

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Lokasi Terhadap Keuntungan Kompetitif (Studi Kasus UMKM Makanan dan Minuman)

Nasywa Ramadhanti Jatlan^{1*}, Risma Ningsih Nur Hidayah², Alya Aryanti Adilah³, Lisa Kustina⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa

Email: nasywaramadhanti54@gmail.com

Submitted : 05-02-2025 Reviewed : 24-02-2025 Accepted : 03-03-2025 Published: 03-03-2025

Abstrak

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan sebagai upaya untuk menguji hubungan Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Lokasi dan Keuntungan Kompetitif. Dalam hal ini, tujuan utamanya lebih mengarah dalam lingkup industri makanan dan minuman yang dikelola oleh generasi milenial dan generasi z di Kabupaten Bekasi. Sebagai pisau analisis, peneliti menggunakan model kuantitatif dengan mengumpulkan data survei dari sejumlah sampel para pedagang UMKM di Kabupaten Bekasi yang berjumlah 110 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara online. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Pengujian kualitas instrument meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji simultan (uji F) dan uji Parsial (uji T) yang diolah menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keuntungan Kompetitif pada UMKM makanan dan minuman yang dikelola generasi milenial dan generasi z di Kabupaten Bekasi. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif serta memberikan wawasan bagi pemangku kebijakan dalam mendukung ekosistem kewirausahaan yang lebih inovatif dan berdaya saing.

Kata kunci: Orientasi kewirausahaan, Inovasi produk, Lokasi, Keuntungan kompetitif.

Abstrak

This research aims to examine the relationship between Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Location and Competitive Advantage. Especially in the food and beverage industry which is managed by the millennial generation and generation z in Bekasi Regency. The research method is quantitative by collecting survey data from a number of samples of MSME traders in Bekasi Regency, totaling 110 respondents. The data used is primary data that has been obtained through distributing questionnaires online. Data analysis uses multiple regression analysis. Instrument quality testing includes validity and reliability tests, while hypothesis testing uses multiple linear regression analysis, classical assumption test, simultaneous test (F test) and partial test (T test) which are processed using SPSS 26. The research results show that the variables used in this research model, namely Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, and Location have a significant influence on Competitive Advantage in food and beverage MSMEs managed by the millennial generation and generation z in Bekasi Regency. The implications of this research are expected to serve as a reference for MSME actors in formulating more effective business strategies and to provide insights for policymakers in supporting a more innovative and competitive entrepreneurial ecosystem.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Location, Competitive Advantage.

Pendahuluan

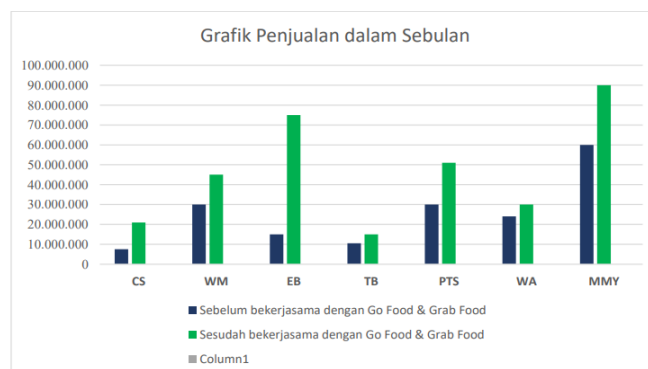
UMKM di Indonesia saat ini tengah mengalami transformasi yang begitu signifikan dan membawa mereka menuju keuntungan kompetitif. Terutama UMKM yang dikelola oleh generasi Milenial dan generasi Z. Hal ini dapat terjadi karena generasi muda tahu bagaimana memanfaatkan teknologi secara optimal dalam berbisnis. Seperti bekerja sama dengan

GrabFood dan ShopeeFood dalam menjual produk mereka. Nugraha (2023) menemukan hubungan antara inovasi produk dan lokasi sangat berpengaruh positif terhadap keuntungan kompetitif.

Wahyuni (2020) dalam penelitiannya menunjukkan para pelaku UMKM di Kecamatan Medan Juang mengalami kenaikan persentase penjualan setelah menggunakan GrabFood dan GoFood dalam memasarkan dan menjual produk mereka. Putri (2021) menemukan hal yang serupa dalam penelitiannya, di mana UMKM di Kelurahan Sukajaya mengalami kenaikan persentase penjualan setelah menggunakan GrabFood.

Tabel 1. Peningkatan Penjualan Sebelum dan Sesudah menggunakan GrabFood & GoFood

Nama Usaha	Pendapatan Sesudah Bergabung (RP/Bulan)	Pendapatan Sebelum Bergabung (RP/Bulan)	Persentase Kenaikan Pendapatan (%)
Café Syahdan	7.500.000	21.000.000	180%
Warmindo	30.000.000	45.000.000	50%
Erni Burger	15.000.000	75.000.000	400%
Es Tebu Berastagi	10.500.000	15.000.000	43%
Pak Tiam Seafood	30.000.000	51.000.000	70%
Warung Akbar	24.000.000	30.000.000	25%
Martabak Mak Yung	60.000.000	90.000.000	50%



Gambar 1. Grafik penjualan Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir Kota Medan
 Sumber : Hasil Penelitian Sry Wahyuni (2020)

Dalam penelitiannya, Mirat (2024) menyebutkan bahwa Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Lokasi Terhadap Keuntungan Kompetitif yang dilakukan di Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Sulawesi Selatan yang menggunakan metode analisis Partial Least Square (PLS). Sedangkan Frans (2022) memiliki fokus terhadap Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Orientasi Pasar Terhadap Keuntungan Kompetitif dengan studi kasus pada umkm makanan dan minuman di Kecamatan Medan Sunggal Sumatera Utara menggunakan analisis regresi linear berganda.

Saat ini Orientasi Kewirausahaan di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan, terutama dalam bidang UMKM. Hal ini dibuktikan dari banyaknya UMKM yang memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mendapatkan keuntungan kompetitif. Salah satunya dengan membangun toko dan menjual produk mereka di *e-commerce*. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah usaha *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2021 diperkirakan sebanyak 2.361.423 usaha. Sedangkan pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan usaha yang signifikan menjadi 2.995.986 usaha.

(Rahmadi 2020; Hutagaol, 2024; Goca & Pramana, 2022; Virginial & Edy, 2021; Ikhwan et al., 2022) telah menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keuntungan kompetitif. Syifa (2020) Menemukan hubungan antara orientasi kewirausahaan dan keuntungan kompetitif di era revolusi industri 4.0. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Batara 2023; Hermayanti et al., 2024; Pamungkas et al., 2021) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keuntungan kompetitif.

Inovasi produk pada industri makanan dan minuman menunjukkan perubahan yang positif. Salah satu contohnya adalah munculnya produk-produk organik, makanan kesehatan dan produk ramah lingkungan yang semakin diminati oleh para konsumen. Menurut data dari *Nielsen Indonesia*, pasar makanan dan minuman kesehatan di Indonesia diperkirakan akan tumbuh sebesar 15% setiap tahunnya selama lima tahun ke depan. Hal ini dapat terjadi karena perubahan gaya hidup dan kebutuhan akan pilihan pola makan yang lebih sehat. Serta konsumen semakin sadar akan dampak terhadap kesehatan mereka dari apa yang mereka konsumsi, sehingga permintaan makanan sehat pun semakin meningkat. *Populix* mencatat bahwa sekitar 64% orang kini memilih menjaga pola makan sehat mereka dengan menggunakan layanan katering sehat atau merek yang khusus menyediakan makanan dan minuman dengan standar gizi yang sesuai kebutuhan tubuh.

Noviani (2020), Astuti dkk (2024), Fajrina (2023), Dwisakti (2023), Rendragraha (2023), dan (Aji, 2023) menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan kompetitif. Sedangkan hasil penelitian yang diteliti oleh Rosyida (2022) menunjukkan jika inovasi produk berpengaruh negatif terhadap keuntungan kompetitif.

Lokasi yang tepat sering kali berperan penting dalam menghasilkan keuntungan kompetitif untuk suatu daerah tertentu. Ini terjadi saat suatu area memiliki ciri geografi, sarana pendukung, dan kemudahan akses yang memfasilitasi kegiatan ekonomi, sehingga meningkatkan penjualan. Salah satunya yaitu wilayah Kabupaten Bekasi, ditandai oleh kemudahan akses ke pusat ekonomi, layanan industri, dan tenaga kerja berkualitas yang bisa menjadi penggerak inovasi usaha. Tempat yang berdekatan dengan pembeli atau sumber daya alam, menawarkan keuntungan terkait biaya operasional dan kecepatan pengiriman.

Hasil survei yang kami lakukan dapat menjadi data pendukung mengenai pengaruh lokasi, kami mendapatkan 110 responden dan hasilnya 88% menjawab lokasi usaha mereka

mudah dijangkau oleh konsumen, 85% menjawab lokasi usaha mereka dekat dengan pemukiman penduduk dan keramaian, dan 90% menjawab lokasi usaha mereka mudah dijangkau konsumen yang menggunakan semua jenis kendaraan.

Aryatama & Irawati (2024), (Faustina, 2024), dan Dwi (2021) menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Hassydiqi (2021) yang menemukan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif UMKM.

Sejauh yang penulis ketahui, belum ada penelitian yang berfokus pada Generasi Milenial dan Generasi Z sebagai pemilik dan pengelola UMKM. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang mungkin hanya memperhatikan UMKM umum atau meneliti tentang produknya, penelitian ini berfokus pada perbedaan sifat, pilihan, dan cara pandang generasi muda dalam mengelola UMKM terutama tentang inovasi dan kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana perbedaan antar generasi mempengaruhi pengaruh dari orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan lokasi terhadap keunggulan kompetitif, yang jarang dibahas dalam penelitian lain.

Metode

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam sektor kuliner di Kabupaten Bekasi. Penelitian ini secara khusus berfokus pada UMKM yang dijalankan oleh generasi milenial serta generasi Z. Untuk pengumpulan data, peneliti membagikan kuesioner yang berasal dari penelitian sebelumnya yang dirancang untuk mengeksplorasi pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan lokasi terhadap keunggulan kompetitif UMKM di sektor makanan dan minuman yang dikelola oleh milenial dan generasi Z. Data yang diperoleh dari kuesioner tersebut akan dianalisis secara statistik untuk mengungkap pola dan hubungan antara variabel-variabel, sehingga dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pengelolaan UMKM di daerah ini, terutama dalam total makanan dan minuman yang dikelola oleh generasi milenial dan Z.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh para pelaku UMKM dibidang makanan dan minuman di Kabupaten Bekasi, yang dikelola oleh generasi milenial dan generasi z. Berikut adalah sampel yang dipilih oleh peneliti pada beberapa kecamatan di Kabupaten Bekasi. Yakni diantaranya adalah Tambun Selatan, Cibitung, Cikarang Pusat, Cikarang Timur, Cikarang Selatan, Cikarang Barat, Cikarang Utara, Tambelang, Bojongmangu, dan Kedungwaringin.

Sampel penelitian ini terdiri dari 110 responden UMKM dibidang makanan dan minuman di kabupaten Bekasi yang dipilih menggunakan metode *sampling random* untuk memenuhi kriteria dalam penelitian ini. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui media sosial dan wawancara langsung di berbagai lokasi di Kabupaten Bekasi. Pada penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan metode penyebaran kuesioner secara *online* memanfaatkan platform media sosial dalam format *google doc*. Peneliti membagi dua bagian dalam kuisisioner ini untuk memperoleh data. Pertama mencakup pertanyaan demografis untuk memperoleh informasi umum mengenai responden, termasuk usia, latar belakang pendidikan, jenis usaha, lokasi usaha, serta lama berdirinya usaha. Kemudian yang kedua berisi pertanyaan utama yang berkaitan dengan

variabel penelitian, menggunakan skala *likert* dari 1 hingga 5 yang mencakup 5 variabel dan total 21 pertanyaan. Pilihan pada sakala likert yang tersedia adalah sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan opsi terakhir adalah sangat setuju Pada penelitian ini akan digunakan uji regresi linear berganda, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan cronbach alpha, uji asumsi klasik, uji parsial dan uji simultan sebagai upaya untuk analisis data.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Penelitian ini melibatkan 110 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian. Responden yang terpilih merupakan generasi milenial dan generasi Z yang menjalankan usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor makanan dan minuman di Kabupaten Bekasi yang menjadi fokus penelitian. Kriteria ini memastikan bahwa responden memiliki pengalaman nyata dalam mengelola bisnis, sehingga mampu memberikan evaluasi yang tepat terkait orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan lokasi berkaitan dengan keuntungan kompetitif. Dari segi atribut demografis, mayoritas responden adalah perempuan, menunjukkan bahwa UMKM yang dikelola oleh wanita memiliki proporsi yang signifikan dalam studi ini. Selain itu, sebagian besar pemilik UMKM adalah lulusan SMA/SMK dan kebanyakan berusia di atas 20 tahun atau termasuk generasi milenial. Data utama yang diperoleh lewat kuesioner dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26.

Tabel 2. Demografi Responden

Kategori	Sub- Kategori	Jumlah Responden
Usia	< 20 tahun	27
Usia	> 20 tahun	83
Jenis Kelamin	Laki – Laki	38
Jenis Kelamin	Perempuan	72
Pendidikan Terakhir	SD / SMP / SMA / SMK	92
Pendidikan Terakhir	D3 / S1 / S2	18

Tabel demografi responden memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini. Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 20 tahun ke atas yaitu 83 responden, sedangkan sisanya yaitu 27 responden berusia di bawah 20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM makanan dan minuman dalam penelitian ini sebagian besar dikelola oleh generasi milenial. Dari segi jenis kelamin, perempuan mendominasi sampel dengan jumlah responden yaitu 72 responden, sementara laki-laki hanya 27 responden. Ini menyoroti peran penting perempuan dalam pembelian bahan baku terkait kebutuhan dan peralatan usaha. Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Sig	Kesimpulan
- Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0.597 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X1.2	0.345 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X1.3	0.486 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X1.4	0.643 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
Inovasi Produk (X2)	X2.1	0.667 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X2.2	0.515 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X2.3	0.523 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X2.4	0.663 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X2.5	0.550 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0.682 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X3.2	0.633 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X3.3	0.562 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X3.4	0.682 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X3.5	0.707 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X3.6	0.736 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	X3.7	0.592 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
Keuntungan Kompetitif (Y)	Y1.1	0.665 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	Y1.2	0.726 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	Y1.3	0.764 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	Y1.4	0.678 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid
	Y1.5	0.696 > 0,195	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Olah Data SPSS 26 (2024)

Hasil Uji Validitas di atas menunjukkan bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang di maksud sehingga memiliki korelasi yang signifikan dan cukup tinggi dengan variabelnya. Untuk mengukur uji validitas terdapat 2 cara: membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dan nilai signifikansi (sign.) < 0,05.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

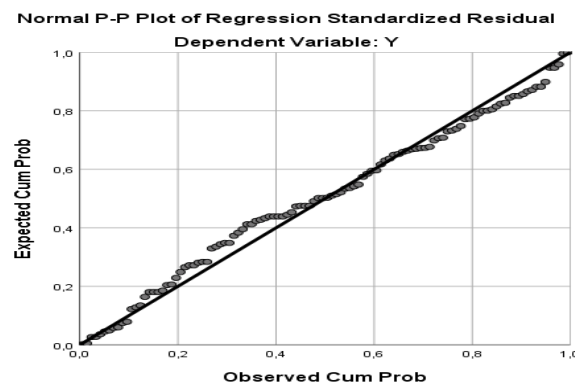
Cronbach's Alpha	N of Items
0,919	21

Sumber: Olah Data SPSS 26 (2024)

Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Dari tabel di atas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,919 menunjukkan reliabel yang sangat tinggi yang berarti kuesioner tersebut konsisten dan bagus dalam mengukur variabel tersebut, sebaliknya apabila nilai Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6 maka penelitian tidak reliabel.

Uji Normalitas

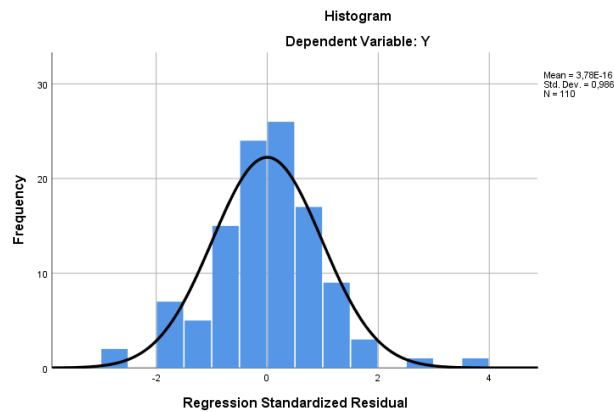
Berikut adalah gambar Normal P-P Plot



Gambar 2. Uji Normalitas

Sumber: Olah Data SPSS 26 (2024)

Plot ini membandingkan distribusi kumulatif probabilitas dari residual yang di amati. jika residual terdistribusi normal, titik-titik pada plot akan berada di sepanjang garis dan mengikuti garis diagonal seperti gambar di atas. Jika titik-titik tidak mengikuti garis diagonal dan tidak berada di sepanjang garis tidak terdistribusi normal.



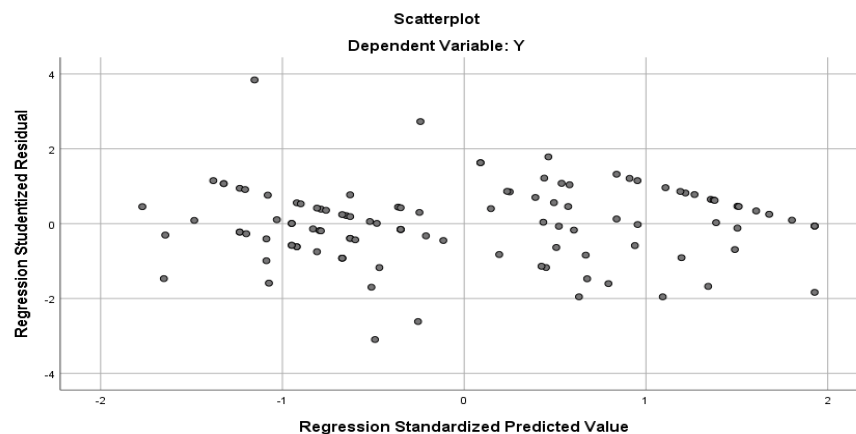
Gambar 3. Uji Normalitas

Sumber: Olah Data SPSS 26 (2024)

Bertujuan untuk menunjukkan distribusi frekuensi dari residual. Apabila residual berdistribusi normal, histogram akan menyerupai kurva distribusi normal (kurva lonceng/bukit) dengan melihat hasil diagram menutupi area kurva, meskipun tidak sempurna karena kemiringan puncak yang tampak relatif kecil.

Uji Heterokedastisitas

Gambar berikut menyajikan hasil uji heterokedastisitas pada Orientasi Kewirausahaan (X1), Inovasi Produk (X2), Lokasi (X3) dan Keuntungan Kompetitif (Y) :



Gambar 4. Uji Heterokedastisitas

Sumber: Olah Data SPSS 26 (2024)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik data tersebar di atas dan di bawah garis angka 0 pada sumbu Y tanpa ada pola khusus. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas karena titik-titik data tidak berkumpul hanya di atas atau di bawah.

Uji Multikolinearitas

Untuk menguji adanya Multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *variance inflation factor* (VIF) dan toleransi. Jika $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas tapi jika $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$, maka terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,505	1,981
Inovasi Produk (X2)	0,578	1,731
Lokasi (X3)	0,712	1,405

Sumber : Olah Data SPSS 26 (2024)

Tabel di atas menunjukkan hasil dari uji multikolinearitas yaitu tidak terjadi multikolinearitas, karena hasil menunjukkan bahwa VIF lebih kecil dari 10 dan Tolerance lebih besar dari 0,1.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstrandardized Coefficients B
Constant	0,899
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,266
Inovasi Produk (X2)	0,342
Lokasi (X3)	0,296

Berdasarkan table diatas dapat diukur dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,899 + 0,266X_1 + 0,342X_2 + 0,296X_3 + e$$

Hasil dari perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan persamaan yang menunjukkan bahwa nilai X merupakan regresi yang diasumsikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta Keuntungan Kompetitif (Y) sebesar 0,899 yang menyatakan jika variable X1, X2, X3 sama dengan nol yaitu Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Lokasi, maka keuntungan kompetitif adalah sebesar 0,899.
- b. Koefisien X1 sebesar 0,266 berarti setiap terjadi peningkatan variable X1 (Orientasi Kewirausahaan) sebesar 1% maka keuntungan kompetitif meningkat sebesar 0,266 (26,6%) dan bisa terjadi berbalik, yakni setiap ada penurunan variable X1 (Orientasi Kewirausahaan) sebesar 1% maka keuntungan kompetitif yang dihasilkan dapat menurun sebesar 0,266 (26,6%).
- c. Koefisien X2 sebesar 0,342 berarti setiap terjadi peningkatan variable X2 (Inovasi Produk) sebesar 1% maka keuntungan kompetitif meningkat sebesar 0,342 (34,20%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variable X2 (Inovasi Produk) sebesar 1% maka keuntungan kompetitif menurun sebesar 0,342 (34,20%).
- d. Koefisien X3 sebesar 0,296 berarti setiap terjadi peningkatan variable X3 (Lokasi) sebesar 1% maka keuntungan kompetitif meningkat sebesar 0,296 (29,60%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variable X3 (Lokasi) sebesar 1% maka keuntungan kompetitif menurun sebesar 0,296 (29,60%).

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji hipotesis t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian uji t ini membandingkan tingkat signifikan dari nilai alpha 0,05. Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

- a. Jika nilai signifikan uji t < 0,05 atau nilai t-hitung > t-tabel maka HO ditolak dan Ha diterima, karena terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai signifikan uji t > 0,05 atau t-hitung < t-tabel maka HO diterima dan Ha ditolak, karena tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 7. Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T	Signifikan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	2,080	0,040
Inovasi Produk (X2)	4,312	0,000
Lokasi (X3)	5,838	5,838

Sumber : Data Olahan SPSS 26 (2024)

Nilai dapat diketahui dengan menggunakan rumus $dk = n - k - 1$ ($110 - 3 - 1$) = 106. Dengan nilai $(\alpha) = 0,05$ (5%) dan dk (derajat kebebasan) = 106, maka diperoleh t-tabel sebesar 1.65936. Dengan demikian, disimpulkan bahwa:

1. Orientasi kewirausahaan sebesar $2,080 > t\text{-tabel } 1.65936$ adalah hasil dari nilai-t, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Akibatnya nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 yaitu $0,040 < 0,05$, maka variabel orientasi kewirausahaan (X1) berpengaruh positif terhadap keuntungan kompetitif (Y).
2. Nilai t-hitung dari inovasi produk sebesar $4,312 > t\text{-tabel } 1.65936$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka variabel inovasi produk (X2) berpengaruh positif terhadap keuntungan kompetitif (Y).
3. Nilai t-hitung dari lokasi sebesar $5,838 > t\text{-tabel } 1.65936$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari perolehan tersebut, signifikansi hasil memiliki nilai lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, maka variabel lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap keuntungan kompetitif (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Sebagai upaya untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat maka Uji F ini dapat dilakukan. Dasar pengambilan keputusan untuk uji F dalam analisis regresi adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan uji $f < 0,05$ maka secara simultan terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai signifikan uji $f > 0,05$ maka secara simultan tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 8. Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Signifikan
Regression	54,702	0,000

Sumber: Olah Data SPSS 26 (2024)

Paparan tabel di atas menunjukkan nilai F hitung sebesar 54,702 dengan tingkat signifikansi 0,000 melihat pada uji ANOVA dalam regresi linear dengan nilai signifikansi 0,05. Df_1 adalah jumlah variabel bebas $X=3$, sedangkan df_2 adalah jumlah sampel 110 dikurangi jumlah variabel = 106, maka diperoleh F tabel sebesar 2,69 sehingga diperoleh F hitung $> F$ tabel ($54,702 > 2,69$) dan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a

diterima. Dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keuntungan kompetitif UMKM di Kabupaten Bekasi yang dikelola generasi milenial dan generasi z.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keuntungan Kompetitif

Dapat kita lihat bahwa antara Orientasi Kewirausahaan dan Keuntungan Kompetitif yang memiliki hubungan positif dalam konteks industri makanan dan minuman, dengan koefisien regresi sebesar 0,266 adalah sebuah hasil analisis data yang dilakukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utama (2020) Menyatakan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keuntungan kompetitif. Penelitian ini membuktikan bahwa penerapan orientasi kewirausahaan dalam strategi bisnis membantu perusahaan untuk tetap relevan, bersaing, dan menghadapi tantangan pasar yang selalu berubah.

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keuntungan Kompetitif

Dapat kita lihat bahwa antara Inovasi Produk dan Keuntungan Kompetitif yang memiliki hubungan positif dalam industri makanan dan minuman, dengan nilai koefisien regresi mencapai 0,342 adalah sebuah hasil analisis data yang dilakukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sinambela (2024) Menyatakan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keuntungan kompetitif. Temuan ini menyiratkan bahwa inovasi tidak hanya berkontribusi pada keuntungan kompetitif, tetapi juga meningkatkan berbagai kemampuan seperti akses ke pasar dan ketertarikan konsumen. Di tengah ketidakpastian lingkungan dan persaingan yang ketat, inovasi menjadi semakin krusial untuk pertumbuhan serta kelangsungan hidup perusahaan.

Pengaruh Lokasi terhadap Keuntungan Kompetitif

Dapat kita lihat bahwa antara Lokasi dan Keuntungan Kompetitif yang memiliki hubungan positif dalam konteks industri makanan dan minuman, dengan koefisien regresi sebesar 0,296 adalah sebuah hasil analisis data yang dilakukan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sutrimo (2024) Menyatakan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keuntungan kompetitif. Temuan ini mengungkapkan bahwa lokasi bisnis berperan penting dalam memperoleh keuntungan kompetitif melalui penempatan yang strategis. Lokasi yang mudah diakses dan aman biasanya lebih menarik bagi pelanggan. Selain itu, lokasi yang baik dapat berdampak pada jumlah pengunjung jika dibandingkan dengan UMKM pesaing yang berada di lokasi yang kurang strategis.

Kesimpulan



Penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan lokasi usaha berpengaruh signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM di sektor makanan dan minuman di Kabupaten Bekasi, terutama yang dikelola oleh generasi milenial dan Z. Temuan ini didukung oleh analisis statistik, di mana uji T menunjukkan adanya dampak signifikan dari masing-masing variabel secara terpisah, sementara uji F mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi besar secara kolektif terhadap daya saing UMKM. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan orientasi kewirausahaan melalui pelatihan dan penguatan mental bisnis, peningkatan inovasi

produk dengan menciptakan nilai tambah yang khas, serta pemilihan lokasi usaha yang strategis untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dengan mengoptimalkan ketiga elemen ini, UMKM di sektor makanan dan minuman di Kabupaten Bekasi dapat memperkuat posisi mereka dalam pasar yang kompetitif dan membuka peluang pertumbuhan yang lebih besar di era modern. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu mengambil inisiatif yang lebih besar untuk memanfaatkan kesempatan di pasar dengan cara mengambil risiko yang terukur dan terus berinovasi dalam bisnis mereka. Langkah awal yang dapat diambil adalah mengikuti pelatihan yang sesuai, seperti kursus tentang strategi bisnis, analisis pasar, manajemen risiko, dan manajemen keuangan, untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis. Selain itu, pelaku UMKM harus memikirkan pengembangan produk mereka dengan memperhatikan tren pasar dan kebutuhan pelanggan, serta memanfaatkan teknologi terbaru dalam proses produksi dan pemasaran. Strategi ini tidak hanya akan memperbaiki efisiensi, tetapi juga meningkatkan kualitas barang yang dihasilkan, sehingga dapat bersaing dalam pasaran yang ketat. Mengenai lokasi usaha, sebaiknya pelaku UMKM memilih area yang strategis, mudah diakses, dekat dengan daerah pemukiman, dan memiliki fasilitas transportasi yang baik. Estetika dan desain tempat usaha juga perlu dipertimbangkan untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan nyaman bagi pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya tarik dan kelebihan kompetitif bisnis.

Daftar Pustaka

- Ajy, M. D. K. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk IKEA*. 1–125.
- Aryatama, A., & Irawati, S. A. (2024). *Pengaruh Cita Rasa, Pelayanan Konsumen, Dan Lokasi Yang Strategis Terhadap Daya Saing Ukm Kuliner Di Sampang* (Vol. 08, Issue 01).
- Astuti, D., Istiqomah, N. kemalasari, Kuncoro, M. N., & Ratiara, N. (2024). Penerapan Inovasi Produk, Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Ukm Didesa Kota Pari Kabupaten Serdang Bedagai 1 Desi. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(10), 4216–4227.
- Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Training Dan Kemampuan Manajemen Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(1), 139–154. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.9643>
- Dwisakti, V., Santoso, A., & Hartono, S. (2023). *Analisis Strategi Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Ponorogo*. 8(3).
- Fajrina, F. N. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Maybelline Di Yogyakarta*. 1–81.
- Faustina, S. (2024). *Pengaruh Lokasi dan Kreativitas terhadap Keunggulan Bersaing Warung Bakso Mas Memed 354 Medan Tembung*.
- Frans, B. J. N. (2022). *Keunggulan Bersaing Di Era Revolusi Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Medan Sunggal Skripsi Oleh : Baginda Frans Jogi Nasution Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas. 0*.

- Gilang Arjun Nugraha. (2023). *Pengaruh Inovasi Produk, Tata Letak, dan Lokasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Kedai Kopi Berkonsep Alam Di Kabupaten Tasikmalaya*. 51–69.
- Goca, I. G. P. A. W., & Pramana, I. G. A. A. P. D. E. (2022). *Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Industri Tata Rias Di Kota Denpasar (Studi Kasus Pada Diah Wedding & Makeup Denpasar)*. 17 no. 1(1), 110–118.
- Hassydiqi, H., Darna, N., & Suhendi, R. M. (2021). *Pengaruh Lokasi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Cato Sportwear Tasikmalaya)* (Vol. 3, Issue 2). <https://kemenperin.go.id/>
- Hazbi Gifari, M., handayani, T., & Dwi, B. M. (2021). Analisis Keunggulan Bersaing Kopi Kenangan Di Jakarta Selatan. In *KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* (Vol. 2).
- Hermayanti, A., Rahayu, V. P., & Sutrisno. (2024). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing pada UMKM di Kawasan M.Said*. 10(15), 493–506.
- Hutagaol, M. G. (2024). *Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Orientasi Pasar Pada Ukm Kuliner Yang Berlokasi Di Siantar Square Kota Pematang Siantar*.
- Ikhwani, M., Wulandari2, A., & Anis, B. J. (2022). *Peran Adaptabilitas Lingkungan dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan (The Role of Environmental Adaptability in Mediating Market Orientation and Entrepreneurship Towards Sustainable Competitive Advan*. 3(01), 43–56.
- Louis Utama, O. H. W. dan Y. L. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompotitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi COVID-19*. 30–43.
- Noviani, L. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Kerajinan Tikar Eceng Gondok ”Liar”). *Jurnal Manajemen Danbisnis (Jumanis)*, 2(1), 2076–2086.
- Pamungkas, M. R., Rizal, M., Arifianti, R., & Husna, A. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Pemasaran, dan Kapabilitas TIK Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku UMKM di Sentra Industri Sepatu Cibaduyut Kota Bandung*. 4(2), 120–127.
- Rahmadi, A. N., Jauhari, T., Dewandaru, B., Manajemen, P., Ekonomi, F., Analisis, P., Fakultas, K., Ekonomi, P., & Fakultas, P. (2020). *Pengaruh Orientasi Pasar , Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri*. 21(2), 178–188.
- Rendragraha, M. R. (2023). *Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Hoka-Hoka Bento di Yogyakarta*. 1–95.
- Rosyida, R. H. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pt Paragon Technology And Innovation Di Yogyakarta*.
- Sinambela, E. A. (2024). *Penetapan Harga dan Inovasi Produk Sebagai Keunggulan Kompetitif Pada UMKM*. 1–8.
- Sry Wahyuni. (2020). *Analisis Dampak Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan)*.

	<p style="text-align: center;">Revenue : Jurnal Lentera Bisnis Manajemen Volume 03 No 01 Februari 2025 E ISSN : 2986-1853</p> <p style="text-align: center;">https://lenteranusa.id/</p>	
---	---	---

- Syifa, F. L., Syariah, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2020). *Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Di Era Revolusi Industri 4 . 0 (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman Kabupaten Banyumas) SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 0.*
- Sylvia Anggreni Mirat. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Lokasi terhadap Keuntungan Kompetitif pada UMKM Industri Makanan dan Minuman di Kabupaten Bekasi yang Dikelola Generasi Milenial dan Generasi Z. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Virginia, V., & Edy, H. (2021). *Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UKM Kuliner. III(3)*, 875–883.
- Wulandari Fitria Sutrimo dan Irfan Wildzan Muafa. (2024). *Pengaruh Media Sosial Dan Lokasi Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Cafe Milk Corner. 6(2)*, 91–106.