besar dari 0,7 makadikatakan valid.

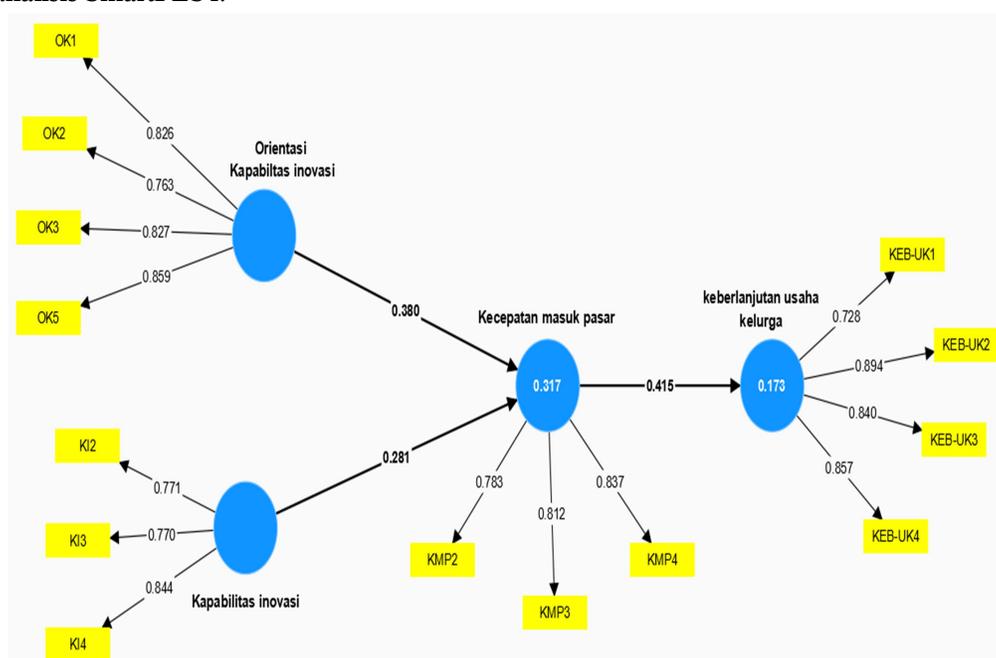
Tabel 2. Evaluasi model pengukuran

Variabel	Indikator	Outer loading	AVE	Cronbach Alpha	Composite reliability	Ket.
Orientasi Kewirausahaan	OK1	0.826	0.672	0.839	0.891	Valid
	OK2	0.762				
	OK3	0.827				
Kapabilitas inovasi	OK5	0.859	0.633	0.715	0.838	Valid
	KI2	0.771				
	KI3	0.770				

Variabel	Indikator	Outer loading	AVE	Cronbach Alpha	Composite reliability	Ket.
Kecepatan masuk pasar	KI4	0.844	0.658	0.741	0.852	Valid
	KMP1	0.782				
	KMP2	0.812				
	KMP3	0.837				
Keberlanjutan usaha keluarga	KUK1	0.728	0.693	0.858	0.900	Valid
	KUK2	0.894				
	KUK3	0.840				
	KUK4	0.857				

Sumber: Data diolah (2024)

Berikut hasil uji Outer model yang menunjukkan nilai *outer loading* dengan menggunakan alat analisis SmartPLS4.



Gambar 2. Diagram jalur re-estimasi

Dari tabel gambar diatas dapat diketahuisetelah dilakukannya re-estimasi maka di ketahui masing - masing indikator memiliki nilai loading faktor yang meningkat hal ini dikarenakan terdapat beberapa indikator yang telah dikeluarkan. Semua indikator memiliki hubungan positif terhadap masing-masing variabel laten dan loading faktor untuk setiap indikator lebih besar dari 0,7 dan dikatakan cukup tinggi. Pengujian nilai AVE bersifat lebih kritis dari pada composite reliability(Ghozali, 2004) diketahui bahwa Output AVE yang diperoleh masing-masing variabel lebih besar dari 0,5 hal itu menunjukkan bahwa masing-masing variabel latensudah dikatakan valid.

Discriminant Validity

Merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah kontruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada

konstruk yang ditujuh harus lebih besar dibandingkan dengan nilai yang lain (Ghozali, 2016). hal ini menunjukkan bahwa variabel manifest dalam penelitian ini telah tepat menjelaskan variabel latennya dan membuktikan bahwa seluruh item tersebut valid.

Tabel 3 Cross Loading

	Orientasi kewirausahaan	Kapabilitas inovasi	Kecepatan masuk pasar	Keberlanjutan usaha keluarga
KEB-UK1	0.351	-0.004	0.145	0.728
KEB-UK2	0.397	0.102	0.413	0.894
KEB-UK3	0.297	0.034	0.332	0.840
KEB-UK4	0.410	0.204	0.386	0.857
KI2	0.338	0.771	0.374	0.073
KI3	0.277	0.770	0.264	-0.045
KI4	0.411	0.844	0.405	0.211
KMP2	0.492	0.309	0.783	0.412
KMP3	0.345	0.402	0.812	0.310
KMP4	0.372	0.385	0.837	0.273
OK1	0.826	0.419	0.446	0.347
OK2	0.763	0.298	0.287	0.386
OK3	0.827	0.403	0.486	0.295
OK5	0.859	0.289	0.383	0.430

Sumber: data diolah (2024)

Evaluasi model struktural (Inner-Model)

Uji path coefficients

Untuk melakukan pengukuran path coefficients antara variabel disesuaikan untuk menguji signifikansi dan menguji hubungan hipotesis pada variabel tersebut. Semakin banyak korelasi negatif menunjukkan bahwa korelasi tersebut mempunyai nilai negatif. Kapabilitas inovasi dan kecepatan masuk pasar mempunyai hubungan positif, kecepatan masuk pasar dan keberlanjutan usaha keluargamempunyai hubungan positif. Sebaliknya orientasi kewirausahaan dan kecepatan masuk pasar dan orientasi mempunyai hubungan yang positif.

Tabel 4 Path coefficients

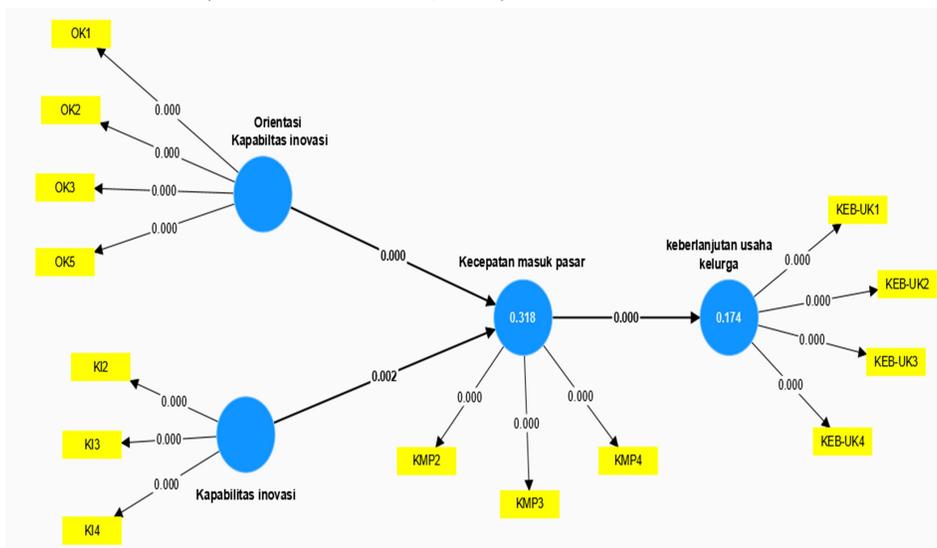
	Path coefficients
Kapabilitas inovasi →Kecepatan masuk pasar	0.279
Kecepatan masuk pasar→Keberlanjutan usaha keluarga	0.417
Orientasi kewirausahaan→Kecepatan masuk pasar	0.383

Sumber: Data diolah (2024)

Uji hipotesis (resampling bootstrapping)

Prosedur bootstrapping menghasilkan nilai t-statistik untuk setiap jalur hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian yang menggunakan tingkat kepercayaan 95%

sehingga tingkat presisi atau batas ketidakakuratan (α) = 5% = 0,05, nilai nilai t-tabelnya adalah 1,96. Jika nilai t-statistik lebih kecil dari nilai t-tabel (t-statistik < 1.96), maka Ho diterima dan Ha ditolak. Jika nilai t-statistik lebih besar atau sama dengan t-tabel (t-statistik > 1.96), maka Ho ditolak dan Ha diterima (Ghozali dan Latan, 2018).



Gambar 3. Uji hipotesis (Bootstrapping)

Tabel 5. Bootsraping

	Original sampel (0)	Sampel mean (M)	Stadar deviation (STDEV)	T statistics (0/STDEV)	P values
Kapabilitas inovasi → kecepatan masuk pasar	0.279	0.285	0.089	3.141	0.002
Kecepatan masuk pasar → keberlanjutan usaha keluarga	0.417	0.426	0.079	5.302	0.000
Orientasi kewirausahaan → kecepatan masuk pasar	0.383	0.380	0.100	3.813	0.000

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

H1: Hipotesis pertama pada penelitian terbukti kebenarannya, dikarenakan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai t sebesar 3.813 yang berarti lebih besar dari 1.96 dengan nilai p values sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kecepatan masuk pasar dengan memiliki besar pengaruh sebesar 0.383.

H2: Hipotesis kedua pada penelitian terbukti kebenarannya, dikarenakan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai t sebesar 3.141 yang berarti lebih besar dari 1.96 dengan nilai p values sebesar 0.002 atau lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa kapabilitas

inovasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kecepatan masuk pasar dengan memiliki besar 0.279.

H3: Hipotesis ketiga pada penelitian terbukti kebenarannya, dikarenakan hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai t sebesar 5.302 yang berarti lebih besar dari 1.96 dengan nilai p values sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa kecepatan masuk pasar memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keberlanjutan usaha keluarga dengan memiliki besar pengaruh sebesar 0.417.

Pembahasan

1. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kecepatan masuk pasar Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kecepatan masuk pasar, hal ini dapat diketahui dari nilai T statistik sebesar 3.813 yang berarti lebih besar dari 1.96. Sehingga hipotesis pertama berbunyi orientasi kewirausahaan mempengaruhi kecepatan masuk pasar, dinyatakan diterima. Pengaruh kedua variabel adalah positif yang berarti bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka akan semakin meningkat kecepatan masuk pasar. Oleh karena itu apabila usaha tenun ingin meningkatkan kecepatan masuk pasar maka sangat penting untuk memperhatikan sejauh mana kualitas layanan pelaku usaha tenun ikat yang dimilikinya. Pengukuran orientasi kewirausahaan dalam penelitian ini diukur melalui dimensi-dimensi yaitu inovasi, proaktif, pengambilan risiko, otonomi, dan agresivitas.
2. Pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kecepatan masuk pasar Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kapabilitas inovasi berpengaruh signifikan terhadap kecepatan masuk pasar, karena nilai T statistik sebesar 3.141 yang berarti lebih besar dari 1,96. Artinya, semakin tinggi kapabilitas inovasi maka kecepatan masuk pasar akan meningkat. Dengan demikian hipotesis kedua yang berbunyi kapabilitas inovasi mempengaruhi kecepatan masuk pasar terbukti dan dapat dinyatakan diterima. Pengaruh kedua variabel adalah positif yang berarti bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan ide-ide baru dan menjadi produk, layanan, atau proses baru yang sukses dan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk membawa produk atau layanan baru ke pasar dengan cepat dan efisien. Oleh karena itu apabila pelaku usaha tenun ikat ingin meningkatkan kecepatan masuk pasar maka sangat penting untuk memperhatikan sejauh mana kemampuan yang dirasakan oleh pelaku usaha.
3. Pengaruh kecepatan masuk pasar terhadap keberlanjutan usaha keluarga Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kecepatan masuk pasar berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan usaha keluarga, karena nilai T statistik sebesar 5.302 yang berarti lebih besar dari 1,96. Dengan demikian hipotesis ketiga yang adalah kecepatan masuk pasar mempengaruhi keberlanjutan usaha keluarga terbukti dan dapat dinyatakan diterima. Pengaruh kedua variabel adalah positif yang berarti bahwa semakin tinggi pertumbuhan Keberlanjutan usaha keluarga generasi ke generasi untuk mencapai kemakmuran mengelola dan mengembangkan usaha di setiap generasinya, Dalam meningkatkan kemampuan perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain; Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kecepatan masuk pasar pada pelaku usaha tenun ikat di Kecamatan Kampera. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan ide baru, kreatif untuk mengambil risiko yang diperhitungkan demi mencapai tujuan dan kemampuan mengantisipasi atas peluang baru sebelum pesaing. Dengan demikian hipotesis pertama orientasi kewirausahaan mempengaruhi kecepatan masuk pasar, dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Kapabilitas Inovasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kecepatan masuk pasar pada pelaku usaha tenun ikat di Kecamatan Kampera. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik perusahaan berinovasi dengan cepat dan meluncurkan produk atau layanan baru ke pasar, mereka dapat memperoleh umpan balik berharga dari pelanggan yang dapat digunakan untuk menyempurnakan penawaran mereka dan meluncurkan produk atau layanan baru yang lebih baik di masa depan. Dengan demikian hipotesis kapabilitas inovasi mempengaruhi kecepatan masuk pasar, dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Kecepatan masuk pasar memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keberlanjutan usaha keluarga pada pelaku usaha tenun ikat di Kecamatan Kampera. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kecepatan masuk pasar dapat membantu usaha keluarga untuk meningkatkan peluang mereka untuk sukses. Dengan meluncurkan produk atau layanan baru ke pasar dengan cepat, usaha keluarga dapat memanfaatkan peluang baru dan mendapatkan keunggulan kompetitif atas pesaing mereka. Dengan demikian hipotesis kecepatan masuk pasar mempengaruhi keberlanjutan usaha keluarga dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, G. (2023). Pengaruh Orientasi Penjualan, Kapabilitas Inovasi dan Nilai Pelanggan terhadap Peningkatan Kinerja Usaha pada UMKM Resto dan Cafe di Kota Pontianak. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 7(12), 2771–2783.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2017). Resource-based theory and the entrepreneurial firm. *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*, 87–105.
- Astuti, I. Y., & Munir, M. (2022). Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Mempengaruhi Kinerja Pemasaran Di Masa Recovery Pandemi Covid-19. *JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's)*, 15(2), 249–269.
- Athoriq, M. A. (2022). *Keberlanjutan Usaha Sosial Di Indonesia Bogor*.
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 443–464.
- Barney, J. B., & Arian, A. M. (2005). The resource-based view: origins and implications. *The Blackwell Handbook of Strategic Management*, 123–182.
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oup Oxford.

- Baroto, T., & Purbohadiningrat, C. (2014). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ppob Kipo Menggunakan Analisis SWOT Dan QSPM. *Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 88–102. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol15.no1.88-102>
- Ferreira, M. P., Serra, F. R., & Costa, B. K. (2011). The RBV in international business studies: a bibliometric study of Barney's (1991) contribution to the field. *Multinational Business Review*, 19(4), 357–375.
- Fitria, I., Setyowati, E. Y., Camila, N., & ... (2023). Peran Penyaluran Dana Zakat Produktif Sebagai Modal Usaha Mikro. ... of *Islamic Economics* ..., 2(1).
- Frank, H., Kessler, A., & Fink, M. (2010). Entrepreneurial orientation and business performance—a replication study. *Schmalenbach Business Review*, 62, 175–198.
- Ghozali, I. (2004). Model persamaan struktural: Konsep dan aplikasi dengan program AMOS Ver. 5.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. R., Al-Shaikh, M. E., Joghee, S., & Alzoubi, H. M. (2022). Impact of innovation capabilities on business sustainability in small and medium enterprises. *FIIB Business Review*, 11(1), 67–78.
- Hermawan Rino Tri and Hasibuan, S. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas di PT. JCI. *Jurnal Pasti*, XI(1), 91.
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73–85.
- Imam Ardhi, M. (2015). Evaluasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Sistem Real Time Online Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 8(1), 80–94. <https://doi.org/10.21831/jpipfip.v8i1.4930>
- Maharezta Putra Perkasa. (2018). Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. *Universitas Islam Indonesia*.
- Merlo, O., & Auh, S. (2009). The effects of entrepreneurial orientation, market orientation, and marketing subunit influence on firm performance. *Marketing Letters*, 20, 295–311.
- Performa, P. (2020). Faktor-Faktor Yang Membentuk Bisnis Keluarga Bertumbuh Secara Berkelanjutan. *Performa*, 4(5), 74–83. <https://doi.org/10.37715/jp.v4i5.1216>
- Prof. Augusty Ferdinand, D. (2014). *NMETODE PENELITIAN MANAJEMEN* (UNDIP-PRES).
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., & Dewandaru, B. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri. *Jurnal Ekbis*, 21(2), 178. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>
- Ramadan, M. R. (2021). Merger Bank Syariah dan Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(06), 830–842.
- Rohmat, M. N. (2019). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 9P pada Koplak Food di Desa Pancakarya Kecamatan Ajung Kabupaten Jember*. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Situmorang, T. P. (2023). Quality-Based Differentiation Mediating Entrepreneurial Orientation and Marketing Performance. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 8(2), 637–651.

- Situmorang, T. P., Ferdinand, A. T., & Indriani, F. (2024). Preemptive market exploitability: resource advantage theory of competition perspective. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 252–262.
- Situmorang, T. P., Ferdinand, A. T., & INDRIANI, F. (2022). *Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Preemptive Market Exploitability (Studi Empirik UKM Industri Kreatif Kriya di Jawa Tengah)*. UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Theresia, D., Hastuti, S. E., Haryanti, K., Agustine, M., & Soekesi, M. E. (2022). *CONTINUING PLANNING TRIANGLE Pada UMKM Family Bisnis*.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.