Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page: 30038-30047

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kota Medan

[1]Tiara Apriani, [2] Rizky Putra, [3]Bagus Handoko
[123] fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan Medan
Corresponding Author: Name, Surname, e-mail: aprianitiara65@gmail.com
Rizkyputrase@gmail.com bagushandokosemm@gmail.com

Published: November, 2025

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sektor fashion yang berada di Kota Medan berkontribusi terhadap perekonomian daerah, tetapi sektor ini juga memiliki tantangan tersendiri, salah satunya menurunnya kinerja usaha yang dapat dilihat dari menurunnya jumlah pelanggan dan pertumbuhan laba yang tidak stabil. Penelitian ini ditulis untuk menganalisa pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Fashion di Kota Medan. Jumlah populasi dalam penelitian penulis berjumlah 108 UKM sector fashion di Kota Medan khususnya di Kecamatan Medan Johor, Medan Kota dan Medan Maimun. Penelitian juga memakai pendekatan teknik sampel jenuh, sehingga dapat menjadikan seluruh pupulasi sebagai sampel. Data penelitian dianlisis dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha. Demikian juga dengan variabel inovasi yang ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha. Pengujian simultan melihat bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi bersama-sama berkontribusi signifikan meningkatkan kinerja usaha fashion di Kota Medan..

Kata kunci : Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Kinerja Usaha

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi merupakan tanggung jawab bersama, bukan hanya milik pemerintah pusat, tetapi juga melibatkan pemerintah daerah dan partisipasi aktif masyarakat (Saragih, 2021). Salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah adalah usaha Kecil dan Menengah (UKM). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2023), sektor ini menyumbangkan sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia serta menjadi penyedia lapangan kerja bagi 97% tenaga kerja di tingkat nasional.

Salah satu sektor UKM yang tumbuh di Kota Medan adalah UKM yang bergerak di industri fashion. usaha di bidang fashion dikenal sebagai sektor yang terus berkembang karena pakaian merupakan kebutuhan dasar setiap individu. Menurut Kotler dan Keller (2022), industri fashion memiliki karakteristik yang khas karena selalu menyesuaikan diri dengan tren dan gaya hidup masyarakat. Meskipun memiliki pasar yang luas, banyak pelaku usaha fashion di Kota Medan menghadapi penurunan kinerja yang tercermin dari menurunnya jumlah konsumen, berkurangnya volume penjualan, serta tantangan dalam mempertahankan kelangsungan usaha mereka.

Hasil survei awal terhadap 30 pelaku UKM di sektor fashion di Kota Medan menunjukkan bahwa mayoritas mengalami penurunan jumlah pelanggan. Hal ini terjadi karena konsumen lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern seperti Medan Mall, Thamrin, Central, dan Sogo yang menawarkan kenyamanan berbelanja serta diskon harga yang menarik.

Kinerja mencerminkan hasil kerja yang memiliki korelasi erat dengan tercapainya sasaran strategis organisasi, tingkat kepuasan pelanggan, serta kontribusi terhadap perekonomian (Sinaga et al., 2020). Dalam konteks ini, kinerja usaha mencakup peningkatan penjualan, pertambahan jumlah pelanggan, tercapainya target penjualan, serta peningkatan laba. Kinerja UKM di Kota Medan masih tergolong belum optimal, terlihat dari masih adanya pelaku usaha yang tidak menunjukkan komitmen dalam mempertahankan bisnisnya. Meski demikian, selain banyak yang memilih berhenti, tidak sedikit UKM yang tetap berusaha bertahan di tengah tantangan.

Para pelaku UKM mengungkapkan bahwa bisnis yang mereka jalankan menghadapi berbagai kendala yang berdampak pada pertumbuhan penjualan dan laba. Selain itu, jumlah pelanggan yang fluktuatif juga menjadi tantangan, meskipun target penjualan terkadang tercapai, namun tidak sesuai dengan waktu yang diharapkan. Dugaan sementara, rendahnya kinerja UKM ini disebabkan oleh lemahnya karakter kewirausahaan serta kurang optimalnya kemampuan manajerial dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis yang terus berubah. Penurunan kinerja UKM dikhawatirkan akan berdampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Medan, mengingat peran penting UKM dalam mendukung perekonomian nasional. Oleh karena itu, keberhasilan pengelolaan usaha oleh para pemilik diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Kota Medan.

Kinerja usaha dipengaruhi oleh dua kelompok faktor utama, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup sumber daya manusia (SDM), kondisi keuangan, proses produksi, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Sementara itu, faktor eksternal mencakup berbagai elemen, seperti kebijakan pemerintah, kondisi sosio-budaya dan ekonomi, serta dukungan dari berbagai lembaga terkait (Siagian et al., 2019).

Faktor internal merupakan elemen-elemen dari dalam organisasi usaha yang mempengaruhi kelangsungan operasionalnya (Siagian et al., 2019). Dalam konteks UKM fashion di Kota Medan, faktor internal yang krusial mencakup karakter kewirausahaan, yakni kemampuan dalam berinovasi dan berkreasi menciptakan produk yang selaras dengan tren pasar. Kurangnya inovasi menyebabkan UKM kehilangan daya saing (Hisrich et al., 2020). Faktor lainnya adalah kemampuan manajerial, yang mencakup pengelolaan aspek keuangan, produksi, dan pemasaran secara efektif. UKM dengan kelemahan dalam manajemen cenderung kesulitan untuk bertahan. Faktor Sumber daya manusia (SDM) juga merupakan elemen yang sangat krusial, terutama keterampilan tenaga kerja dalam proses produksi dan pemasaran. SDM yang kurang kompeten dapat berdampak pada kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan.

Fenomena yang terjadi di Kota Medan menunjukkan bahwa banyak pelaku UKM fashion belum memiliki strategi manajerial yang efektif, kurang melakukan inovasi dalam desain produk, serta menghadapi kesulitan dalam pengelolaan sumber daya manusia. Kondisi ini secara langsung berdampak pada menurunnya kinerja usaha mereka.

Dari kondisi ini, terlihat bahwa persaingan dengan pusat perbelanjaan modern serta rendahnya daya beli masyarakat menjadi penyebab utama turunnya jumlah pelanggan dan penjualan UKM fashion di Kota Medan.

Tabel I.Pertumbuhan Subsektor Ekonomi Kreatif Tahun 2024

No	Kategori	Persentase
1	Kuliner	69.05
2	FAV (Film, Animasi, Video)	42.86
3	Fesyen	40.48
4	Aplikasi	33.33
5	Kriya	23.81
6	Game Developer	16.67
7	Musik	11.90
8	Fotografi	9.52
9	Seni Pertunjukan	7.14

Sumber : Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2025.

Dari data di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan Fesyen sebesar (40.48%) di Indonesia dan menduduki peringkat ketiga setelah kuliner (69.05%) dan FAV (Film, Animasi, Video) sebesar (42.86%). Akselerasi ertumbuhan ekonomi kreatif (ekraf) di masa mendatang dapat disokong melalui berbagai kebijakan pemerintah. Tiga prioritas kebijakan utama yang dilihat paling efektif adalah promosi dan pemasaran (60,98%), akses perlindungan kekayaan intelektual (53,66%), dan penguatan infrastruktur pendukung (48,78%). Selain itu, mayoritas pakar (75,62%) optimis bahwa adanya PP Nomor 24 tahun 2022 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif akan mempercepat pertumbuhan ekraf di masa mendatang.

Tabel 2.Hasil Pra-Survey Kinerja Usaha (Y)

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Baik		Tidak Baik		Sangat Tidak Baik	
			F	%	F	%	F	%
1	Pertumbuhan Penjualan	30	15	50.00	7	23.33	8	26.67
2	Pertumbuhan Tenaga Kerja	30	12	40.00	10	33.33	8	26.67
3	Pertumbuhan Pasar	30	9	30.00	9	30.00	12	40.00
4	Pertumbuhan Laba	30	8	26.67	9	30.00	13	43.33
5	Biaya Operasional	30	13	43.33	10	33.33	7	23.33

Sumber : data diolah, 2025.

Berdasarkan dari data Tabel I.2, melalui data pra-survey yang telah dilakukan kepada 30 orang pelaku usaha fashion di Kota Medan, diperoleh dari pernyataan pertumbuhan menyatakan baik sebanyak 15 orang (50%) dan tidak baik sebanyak 7 orang (23,33%) serta sangat tidak baik sebanyak 8 orang (26,67%). Terkait dengan pernyataan pertumbuhan tenaga kerja menyatakan baik sebanyak 12 orang (40%) dan tidak baik sebanyak 10 orang (33,33%) serta sangat tidak baik sebanyak 8 orang (26,67%). Selanjutnya pernyataan pertumbuhan pasar menyatakan baik sebanyak 9 orang (30%) dan tidak baik sebanyak 9 orang (30%) serta sangat tidak baik sebanyak 12 orang (40%). Pernyataan pertumbuhan laba menyatakan baik sebanyak 8 orang (26,67%) dan tidak baik sebanyak 9 orang (30%) serta sangat tidak baik sebanyak 13 orang (43,33%) serta pernyataan biaya operasi menyatakan baik sebanyak 13 orang (43,33%) dan tidak baik sebanyak 10 orang (33,33%) serta sangat tidak baik sebanyak 7 orang (23,33%). Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terdapat persepsi pada diri pegawai rasa kurang puas dalam bekerja. Gambaran tersebut menjadi justifikasi penting sehingga penelitian ini dilakukan.

Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai elemen kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan menciptakan daya saing usaha yang tinggi. Oleh karena itu, penerapan konsep ini menjadi penting karena berpotensi meningkatkan kinerja suatu usaha.

Wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung menciptakan inovasi baru dalam bentuk produk atau layanan yang berbeda dari yang sudah ada. Pelaku UKM dituntut untuk berani mengambil risiko dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Dengan pola pikir kewirausahaan, mereka dapat merespons perubahan secara tanggap dan berani. Sejumlah penelitian telah menunjukkan adanya hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM. Salah satunya, Feriyansyah (2023), menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Ul Huda (2020), yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja.

Agar UKM mampu bertahan dalam jangka panjang, salah satu pendekatan yang dapat diberikan adalah pemahaman mengenai orientasi kewirausahaan. Hal ini karena orientasi kewirausahaan diyakini mampu berkontribusi dalam meningkatkan performa bisnis secara keseluruhan.

Tabel 3 Hasil Pra-Survey Orientasi Kewirausahaan (X_1)

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Baik		Tidak Baik		Sangat Tidak Baik	
			F	%	F	%	F	%
1	Keinovatifan	30	10	33.33	7	23.33	13	43.33
2	Pengambilan resiko	30	9	30.00	7	23.33	14	46.67
3	Keaktifan	30	12	40.00	5	16.67	13	43.33
4	Keagresifan bersaing	30	8	26.67	9	30.00	13	43.33
5	Otonomi	30	12	40.00	5	16.67	13	43.33

Sumber : data diolah, 2025.

Berdasarkan dari tabel di atas melalui data pra-survey yang dilakukan kepada 30 orang pelaku usaha di bidang fashion, diperoleh dari pernyataan keinovatifan yang menyatakan baik sebanyak 10 orang (33,33%), tidak baik sebanyak 7 orang (23,33%) dan sangat tidak baik sebanyak 13 orang (43,33%). pengambilan risiko, yang menyatakan baik sebanyak 9 orang (30%), tidak baik sebanyak 7 orang (23,33%) dan sangat tidak baik sebanyak 14 orang (46,67%). Keaktifan, yang menyatakan baik sebanyak 12 orang (40%), tidak baik sebanyak 5 orang (16,67%) dan sangat tidak baik sebanyak 13 orang (43,33%). Keagresifan bersaing, yang menyatakan baik sebanyak 8 orang (26,67%), tidak baik sebanyak 9 orang (30,00%) dan sangat tidak baik sebanyak 13 orang (43,33%). Keagresifan bersaing, yang menyatakan baik sebanyak 12 orang (40%), tidak baik sebanyak 5 orang (16,67%) dan sangat tidak baik sebanyak 13 orang (43,33%).

Berbagai hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang beragam dan tidak konsisten. Studi yang dilakukan oleh Ramadhan (2024), daniella dan Utama (2023), serta Purba dan Warganegara (2023) menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Sebaliknya, penelitian oleh Nurkamila (2023), Dewi (2022), dan Soliha (2021) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha.

Penelitian oleh daniella dan Utama (2023), Chow dan Utama (2023), serta Auliana (2023) menunjukkan bahwa inovasi memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha. Namun, hasil berbeda ditemukan dalam studi oleh Nurkamila (2023) dan Ul Huda (2020), yang menyatakan bahwa inovasi tidak memberikan dampak signifikan terhadap kinerja usaha.

Hasil-hasil dari penelitin sebelumnya terkait beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian menunjukkan variasi dan tidak konsisten (inkonsistensi) mengindikasikan adanya research gap yang harus diatasi dan memerlukan kajian yang lebih mendalam. Untuk mengisi kekosongan tersebut dan mendapatkan hasil temuan yang terbarukan, peneliti tertarik untuk mengkaji kembali lebih dalam isu ini dalam sektor *fashion*. Dilihat dari permasalahan di lapangan dan inkonsistensi literatur tersebut, penulis memutuskan untuk melaksanakan penelitian ini dengan judul : "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha fashion di Kota Medan" Mengacu pada rumusian masailah di atas, maka tujuan penelitian ini adailah: 1. Untuk meingetahui aipakah orieintasi kewirausiahaan berpeingaruh terihadap kinerija usiaha fashiion di Kota Median. 2. Untuk meingetahui aipakah inovasi berpeingaruh terihadap kinerija usiaha fashiion di Kota Median. 3. Untuk meingetahui aipakah orieintasi kewirausiahaan dian inovasi berpeingaruh terihadap kinerija usaha fashiion di Kota Median.

.

METODE

Jenis penelitian yaing digunakan pada penelitian ini adailah penelitian asosiatif yaing bersifat kausial (causial research). Jenis penelitian tersebut digunakan untuk meinganalisa data deingan cara menjelaskan dian menjabarkan serta meinggambarkan data yaing telah dihimpun. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif yaing bersifat kausial (menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih) dian hubungan yaing bersifat sebab akibat, terdaipat variabel independen dian dependen.

A. ***Lokasi dan Waktu Penelitian***

Penelitian ini dilakukan pada pelaku UKM bidiang fashiion yaing ada di Kecamatan Medan Johor, Medan Kota dan Medan Maimon. Dailam hal ini penelitian ini dilakukan pada periode bulan Juni-Agustus 2025.

Populasi dailam penelitian ini adailah UKM sektor fashiion yaing berada di Kecamatan Medan Johor, Medan Kota dan Medan Maimon yaing berijumlah 108 UKM.

Metode penentuan yaing digunakan dailam penelitian ini adailah metode sample jenuh. Metode sampel jenuh adailah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel sebanyak 108 UKM.

Adapun kriteria responden yaing dijadikan sampel dailam penelitian ini adailah:

1. Berdomisili di Kota Median, khususnya di wilayah Kecamatan Medan Johor, Medan Kota dan Medan Maimon
2. Telah menjailankan usiaha minimal selama tiga tahun terakhir di Kota Median, teirutama di Kecamatan Medan Johor, Medan Kota dan Medan Maimon.
3. Omzet penjuailan minimal di atas Rp. 5.000.000/bulan.

B. ***Teknik Pengumpulan Data Penelitian***

Teknik yaing digunakan dailam peingumpulan data meinggunakan teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner meirupakan teknik peingumpulan data yaing dilakukan deingan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yaing dilakukan deingan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

C. ***Teknik Analisis Data Penelitian***

Teknik analisa data yaing digunakan iailah teknik analisis regresi linier berganda. Selain itu ada pula dilakukan peingujian seperti uji kualitas data, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, uji heteroskedisitas), dian uji hipotesis.

1. Uji Kualitas Data
2. Uji Asumsi Klasik
3. Regresi Linier Berganda
4. Uji Hipotesis

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Asumsi Klasik

1. Pengujian Normalitas Data

Salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat uji *Kolmogorov Smirnov* yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel IV.1 Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.25150496
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.059
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. *Test distribution is* Normal.

b. *Calculated from* data.

c. *Lilliefors Significance Correction.*

Sumber : data diolah, 2025

2. Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*) atau tidak. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Adanya multikolinearitas dapat diketahui jika nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10. Tabel IV.14 berikut menunjukkan hasil uji multikolinearitas.

Tabel IV.2Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	*Collinearity Statistics*	
	Tolerance	VIF
(*Constant*)		
Orientasi kewirausahaan	.726	1.377
Inovasi	.726	1.377

Sumber : data diolah, 2025.

Pada Tabel IV.14, hasil uji multikolinearitas di atas, hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X_1) memiliki nilai 0,726, dan variabel inovasi (X_2) memiliki nilai 0,726, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (X_1) memiliki nilai 1,377 dan variabel inovasi (X_2) memiliki nilai 1,377. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

B. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh variabel independen atau variabel bebas peneliti melakukan pengujian F terhadap variabel terkait. Dalam uji ini dapat dilihat pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha.

Tabel IV.3 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model	*Sum of Squares*	df	*Mean Square*	F	Sig.
Regression	1513.084	2	756.542	26.920	.000[b]
Residual	2950.879	105	28.104		
Total	4463.963	107			

a. *Dependent Variable*: Kinerja Usaha

b. *Predictors*: (*Constant*), Inovasi, Orientasi Kewirausahaan

Sumber : data diolah, 2025.

Dari hasil uji F di atas, dapat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (26,920 > 2,689) atau sig F < 5 % (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Hipotesis keempat yang diajukan dapat diterima.

2. Uji t

Dalam *coefisients* ini dapat dilihat pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja usaha secara parsial.

Tabel IV.4. Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,120	3.170		4.865	.000
	Orientasi Kewirausahaan	.213	.068	.290	3.110	.002
	Inovasi	.446	.111	.376	4.038	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber : Data diolah, 2025.

Dari nilai t_{tabel} dengan derajat bebas df = (n-k-1) (108-2-1 = 105) dan taraf nyata 5% adalah adalah 1,983. Nilai t-hitung untuk X_1 < t-tabel (3,110 > 1,983) dan nilai Sig. (0,002 < 0,05), maka orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Nilai t-hitung untuk X_2 > t-tabel (4,038 > 1,983) dan nilai Sig. (0,000 < 0,05), maka inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

3. Uji Determinasi

Tabel IV.5 Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R *Square*	*Adjusted* R *Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.582[a]	.339	.326	5.30128

a. *Predictors*: (*Constant*), Inovasi, Orientasi kewirausahaan

b. *Dependent Variable*: Kinerja Usaha

Sumber : Data diolah, 2025.

Dari tabel di atas, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,339. Hal ini ini menunjukkan bahwa variabel kinerja usaha (Y) dipengaruhi oleh variabel X_1 (orientasi kewirausahaan) dan X_3 (inovasi) sebesar 33,9% dan sisanya sebesar 66,1% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Orientasi kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha fashion di Kota Medan. Nilai t-hitung sebesar 3,110 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,983, serta nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05, menegaskan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif diterima.

Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Lumpkin & Dess (2016) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan dan kinerja usaha. Orientasi kewirausahaan memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan strategi yang adaptif, mengembangkan produk baru, serta menangkap peluang pasar yang berdampak pada peningkatan daya saing usaha.

Lebih lanjut, teori resource-based view (Barney, 2017) juga memperkuat hasil penelitian ini. Orientasi kewirausahaan dapat dipandang sebagai intangible resource yang menjadi keunggulan kompetitif sulit ditiru oleh pesaing. Pelaku usaha yang memiliki mentalitas kewirausahaan cenderung lebih tangguh dalam menghadapi ketidakpastian dan mampu mengonversi peluang pasar menjadi keunggulan bisnis yang berkelanjutan.

Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha fashion seperti keberanian mengambil risiko, inovasi, dan proaktif dalam menghadapi persaingan maka semakin baik pula kinerja usaha yang dicapai. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika pasar, sehingga berkontribusi terhadap keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

2. Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Usaha

Hal ini menunjukkan bahwa inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha fashion di Kota Medan. Nilai t-hitung sebesar 4,038 yang lebih besar dari t-tabel 1,983 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak terjadi secara kebetulan dan secara statistik signifikan.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan pandangan Schumpeter (2014) yang menyatakan bahwa inovasi adalah "mesin penggerak" utama dalam pertumbuhan ekonomi dan keberhasilan usaha. Inovasi tidak hanya sebatas penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup inovasi proses, strategi pemasaran, serta model bisnis. Dalam konteks usaha fashion, inovasi dapat berupa penciptaan desain pakaian yang unik, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi, hingga inovasi dalam strategi distribusi produk

Dengan demikian, semakin tinggi tingkat inovasi yang diterapkan oleh pelaku usaha baik dalam hal desain produk, strategi pemasaran, proses produksi, maupun penggunaan teknologi maka akan

semakin meningkat pula kinerja usahanya. Inovasi memungkinkan pelaku usaha untuk menciptakan nilai tambah, membedakan produknya dari pesaing, serta lebih responsif terhadap perubahan tren dan kebutuhan konsumen, terutama dalam industri fashion yang sangat dinamis.

3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha

Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, orientasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha fashion di Kota Medan. Nilai F-hitung sebesar 26,920 yang lebih besar dari F-tabel sebesar 2,459, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini valid dan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap variabel dependen, yaitu kinerja usaha.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan pandangan Schumpeter (2014) yang menekankan bahwa kewirausahaan dan inovasi merupakan dua pilar utama dalam mendorong dinamika ekonomi dan pertumbuhan usaha. Orientasi kewirausahaan mendorong pelaku usaha untuk selalu mencari peluang baru, mengambil risiko, dan bersikap proaktif, sementara inovasi memungkinkan penciptaan produk, proses, maupun strategi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Kombinasi keduanya menjadikan usaha lebih adaptif dan kompetitif

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan yang dikemukakan di atas, berikut ini dapat disampaikan beberapa kesimpulan yaitu:

1. 1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha fashion di Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha seperti keberanian mengambil risiko, inovasi, dan sikap proaktif maka semakin baik pula kinerja usaha yang dicapai.
2. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha fashion di Kota Medan. Pelaku usaha yang mampu menerapkan inovasi dalam produk, proses produksi, maupun strategi pemasaran, cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik dalam menghadapi persaingan dan perubahan pasar.
3. Orientasi kewirausahaan dan inovasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha fashion di Kota Medan. Hal ini membuktikan bahwa kombinasi dari keduanya menjadi faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan usaha fashion dalam meningkatkan daya saing dan pencapaian target bisnis.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih kepada usaha fashion di Kota Medan yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta seluruh karyawan yang telah bersedia menjadi responden. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing dan pengajar di Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Harapan Medan atas bimbingan dan masukan yang sangat berharga selama proses penelitian. Terakhir, ucapan terima kasih kepada keluarga dan teman-teman atas dukungan dan semangat yang diberikan selama penyelesaian penelitian ini.

REFERENSI

Aditi, Bunga. (2018). Entrepreneurship & Startup Entrepreneur Yang Unggul. Perdana Medika, Lubuk Pakam

Anderson, Juven dan Nur Hidayah. (2023). Pengaruh Kreativitas Produk, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja UKM. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 05, No. 01, Januari

Anggraini, D. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Pembelajaran, dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Orientasi Kewirausahaan Pada UKM Sektor Makanan di Desa Kolam.

Jurnal Ekonomi Bisnis Digital, Vol. 5, No. 3.

Auliana, Naina. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Pada Pemilik UKM Bidang Konveksi di Kota Samarinda. Vol 11 No 1

Chow, Vincent dan Utama, Louis. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Kain Ulos. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 05, No. 02, April 2023 : hlm 519 – 528

Dewi, Rizza Umami. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Dan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Kompetitif Pada Pedagang Pakaian Di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. Jurnal Studi Manajemen Bisnis (JSMB). Vol. 2 No. 2 Juli 2

Feriyansyah, A. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Usaha Makanan Ringan di Kota Pagar Alam). Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 11 No.(1)

Fiona, Febzi. (2020). Orientasi Kewirausahaan Dan Kebijakan Pemerintah Mempengaruhi Pemasaran Digital Pada Kineja UMKM Di Indonesia . CV. Media Sains Indonesia, Bandung.

Indawati, Arin dan Harti. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Pada Home Industri Kerupuk di Desa Kedungrejo Sidoarjo. Journal of Economics and Business, Vol. 6 No. (2), September.

Indriani, E. (2020). Model Strategi Penguatan Daya Saing Industri Kreatif Pariwisata Bernilai Kearifan Lokal. Pendidikan Deepublish, Surakarta.

Iskandar, Y., Zulbainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Vol. 4(1).

Jannah, Miftakhul. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. Eco-Entrepreneurship, Vol 5 No 1 Juni 2019

Oktavinus, O., Zaid, S., & Yusuf, H. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut Di Wakatobi. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), Vol. 5 No. (2), 211–227.

Prasetyani, D. (2020). Kewirausahaan Islami. Surakarta: CV. Djiwa Amarta

Primadhita, Yuridistya dan Eka Avianti Ayuningtyas dan Anggraita Primatami. (2020). Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis dalam Peningkatan Kinerja Wirausaha Perempuan di Bogor. Bogor: Ahlimedia Book.

Purba, Clara Samantha dan Warganegara, Tri Lestira Putri. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Fashion Di Kota Bandar Lampung. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Jambura: Vol 6. No 1. Mei

Purwanto, H., & Trihudiyatmanto, M. (2018). Pengaruh Intensi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening pada Sentra UMKM Carica di Wonosobo. Journal of Economic, Management, Accounting and Technology, 1(1), 42–52

Sugiyono. (2019) Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta

Sukmadi. (2016). Inovasi & Kewirausahaan Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Grup

Susilowati, H. (2021). Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital. Eureka Media Aksara, Semarang

Sutirna, H. (2018). Inovasi dan Teknologi Pembelajaran. Yogyakarta: Deepublish.

Ul Huda, Isra. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah Dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing (Studi Pada UKM Di Banjarmasi. Jurnal Mitra Manajemen. Vol 4 No 3 Edisi Maret

Wahyuni, Ni Made. (2019). The Effect Of Entrepreneurial Orientation Variables On Business Performance In The SME Industry Context Journal of Workplace Learning Vol. 32 No. 1, 2020 pp. 35-62 DOI 10.1108/JWL-03-2019-0033

Yaskun, Mohammad. (2023). The Effect Of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Innovation And Competitive Advantage On Business Performance of Indonesian MSMES. Journal of Profess. Bus. Review. | Miami, v. 8 | n. 4 | p. 01-21