

Pengaruh Strategi Kewirausahaan Terhadap Laba Penjualan UMKM Bunga Papan di Bandar Lampung

I Made Ian Ok May Sena¹ Ardansyah²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung^{1,2}

Email: senaiyan4@gmail.com¹ ardansyah@ubl.ac.id²

Abstract

The development of the flower board craft industry in Bandar Lampung City has progressed well every year, and has been able to attract both domestic and foreign investors, so that many parties are required to be involved in it in order to improve quality and competitiveness in facing free market competition. This study aims to analyze the effect of entrepreneurial strategies on the sales profit of flower board MSMEs in Bandar Lampung. This study uses a quantitative method, the population in this study was 58 florist flower board business units located in Bandar Lampung City. Samples were taken from the entire population, namely 58 business units using the total population method. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of the study showed that there was an effect of entrepreneurial strategies on the sales profit of flower board MSMEs in Bandar Lampung.

Keywords: Strategy, Entrepreneurship, Sales Profit, Flower Board MSMEs.

Abstrak

Perkembangan industri kerajinan papan bunga di Kota Bandar Lampung setiap tahunnya mengalami kemajuan yang baik, serta mampu menarik para investor baik dalam maupun luar negeri, sehingga memerlukan banyak pihak untuk terlibat didalamnya guna meningkatkan kualitas dan daya saing dalam menghadapi persaingan pasar bebas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi kewirausahaan terhadap laba penjualan UMKM bunga papan di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, populasi dalam penelitian ini sebanyak 58 unit usaha papan bunga florist yang berada di Kota Bandar Lampung. Sampel diambil dari seluruh jumlah populasi yaitu sebanyak 58 unit usaha dengan menggunakan metode total populasi. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh strategi kewirausahaan terhadap laba penjualan UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

Kata Kunci: Strategi, Kewirausahaan, Laba Penjualan, UMKM Bunga Papan.

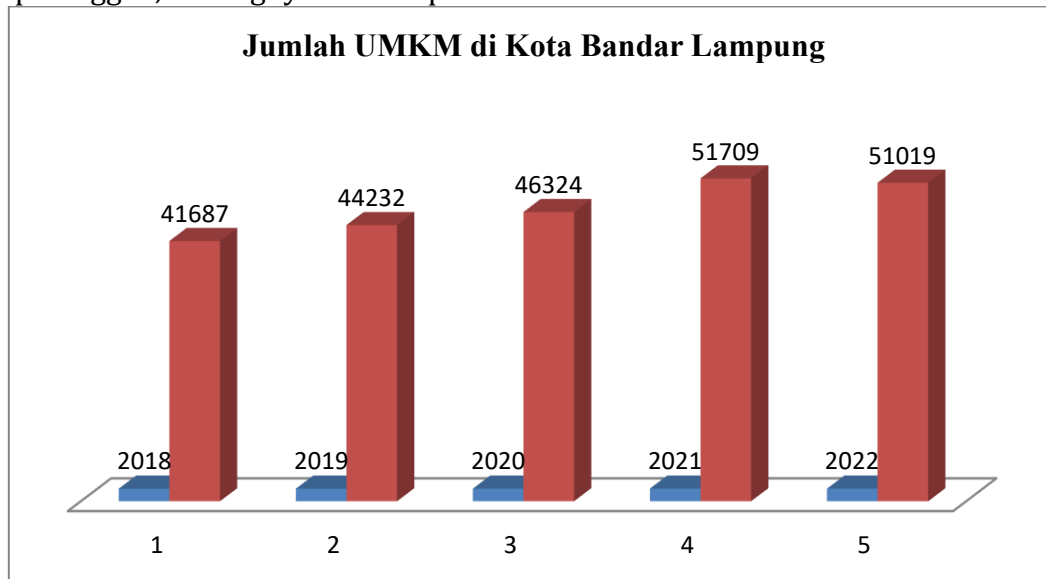


This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mulai berkembang di Indonesia. Mayoritas masyarakat mulai beralih dari bekerja di perusahaan ke bisnis yang dijalankan sendiri. Awalnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) meningkat sejak munculnya wabah pandemi Covid 19. Perusahaan yang terdampak akibat Covid 19 menerapkan pemutusan hubungan kerja (PHK) terhadap para pegawainya yang mengakibatkan sebagian besar masyarakat Indonesia kehilangan pekerjaan dan agar dapat bertahan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga dari bencana global tersebut, maka masyarakat mencoba peruntungan dengan menjadi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia yang mencapai 99 persen dari keseluruhan unit usaha, selanjutnya kontribusi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap produk domestik bruto sebesar 60,5 persen dan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 96,9% persen dari total penyerapan tenaga kerja nasional (www.ekon.go.id, 2024). Sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) masih banyak menghadapi masalah, misalnya sebagai seorang pelaku usaha mikro kecil dan

menengah (UMKM) belum memiliki pengetahuan yang luas mengenai bisnis dan cara mengembangkannya, mayoritas pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) masih jarang memanfaatkan pemasaran digital sehingga pada akhirnya bisnis tersebut menjadi kurang terekspos ke masyarakat luas padahal promosi bisnis melalui digital merupakan strategi pemasaran yang menguntungkan, mayoritas pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia masih belum menyadari pentingnya membuat strategi pengembangan bisnis, pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sering sulit berkomunikasi dengan pelanggan, karyawan, dan *stakeholder* lain dengan efektif sehingga sulit untuk menjaga loyalitas pelanggan, kurangnya inovasi produk.



Gambar 1. Jumlah UMKM di Kota Bandar Lampung

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandar Lampung Tahun 2018 sampai 2022. Pada gambar 1 di atas, jumlah UMKM Kota Bandar Lampung tercatat pada tahun 2018 sampai 2022 mengalami peningkatan. Pada tahun 2021, jumlah UMKM Kota Bandar Lampung sebesar 51.709 meningkat sebesar 5.385 unit dari 46.324 pada tahun 2020. Namun pada tahun 2021 sampai tahun 2022 mengalami penurunan dari 51.709 unit menjadi 51.019 unit terhitung menurun sebesar 690 unit UMKM. Salah satu sektor yang telah menunjang perekonomian para pelaku usahadi Kota Bandar Lampung adalah industri pembuatan papan bunga, dimana merupakan suatu usaha yang hanya membutuhkan teknik keahlian dalam kesenian yang membuat masyarakat atau konsumen tertarik untuk memesan berbagai papan bunga ucapan disetiap acara yang diadakan. Berikut tabel pertumbuhan laba yang terjadi secara khusus pada UMKM Bunga Papan Kensha Florist selama 5 tahun terakhir dari 2019-2023.

Tabel 1. Pertumbuhan Laba Pada UMKM Bunga Papan Kensha Florist Tahun 2019-2023

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Profit	4,31%	22,17%	7,22%	4,50%	27,02%

Sumber: UMKM Bunga Papan Kensha Florist (2024)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa dalam lima tahun tersebut laba pada UMKM Bunga Papan Kensha Florist mengalami fenomena peningkatan dan penurunan, dimana laba mengalami kenaikan yang cukup tinggi di tahun 2023 sebesar 27,02% dan penurunan terbesar terjadi pada tahun 2019 sebesar 4,31%. Perkembangan industri kerajinan papan bunga di Kota Bandar Lampung setiap tahunnya mengalami kemajuan yang baik, serta mampu menarik para investor baik dalam maupun luar negeri, sehingga memerlukan banyak pihak untuk terlibat

didalamnya guna meningkatkan kualitas dan daya saing dalam menghadapi persaingan pasar bebas. Kota Bandar Lampung juga tidak luput dari permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin papan bunga diantaranya: pertama, masyarakat yang menjadi pengrajin papan bunga memiliki pendapatan yang berbeda-beda antar pengrajin. Hal ini dikarenakan perhitungan pendapatan bersih dilihat dari banyaknya pekerjaan yang dilakukan dalam merangkai papan bunga. Kedua, sulitnya pengembangan usaha kerajinan papan bunga karena terbaatasnya pengalaman. Hal ini dikarenakan pengrajin papan bunga yang pertama kali bekerja tidak memiliki pengalaman bekerja sehingga mengalami permasalahan berkaitan dengan pemasangan papan bunga dan kurang kreatif dalam menyusun papan bunga. Ketiga, jam kerja merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pendapatan dalam perekonomian rumah tangga. Semakin lama curahan jam kerja, maka semakin banyak hasil yang diterima sehingga pendapatan yang diperoleh semakin meningkat dan kebutuhan keluarga bisa terpenuhi.

Tinjauan Pustaka

Pengertian UMKM

Pengertian usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah (UMKM) adalah Usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro yang memiliki keuntungan usaha sebesar Rp 300 juta dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp 50 juta (diluar aset tanah dan bangunan). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang independen baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan badan usaha cabang dari perusahaan utama, dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50 juta hingga Rp 500 juta dan penjualan pertahun berkisar dari angka Rp 300 juta sampai dengan Rp 2,5 milyar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat, yang menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau besar dengan total kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta hingga Rp 10 milyar (tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha) dan hasil penjualan pertahun mencapai Rp 2,5 milyar sampai Rp 50 milyar (Abdul, 2021).

Kewirausahaan

Ramadani dkk. (2014) berpendapat bahwa kewirausahaan adalah proses mencari peluang inovatif dalam keadaan yang tidak pasti dan berisiko, dengan menggabungkan faktor-faktor produksi cara yang efektif dan efisien untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan bisnis. Kemudian, menurut Morris dkk. (2020) kewirausahaan merupakan manajemen yang sering dikaitkan dengan pendekatan proaktif, pengambilan risiko dan inovatif.

Strategi Kewirausahaan

Morris dkk. (2020) melakukan penelitian dengan mendefinisikan tujuh dimensi strategi kewirausahaan yaitu: Proaktif; Pengambilan risiko yang diperhitungkan; Inovasi; Fokus peluang; Peningkatan sumber daya; Intensitas pelanggan; Penciptaan nilai.

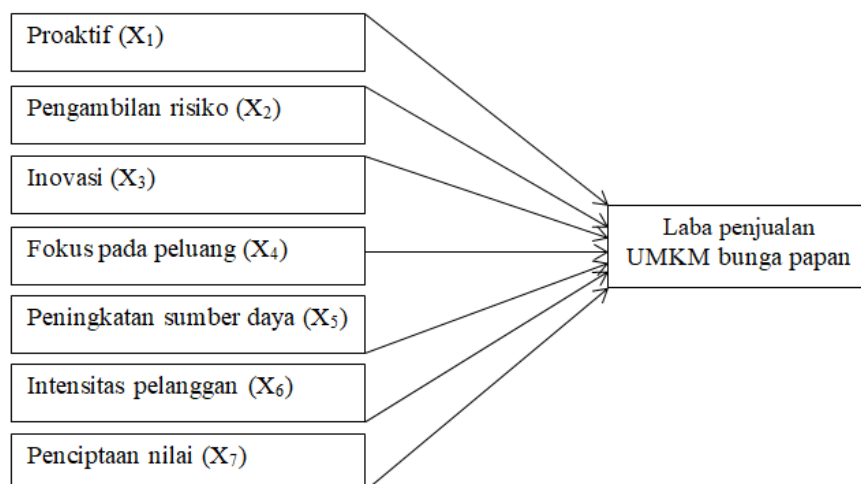
Laba

Laba adalah penghasilan bersih (*net income*) atau imbalan dari aktivitas perusahaan, mulai dari proses produksi hingga pemasaran yang sudah dikurangi dengan biaya kegiatan operasi perusahaan. Laba atau keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi adalah selisih antara pendapatan dengan total biaya. Biaya implisit

termasuk biaya kesempatan yang terjadi ketika perusahaan memilih untuk menggunakan faktor produksi tertentu (Dushi dkk, 2019).

Kerangka Teori

Kerangka konseptual yang mendasari penelitian ini adalah proaktif (X_1), pengambilan risiko yang diperhitungkan (X_2), inovasi (X_3), fokus pada peluang (X_4), peningkatan sumber daya (X_5), intensitas pelanggan (X_6), penciptaan nilai (X_7) dan laba (Y).



Sumber: Morris dkk. (2020) dan Dushi dkk (2019)

Hipotesis

H1: Proaktif berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

H2: Pengambilan risiko yang diperhitungkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

H3: Inovatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

H4: Fokus pada peluang berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

H5: Peningkatan sumber daya berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

H6: Intensitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

H7: Penciptaan nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba UMKM bunga papan di Bandar Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang melibatkan pengolahan data numerik sehingga kesimpulan dan informasi dapat dinyatakan dalam bentuk angka (Steven & Ramli, 2023). populasi dalam penelitian ini sebanyak 58 unit usaha papan bunga *florist* yang berada di Kota Bandar Lampung. Sampel diambil dari seluruh jumlah populasi yaitu sebanyak 58 unit usaha dengan menggunakan metode total populasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang dikumpulkan langsung dari responden melalui kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kuesioner Proaktif (X_1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,674	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,591	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,800	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,544	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,543	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan Tabel 2 hasil uji validitas variabel proaktif (X_1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel proaktif. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan proaktif dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kuesioner Pengambilan Risiko (X_2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,693	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,881	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,593	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,407	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji validitas variabel pengambilan risiko (X_2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai pengambilan risiko. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan pengambilan risiko dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Inovasi (X_3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,694	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,578	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,858	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,564	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,573	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan Tabel 4 hasil uji validitas variabel inovasi (X_3) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai variabel inovasi. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan inovasi dinyatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Fokus pada peluang (X_4)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,605	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,801	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,553	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,607	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,542	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,754	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan Tabel 5 hasil uji validitas variabel fokus pada peluang (X_4) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai fokus pada peluang. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan fokus pada peluang dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kuesioner Peningkatan sumber daya (X_5)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,825	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,821	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,877	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan pada Tabel 6 hasil uji validitas variabel peningkatan sumber daya (X_5) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai peningkatan sumber daya. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan peningkatan sumber daya dinyatakan valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kuesioner Intensitas Pelanggan (X_6)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,805	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,826	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,857	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan pada Tabel 7 hasil uji validitas variabel intensitas pelanggan (X_6) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai intensitas pelanggan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan intensitas pelanggan dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kuesioner Intensitas Pelanggan (X_7)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,719	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,715	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,657	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan pada Tabel 8 hasil uji validitas variabel intensitas pelanggan (X_7) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai intensitas pelanggan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan intensitas pelanggan dinyatakan valid.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Kuesioner Laba penjualan UMKM Bunga Papan (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,805	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,881	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,867	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,836	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,593	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,674	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,591	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,800	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,544	0,2542	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan pada Tabel 9 hasil uji validitas variabel laba penjualan UMKM bunga papan (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai laba penjualan UMKM bunga papan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,2542). Dengan demikian seluruh item pernyataan laba penjualan UMKM bunga papan dinyatakan valid. Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X_1 , variabel X_2 , variabel X_3 , variabel X_4 , variabel X_5 , variabel X_6 , variabel X_7 dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 22.0. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Alpha Chronbach</i>	Koefisien r	Simpulan
Proaktif	0,783	0,60	Reliabel
Pengambilan risiko	0,830	0,60	Reliabel
Inovasi	0,739	0,60	Reliabel
Fokus pada peluang	0,775	0,60	Reliabel
Peningkatan sumber daya	0,721	0,60	Reliabel
Intensitas pelanggan	0,870	0,60	Reliabel
Penciptaan nilai	0,776	0,60	Reliabel
Laba penjualan UMKM bunga papan	0,917	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas Tabel 10 nilai *cronbach's alpha* seluruh variabel bebas dan variabel terikat memiliki nilai *cronbach's alpha* >0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan, penciptaan nilai dan laba penjualan UMKM bunga papan dinyatakan reliabel. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Analisis Regresi Linear Berganda. Model ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai (X) terhadap laba penjualan UMKM bunga papan (Y). Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.00 disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 11. Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.405	1.042		17.660	.000
	Proaktif	.498	.035	.214	6.407	.016
	Pengambilan risiko	.580	.057	.366	4.010	.032
	Inovasi	.307	.064	.217	4.679	.030
	Fokus pada peluang	.553	.145	.371	3.816	.000
	Peningkatan sumber daya	.375	.047	.300	4.029	.020
	Intensitas pelanggan	.498	.029	.280	3.997	.023
	Penciptaan nilai	.417	.091	.292	3.798	.027

a. Dependent Variable: Laba penjualan UMKM bunga papan

Sumber : Hasil Analisis, 2024

Berdasarkan hasil pada Tabel 11, maka dapat dibuat model persamaan regresi linier berganda untuk penelitian ini sebagai berikut: $Y = 18,405 + 0,498X_1 + 0,580X_2 + 0,307X_3 + 0,553X_4 + 0,375X_5 + 0,498X_6 + 0,417X_7$ Persamaan di atas menunjukkan bahwa

proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, dimana semakin baik proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai maka akan meningkatkan laba penjualan UMKM bunga papan.

Tabel 12. Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.405	1.042		17.660	.000
	Proaktif	.498	.035	.214	6.407	.016
	Pengambilan risiko	.580	.057	.366	4.010	.032
	Inovasi	.307	.064	.217	4.679	.030
	Fokus pada peluang	.553	.145	.371	3.816	.000
	Peningkatan sumber daya	.375	.047	.300	4.029	.020
	Intensitas pelanggan	.498	.029	.280	3.997	.023
	Penciptaan nilai	.417	.091	.292	3.798	.027
a. Dependent Variable: Laba penjualan UMKM bunga papan						

Berdasarkan Tabel 12 diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel proaktif (X_1) = 6,407 dengan signifikansi sebesar 0,016.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel pengambilan risiko (X_2) = 4,010 dengan signifikansi sebesar 0,032.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel inovasi (X_3) = 4,679 dengan signifikansi sebesar 0,030.
4. Nilai t_{hitung} untuk variabel fokus pada peluang (X_4) = 3,816 dengan signifikansi sebesar 0,000
5. Nilai t_{hitung} untuk variabel peningkatan sumber daya (X_5) = 4,029 dengan signifikansi sebesar 0,020.
6. Nilai t_{hitung} untuk variabel intensitas pelanggan (X_6) = 3,997 dengan signifikansi sebesar 0,023.
7. Nilai t_{hitung} untuk variabel penciptaan nilai (X_7) = 3,798 dengan signifikansi sebesar 0,027.

Berdasarkan uraian di atas, berarti bahwa ada pengaruh secara parsial proaktif (X_1), pengambilan risiko (X_2), inovasi (X_3), fokus pada peluang (X_4), peningkatan sumber daya (X_5), intensitas pelanggan (X_6) dan penciptaan nilai (X_7), terhadap laba penjualan UMKM bunga papan (Y). Nilai t hitung tertinggi adalah variabel proaktif (X_1) = 6,407 dengan signifikansi sebesar 0,016. Hal ini menunjukkan bahwa proaktif merupakan nilai yang paling dominan mempengaruhi laba penjualan UMKM bunga papan. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 13. Uji F

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.897	7	9.779	6.106	.000 ^a
	Residual	150.543	50	1.602		
	Total	199.440	57			
a. Predictors: (Constant), Proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan, penciptaan nilai						
b. Dependent Variable: Laba penjualan UMKM bunga papan						

Berdasarkan Tabel 13 diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 6,106 > F_{tabel} = 2,1665$ dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa ada pengaruh proaktif, pengambilan risiko,

inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai terhadap laba penjualan UMKM bunga papan. Besarnya pengaruh antar variabel dapat diketahui dengan melihat angka koefisien korelasi (r), dari Tabel di bawah ini dapat diketahui bahwa nilai $r = 0,795$. Hasil ini berarti bahwa pengaruh variabel proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai terhadap laba penjualan UMKM bunga papan (Y) adalah positif dan kuat.

Tabel 14. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.163	1.26551
a. Predictors: (Constant), Proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan, penciptaan nilai				

Berdasarkan Tabel 12 diketahui nilai R^2 (koefisien determinasi) menunjukkan besarnya kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam sebuah model. Hasil perhitungan yang disajikan pada Tabel di atas menunjukkan nilai $R^2 = 0,632$. Hal ini berarti bahwa sebesar 63,2% laba penjualan UMKM bunga papan (Y) dipengaruhi variabel proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai (X). Sedangkan sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} = 6,106 > F_{tabel} = 2,1665$ dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa ada pengaruh proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai terhadap laba penjualan UMKM bunga papan. Kemudian nilai t_{hitung} untuk variabel proaktif (X_1) = 6,407 dengan signifikansi sebesar 0,016. Nilai t_{hitung} untuk variabel pengambilan risiko (X_2) = 4,010 dengan signifikansi sebesar 0,032. Nilai t_{hitung} untuk variabel inovasi (X_3) = 4,679 dengan signifikansi sebesar 0,030. Nilai t_{hitung} untuk variabel fokus pada peluang (X_4) = 3,816 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai t_{hitung} untuk variabel peningkatan sumber daya (X_5) = 4,029 dengan signifikansi sebesar 0,020. Nilai t_{hitung} untuk variabel intensitas pelanggan (X_6) = 3,997 dengan signifikansi sebesar 0,023. Nilai t_{hitung} untuk variabel penciptaan nilai (X_7) = 3,798 dengan signifikansi sebesar 0,027. Hasil penelitian juga menunjukkan nilai $R^2 = 0,632$ hal ini berarti bahwa sebesar 63,2% laba penjualan UMKM bunga papan (Y) dipengaruhi variabel proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai (X). Sedangkan sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Proactiveness merupakan dimensi *entrepreneurial marketing* yang berkaitan dengan kemampuan untuk memanfaatkan peluang dan merespon perubahan yang terjadi di pasar. Semakin besar kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan peluang dan merespon perubahan yang terjadi di pasar maka semakin dapat mendorong peningkatan kinerja bisnis seiring dengan respon yang lebih cepat terhadap perubahan lingkungan. *Risk-taking orientation* berhubungan dengan kesiapan perusahaan untuk mencari peluang yang memiliki kemungkinan realistis atas terjadinya kerugian atau perbedaan kinerja yang signifikan. Semakin besar kemampuan perusahaan untuk memperhitungkan potensi risiko atas tindakan yang diambil maka semakin mendorong peningkatan kinerja bisnis seiring dengan banyaknya risiko yang dapat diminimalkan perusahaan. Hacıoglu dkk. (2012) melakukan penelitian dalam konteks usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM) pada industri manufaktur di Turki dengan

menganalisis dampak Strategi kewirausahaan pada kinerja dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa inovasi sebagai salah satu dimensi strategi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hamali dkk. (2016) melakukan penelitian dengan meneliti pengaruh strategi kewirausahaan yaitu inovasi dan dampaknya pada kinerja pemasaran dalam konteks usaha pakaian jadi di Jawa Barat Indonesia dengan hasil yang menunjukkan bahwa strategi kewirausahaan berupa inovasi memiliki dampak pada kinerja usaha pakaian jadi di Jawa Barat. Mugambi dan Karugu (2017) melakukan penelitian yang fokus pada analisis pengaruh strategi kewirausahaan yaitu inovasi terhadap kinerja perusahaan dalam konteks perusahaan *real estate* dengan temuan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan *real estate* di Kenya.

Fokus peluang atau *opportunity-focused* diartikan sebagai terdapat posisi pasar yang tidak diperhatikan oleh perusahaan sebagai sumber potensi keuntungan yang berkelanjutan (Sadiku-Dushi *et al.*, 2019). Penelitian yang dilakukan Dushi dkk. (2019) yang melakukan penelitian dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan temuan bahwa terdapat hubungan positif antara fokus pada peluang terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara keseluruhan. Pemasar kewirausahaan dapat untuk mengungkit sumberdaya melalui banyak cara seperti menggunakan sumberdaya yang belum dimanfaatkan oleh pesaing, menggunakan sumberdaya dari pihak lain untuk menyelesaikan tujuan tertentu yang ingin dicapai, saling melengkapi sumberdaya dengan pesaing untuk meningkatkan nilai, menggunakan sumberdaya tertentu untuk menemukan sumberdaya lain, dan memperluas sumberdaya menjadi lebih banyak daripada yang digunakan pesaing di masa lalu (Morris *et al.*, 2002). Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam konteks industri manufaktur di Turki yang dilakukan oleh Hacıoglu dkk. (2012) yang menganalisis dampak strategi kewirausahaan yaitu intensitas pelanggan terhadap kinerja mendapatkan hasil temuan bahwa intensitas pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Dushi dkk. (2019) melakukan penelitian dengan temuan bahwa intensitas pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha kecil, mikro, dan menengah (UMKM). Penciptaan nilai atau *value creation* digambarkan sebagai tugas pemasar untuk menemukan sumberdaya yang belum digunakan dari nilai pelanggan dan menciptakan kombinasi eksklusif dari sumberdaya untuk menghasilkan nilai (Morris *et al.*, 2002). Semakin besar kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan sumberdaya yang belum digunakan dan mengkombinasikan sumberdaya yang dimiliki untuk menghasilkan produk yang lebih bernilai maka semakin mampu mendorong tercapainya kinerja bisnis yang lebih tinggi seiring dengan meningkatnya nilai pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Terdapat pengaruh proaktif terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel proaktif (X_1) = 6,407 dengan signifikansi sebesar 0,016.
2. Terdapat pengaruh pengambilan risiko terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel pengambilan risiko (X_2) = 4,010 dengan signifikansi sebesar 0,032.
3. Terdapat pengaruh inovasi terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel inovasi (X_3) = 4,679 dengan signifikansi sebesar 0,030.
4. Terdapat pengaruh fokus pada peluang terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel fokus pada peluang (X_4) = 3,816 dengan signifikansi sebesar 0,000.
5. Terdapat pengaruh peningkatan sumber daya terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel peningkatan sumber daya (X_5) = 4,029 dengan signifikansi sebesar 0,020.

6. Terdapat pengaruh intensitas pelanggan terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel intensitas pelanggan (X_6) = 3,997 dengan signifikansi sebesar 0,023.
7. Terdapat pengaruh penciptaan nilai terhadap laba penjualan UMKM bunga papan, karena nilai t_{hitung} untuk variabel penciptaan nilai (X_7) = 3,798 dengan signifikansi sebesar 0,027.
8. Terdapat pengaruh proaktif, pengambilan risiko, inovasi, fokus pada peluang, peningkatan sumber daya, intensitas pelanggan dan penciptaan nilai terhadap laba penjualan UMKM bunga papan karena nilai F_{hitung} = 6,106 dengan signifikansi sebesar 0,000.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian ini antara lain:

1. Untuk meningkatkan keputusan penggunaan papan bunga maka harus mengembangkan pemasaran. Yaitu dengan tahapan produk-produk baru dimulai dari gagasan atau konsep. Tahap pertama dalam mengembangkan produk baru mencakup membangkitkan dan menyaring konsep atau gagasan. Tahap kedua melakukan evaluasi yang lebih mendalam, perencanaan, dan pengembangan konsep produk yang lolos dari proses penyaringan konsep atau gagasan. Tahapan ketiga produk-produk diuji pasar di daerah tertentu untuk mencapai potensi penjualannya. Uji pasar ini didasarkan pada sampel kecil dari sebagian masyarakat konsumen potensial.
2. Kemudian tahapan membuat konsumen mengetahui produk tersebut dan mencoba membelinya. Sedangkan untuk strategi harga yaitu memperhatikan karakteristik konsumen, karakteristik perusahaan, karakteristik persaingan. Sementara untuk strategi promosi melalui promosi penjualan.
3. Untuk meningkatkan keputusan penggunaan terhadap papan bunga diharapkan untuk melakukan pemasaran dan promosi melalui internet dengan menampilkan jenis-jenis papan bunga, beserta gambar dan harganya agar konsumen mengetahui penampilan dari papan bunga yang disediakan UMKM bunga papan. Juga memberikan pilihan yang bervariasi yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2022. Kota Bandar Lampung Dalam Angka. Bandar Lampung. Lampung.
- Badan Pusat Statistik, 2022. Tentang : "Jasa". Jakarta. Indonesia.
- Bambang Utoyo. (2017). Geografi Membuka Cakrawala Dunia untuk Kelas XI Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah Program Ilmu Pengetahuan Sosial. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Baye, Michael R. 2016. "Managerial Economics and Business Strategy". ED. McGraw-Hill Companies, Inc. New York.
- Berger, A. N., Demirgüç-Kunt, A., Levine, R., & Haubrich, J. G. (2014). Bank concentration and competition: An evolution in the making. *Journal of Money, Credit and Banking*, 433-451.
- Bikker, J. A. (2014). Competition and efficiency in a unified European banking market. Books.
- Case, Karl E. dan C.Fair, Edisi Bahasa Indonesia, 2017. "Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro". Erlangga. Jakarta.
- Depperindag (Departemen Perindustrian dan Perdagangan) Tentang: "Industri Kecil". Disperindag dan UMKM Provinsi Lampung 2013.
- Dixon, W.J. dan F.J. Massey, Jr. 1997. "Pengantar Analisis Statistik". Cetakan ke-2. Diterjemahkan oleh: Sri Kustamini. dan Zanzawi S. Gajah Mada University Press. Yogyakarta
- Hasibuan, Nurimansjah. 1994. "Ekonomi Industri", LP3ES. Jakarta.



- Imansyah, Ladita P. 2017. Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Industri Air Minum Isi Ulang Di Bandar Lampung (Studi Kasus: Industri Air Minum Isi Ulang Kecamatan Kedaton). Jurnal Ilmiah. Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung (dipublikasikan).
- Indrawan, Fany. 2018. Pendugaan Struktur Pasar dan Kinerja Usaha Studi Kasus pada Industri Jasa Kebugaran di Provinsi Lampung. Skripsi. Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung (dipublikasikan).
- Kirana Jaya, Wihana. 2011. "Pengantar Ekonomi Industri : Pendekatan Struktur Prilaku dan Kinerja". BPFE. Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2017. "Ekonomika Industri Indonesia".ANDI. Yogyakarta.