

Kinerja Bisnis UMKM: Peran Adaptasi Bisnis Dalam Memediasi Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk

Meitiana¹, Vivy Kristinae², Novan³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya,
Email: Meitiana@feb.upr.ac.id

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Adaptasi Bisnis dalam Memediasi Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Adaptasi Bisnis, 2) Inovasi Produk berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Adaptasi Bisnis, 3) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis, 4) Inovasi Produk berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Bisnis, 5) Adaptasi Bisnis berpengaruh Negatif dan Signifikan terhadap Kinerja Bisnis, 6) Adaptasi Bisnis Berperan Negatif dan Signifikan dalam memediasi Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis, 7) Adaptasi Bisnis berperan Negatif dan Signifikan dalam memediasi Inovasi Produk dan Kinerja Bisnis. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian untuk menguji faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya, seperti faktor internal perusahaan, faktor eksternal, dan faktor lingkungan bisnis.

Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Adaptasi Bisnis, Kinerja Bisnis, dan UMKM

ABSTRACT: This study aims to determine the Role of Business Adaptation in Mediating the Effect of Entrepreneurial Orientation and Product Innovation on the Business Performance of MSMEs in Palangka Raya. This research uses explanatory research with a quantitative approach. The sample in this study consists of 100 respondents. The analysis technique used is Partial Least Square (PLS). The results of the study indicate that: 1) Entrepreneurial Orientation has a positive and significant effect on Business Adaptation, 2) Product Innovation has a positive and significant effect on Business Adaptation, 3) Entrepreneurial Orientation has a positive and significant effect on Business Performance, 4) Product Innovation has a positive and significant effect on Business Performance, 5) Business Adaptation has a negative and significant effect on Business Performance, 6) Business Adaptation plays a negative and significant role in mediating the relationship between Entrepreneurial Orientation and Business Performance, and 7) Business Adaptation plays a negative and significant role in mediating the relationship between Product Innovation and Business Performance. It is recommended for future research to examine other factors influencing the business performance of MSMEs in Palangka Raya, such as internal company factors, external factors, and business environment factors.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Product Innovation, Business Adaptation, Business Performance, and UMKM

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Palangkaraya mencerminkan tren nasional di Indonesia yang menempatkan sektor ini sebagai salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan. UMKM di Palangka Raya terlibat dalam beragam sektor, seperti perdagangan, jasa, pertanian, dan manufaktur. Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) daerah, tetapi juga berperan dalam menciptakan peluang pekerjaan bagi penduduk lokal. Terutama UMKM dalam bidang makanan kecil. Melihat perkembangan jumlah UMKM yang ada, tidak dipungkiri memang banyak UMKM yang berdiri, namun disatu sisi juga banyak yang memiliki persoalan sehingga menuntut usaha itu ditutup. Persoalan yang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut diantaranya masalah permodalan, manajemen, pemasaran dan sulit menghasilkan produk yang berkualitas, sehingga mempengaruhi keberlanjutan usaha yang dijalankan. Ditambahkan juga oleh Wibisono et al., (2018), para UMKM memiliki permasalahan yang cukup kompleks, sehingga dapat mempengaruhi kinerja UMKM yaitu antara lain; kurang pengetahuan tentang pasar, daya tawar yang lemah, minimnya modal, dan rendahnya teknologi. Penyebab lemahnya kinerja dan produktivitas UMKM diduga kuat karena lemahnya karakter kewirausahaan serta belum optimalnya peran manajerial dalam mengelola usaha pada lingkungan bisnis yang cepat berubah seperti saat ini (Feriarysyah & Febriansyah, 2023).

Untuk keluar dari masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha mikro kecil, para pelaku UMKM harus mendesain, memasang dan mengoperasikan sistem perumusan strategi, sistem perencanaan strategik dan sistem penyusunan program untuk memotivasi seluruh personel perusahaan dalam mencari dan merumuskan langkah-langkah strategik

untuk membangun masa depan perusahaan mereka (Ranto, 2016).

Orientasi kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan disebut-sebut sebagai spearhead (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko (Jannah et al., 2019). Orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu selalu inovatif, bertindak secara proaktif dan berani mengambil risiko. Selain itu, dijelaskan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan.

Selain orientasi kewirausahaan terdapat Inovasi produk yang merupakan konsep yang penting dalam konteks UMKM makanan kecil di Palangka Raya, karena dapat menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Inovasi produk mencakup pengembangan produk baru atau perubahan signifikan pada produk yang sudah ada. UMKM makanan kecil yang mampu mengidentifikasi peluang untuk menciptakan produk baru yang unik atau meningkatkan produk yang sudah ada, memiliki potensi untuk mendapatkan perhatian pasar yang lebih besar. UMKM yang secara teratur meluncurkan produk baru cenderung memiliki pertumbuhan pendapatan yang lebih tinggi (Haefner et al., 2021). Inovasi produk juga dapat melibatkan

penggunaan bahan baku baru atau bahan baku berkualitas tinggi. UMKM makanan kecil yang dapat menemukan sumber bahan baku yang lebih baik atau lebih unik dapat menciptakan produk yang lebih menarik bagi pelanggan. Penelitian terbaru menyoroti pentingnya kerjasama dengan pemasok bahan baku yang handal dan berkualitas tinggi dalam mendukung inovasi produk, peningkatan kinerja pemasaran dapat didorong melalui orientasi kewirausahaan dan inovasi produk (Silalahi & Simanjuntak, 2021).

Menurut Dewantara et al., (2024) inovasi produk merupakan perspektif penting dalam memperluas keseriusan bisnis di berbagai bidang, termasuk industri makanan dan minuman. Sehingga dalam hal ini, dalam mendorong pertumbuhan perekonomian inovasi menjadi rasangan dalam menciptakan produk dan layanan. baru karena mempermudah dan membantu perusahaan untuk menambahkan keunggulan. kompetitif bagi perusahaan dalam menciptakan produk. Selain itu, Peran inovasi produk dalam meningkatkan daya saing bisnis, terutama dalam industri makanan dan minuman, sangat penting. Inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk menghadirkan produk-produk baru atau diperbaharui yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga memperluas pangsa. pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Untuk mengoptimalkan manfaat dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk, UMKM juga perlu memiliki kemampuan adaptasi bisnis yang baik. Adaptasi bisnis merujuk pada kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan dalam lingkungan bisnisnya (Engel, 2014). Kemampuan adaptasi bisnis mencakup identifikasi peluang dan ancaman baru serta respons yang cepat dan efektif terhadap perubahan tersebut (Girod & Whittington, 2015). Adaptasi bisnis adalah konsep kunci yang memiliki implikasi penting dalam konteks UMKM makanan kecil di Palangka Raya,

terutama dalam memahami bagaimana UMKM dapat memediasi hubungan antara orientasi pasar, inovasi produk, dan kinerja bisnis. UMKM makanan kecil yang berhasil dalam adaptasi bisnis memiliki fleksibilitas strategis untuk mengidentifikasi perubahan pasar dan meresponsnya dengan cepat.

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana UMKM di Palangka Raya dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka melalui adaptasi bisnis yang cerdas, orientasi pasar yang kuat, dan inovasi produk yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pemangku kebijakan dan praktisi bisnis dalam pengembangan strategi dan dukungan yang lebih baik untuk pertumbuhan dan perkembangan UMKM di wilayah ini. Dalam hal ini, penelitian akan fokus pada UMKM yang beroperasi dalam sektor makanan kecil di Palangka Raya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatory research* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017). Data primer dikumpulkan untuk penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan UMKM Makanan Kecil yang ada di Jalan Yos Sudarso, Kelurahan Palangka, Kecamatan Jekan Raya, Palangka Raya Kalimantan Tengah. Pendekatan *Smart Partial Least Squares (PLS)* digunakan untuk analisis data. PLS adalah metode bebas distribusi yang tidak mengasumsikan tipe distribusi data tertentu, memungkinkan dimasukkannya berbagai tipe data seperti nominal, kategorikal, ordinal, interval, dan rasio. Pemanfaatan PLS dalam penelitian ini bertujuan untuk membuat prediksi

dengan membangun dan memprediksi hubungan antar konstruk (Monferrer et al., 2019). Lebih lanjut, PLS membantu peneliti dalam memperoleh nilai variabel laten untuk mendukung analisis prediktif dalam penelitiannya.

Waktu dan Tempat

Waktu Penelitian dilakukan selama kurun dua bulan yaitu dari bulan Februari hingga Maret 2024. Penelitian ini diambil dari UMKM makanan kecil yang berada di Jalan Yos Sudarso, Kelurahan Palangka, Kecamatan Jekan Raya, Palangka Raya Kalimantan Tengah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan Kuesioner (angket). Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dilakukan secara sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian. Tanya jawab 'sepihak' berarti bahwa pengumpul data yang aktif bertanya, sementara pihak yang ditanya aktif memberikan jawaban atau tanggapan.

Metode observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dan gejala-gejalanya untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam kaitannya dengan penelitian ini penulis langsung terjun ke lapangan menjadi partisipan (observer partisipatif) untuk menemukan dan mendapatkan data yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis responden untuk dijawabnya. Instrumen dalam penelitian ini disusun dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan adalah skala likert genap dengan 5 (lima) tingkat yaitu: 5 (sangat setuju), 4 (setuju), 3

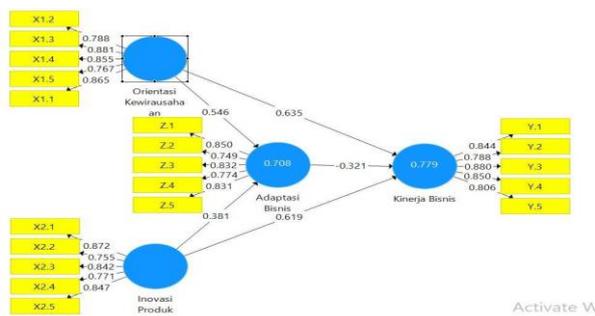
(Netral), 2 (tidak setuju), dan 1 (Sangat tidak setuju).

Analisis Data

Pengelolaan data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) merupakan analisis persamaan *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan suatu metode yang digunakan untuk menutup kelemahan yang terdapat metode regresi. *Partial Least Square* merupakan metode analisis yang *powerfull* yang mana dalam metode ini tidak didasarkan pada banyaknya asumsi (Khan et al., 2019). Pendekatan *Partial Least Square* (PLS) adalah *distribution free* (tidak mengasumsikan data tertentu, dapat berupa nominal, kategori, ordinal, interval dan rasio). Tujuan dari penggunaan *Partial Least Square* (PLS) yaitu untuk melakukan prediksi, yang mana dalam melakukan prediksi tersebut adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, selain itu untuk membantu peneliti dalam penelitiannya untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pemrediksian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata jumlah responden yang menjawab kuesioner berdasarkan jenis kelamin yaitu konsumen perempuan yang menjawab kuesioner sebanyak 54 orang atau 54% dan konsumen laki-laki sebanyak 46 orang atau 46%. Model pengukuran yang menggambarkan hubungan antara blok indikator dan variabel latennya. Analisis outer model dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan layak digunakan sebagai pengukuran (valid dan reliabel). Model pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan tabulasi data kuesioner menghasilkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Model Hasil Penelitian PLS Algoritm
 Sumber : Data Olahan, 2024

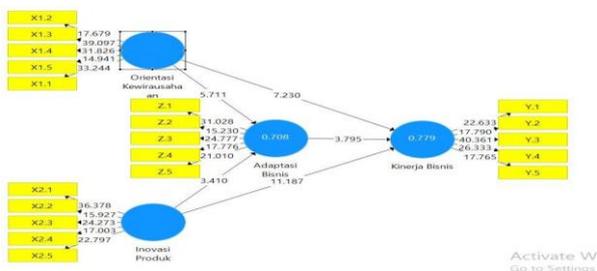
Suatu indikator dikatakan cukup valid jika mempunyai nilai outer loading sebesar 0,7. Setiap indikator yang digunakan valid karena nilai dari outer loading > 0,7. Selain itu, menurut Edeh et al., (2023) validitas convergent memiliki hubungan prinsip, jika pengukur-pengukur (manifest variable) dari suatu konstruk harus memiliki korelasi tinggi. Dapat di artikan bahwa setiap variabel dengan indikator mempunyai korelasi yang tinggi.

Tabel 1. R-Square

Kode item	Nilai R-Square		Kesimpulan
	R-Square	R-square adjusted	
BA	0.708	0,702	Model kuat
BP	0,779	0,772	Model kuat

Sumber : Data Olahan, 2024

Menurut Ghozali (2021:73), *r-square* digunakan untuk menjelaskan endogen apakah mempunyai pengaruh yang substantive pada pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten, dengan kesimpulan nilai *r-square* 0.75, 0.5 dan 0.25 bahwa model kuat, moderate dan lemah. Berikut temuan hasil *r-square* pada penelitian instrumen.



Gambar 2. Output Model Struktural
 Sumber : Data Olahan, 2024

Dalam SEM PLS, Path Coefficient digunakan dalam acuan penentuan diterima atau ditolaknya suatu hipotesis. Untuk menentukan nilai signifikansi melalui T-Statistics dan P value, jika T-Statistic > 1.96 dan P value bernilai < 0.05 hipotesis dapat diterima (Hair et al., 2011).

Tabel 2. Pengujian Signifikansi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Orientasi Kewirausahaan -> Adaptasi Bisnis	0,546	0,538	0,094	5,828	0,000
Inovasi Produk -> Adaptasi Bisnis	0,381	0,390	0,109	3,503	0,001
Orientasi Kewirausahaan -> Kinerja Bisnis	0,635	0,646	0,083	7,697	0,000
Inovasi Produk -> Kinerja Bisnis	0,619	0,623	0,053	11,592	0,000
Adaptasi Bisnis -> Kinerja Bisnis	-0,321	-0,336	0,080	3,997	0,000
Orientasi Kewirausahaan -> Adaptasi Bisnis -> Kinerja Bisnis	-0,175	-0,180	0,052	3,351	0,001
Inovasi Produk -> Adaptasi Bisnis -> Kinerja Bisnis	-0,123	-0,132	0,051	2,388	0,017

Sumber : Data Olahan, 2024

Hasil temuan menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap Adaptasi bisnis UMKM di Palangka Raya. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai T-Statistics 5,828 > 1.96 dan P value 0,000 < 0.05, serta original sample bernilai positif dan signifikan. Anjaningrum (2021) menekankan pentingnya orientasi kewirausahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Mereka menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi lebih cenderung untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru. Perusahaan yang lebih berorientasi kewirausahaan cenderung lebih adaptif dalam mengubah produk, layanan, dan strategi mereka sesuai dengan perubahan pasar. Orientasi kewirausahaan yang kuat dapat membantu perusahaan menjadi lebih responsif dan fleksibel terhadap pelanggan dan pesaing.

Hasil temuan berikutnya menunjukkan bahwa Inovasi Produk Berpengaruh Positif Terhadap Adaptasi bisnis UMKM di Palangka Raya. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai

T-Statistics 3,503 > 1.96 dan *P value* 0,001 < 0.05, serta *original sample* bernilai positif dan signifikan. Menurut Dewantara et al., (2024) inovasi produk memiliki hubungan yang erat dengan adaptasi bisnis. Inovasi produk merupakan adaptasi dan pengembangan produk yang ada dengan tujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Kemampuan untuk menghasilkan inovasi produk yang lebih baik dapat membantu bisnis tetap relevan dalam lingkungan yang terus berkembang. Selain itu, inovasi produk juga merupakan salah satu bentuk *adaptive innovation*, yang memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang berubah dengan cepat. *Adaptive design* dalam pengembangan produk juga memungkinkan bisnis untuk menciptakan produk yang responsif terhadap perubahan lingkungan, teknologi, dan preferensi pengguna, sehingga tetap bersaing di pasar. Hal tersebut tercermin pada nilai frekuensi mean tertinggi pada variabel *Product Innovation* dengan item berkode diikuti dengan pernyataan kuesioner “Adanya Rasa Kepuasan Berasal Dari Produk Baru Yang Tawarkan”.

Pada hasil temuan selanjutnya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai *T-Statistics* 7,697 > 1.96 dan *P value* 0,000 < 0.05, serta *original sample* bernilai positif dan signifikan. Temuan ini konsisten dengan penelitian (Jannah et al., 2019) yang menunjukkan bahwa “Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha”. *Orientasi kewirausahaan* membantu perusahaan memahami pelanggan dan pasar dengan lebih baik, meningkatkan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, dan merespons kebutuhan pelanggan. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang baik lebih mungkin mengembangkan produk dan inovasi yang memenuhi kebutuhan pelanggan, yang dapat meningkatkan daya

saing mereka. Pengukuran kinerja yang lebih baik membantu perusahaan menilai pencapaian tujuan bisnis mereka (Marfuin, 2021). Selanjutnya usaha mikro kecil yang berorientasi kewirausahaan tersebut akan memicu peningkatan kinerja melalui kepuasan pelanggan, pembelian ulang (repurchase), pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan dan pertumbuhan jumlah tenaga kerja (Layoo & Rahman, 2019).

Hasil temuan juga menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif Terhadap kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai *T-Statistics* 11,592 > 1.96 dan *P value* 0,000 < 0.05, serta *original sample* bernilai positif dan signifikan. Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian (Cahyani et al., 2021) yang menunjukkan bahwa “Orientasi kewirausahaan dan Inovasi Produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM”. Kemampuan inovasi produk dalam perusahaan yang nantinya dapat memberikan kontribusi pada penciptaan produk oleh perusahaan. Dengan adanya penciptaan produk yang memiliki inovasi akan mempengaruhi kinerja perusahaan, baik dari penjualan maupun pendapatan yang diperoleh perusahaan tersebut. Hal ini dapat diartikan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap firm performance.

Hasil temuan menunjukkan bahwa adaptasi bisnis berpengaruh negatif Terhadap kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai *T- Statistics* 3,997 > 1.96 dan *P value* 0,000 < 0.05, serta *original sample* bernilai negatif dan signifikan. Kristinawati & Tjakraatmadja (2018) menemukan bahwa kemampuan adaptasi bisnis (dikenal sebagai "*dynamic capabilities*") berkontribusi signifikan terhadap kinerja bisnis. Kemampuan organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, merespons peluang dan ancaman dengan cepat, serta menciptakan inovasi, semuanya berkontribusi terhadap kesuksesan bisnis dalam

jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, adaptasi menjadi kunci untuk meningkatkan kinerja. Ketika perusahaan dapat beradaptasi dengan baik terhadap perubahan lingkungan bisnis, mereka cenderung mencapai pertumbuhan pendapatan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional, dan mempertahankan keunggulan kompetitif.

Adaptasi bisnis dapat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja bisnis karena keterbatasan sumber daya dan kemampuan UMKM untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, teknologi, dan regulasi. Biaya adaptasi yang tinggi, gangguan dalam operasi, ketidakpastian, resistensi internal, serta keterlambatan dalam manfaat bisa menjadi faktor-faktor utama yang menyebabkan penurunan kinerja perusahaan. Meskipun adaptasi bisnis diperlukan untuk meningkatkan daya saing, UMKM mungkin menghadapi tantangan unik dalam mengelola perubahan tersebut, yang dapat mengurangi kinerja mereka dalam jangka pendek. Hal tersebut tercermin pada nilai frekuensi mean tertinggi pada variabel Adaptasi bisnis dengan pernyataan kuesioner: "Operasi Usaha Dilakukan Secara Mandiri Dan Efisien Sehingga Dapat Dirasakan Langsung Ketika Berbelanja".

Hasil temuan menunjukkan bahwa adaptasi bisnis berperan negatif dalam memediasi orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai $T\text{-Statistics } 2,388 > 1.96$ dan $P \text{ value } 0,017 < 0.05$. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai $T\text{-Statistics } 3,351 > 1.96$ dan $P \text{ value } 0,001 < 0.05$, serta *original sample* bernilai negatif dan signifikan. Menurut Kristinawati & Hidajat Tjakraatmadja (2017) *Business Adaptation* yang efektif memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan dalam preferensi pelanggan, tren pasar, dan permintaan dengan cepat. Dengan beradaptasi, perusahaan dapat lebih baik memahami apa yang diinginkan pelanggan dan bagaimana mereka dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Ini

mengarah pada peningkatan orientasi pasar karena perusahaan menjadi lebih peka terhadap dinamika pasar. Dengan fokus pada orientasi pasar yang kuat, perusahaan lebih cenderung mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan pada gilirannya meningkatkan kinerja bisnis dalam hal pendapatan dan profitabilitas. Adaptasi bisnis berpengaruh negatif dan signifikan sebagai mediator antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis karena keterbatasan sumber daya dan kemampuan UMKM untuk mengelola perubahan. Meskipun UMKM yang berorientasi pasar cenderung lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, proses adaptasi bisnis seringkali membutuhkan investasi yang tinggi dalam hal waktu, tenaga kerja, dan modal, yang dapat mengakibatkan gangguan operasional, ketidakpastian, dan resistensi internal. Hal ini dapat menekan kinerja UMKM dalam jangka pendek, meskipun adaptasi bisnis secara keseluruhan diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja keseluruhan mereka dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa adaptasi bisnis berperan negatif dalam memediasi inovasi produk dan kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya. Dari hasil analisis ditemukan bahwa nilai $T\text{-Statistics } 2,388 > 1.96$ dan $P \text{ value } 0,017 < 0.05$, serta *original sample* bernilai negatif dan signifikan. *Business Adaptation* atau kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis, sering kali menjadi kunci untuk merangsang Inovasi Produk (Rijal et al., 2023). Perusahaan yang mampu beradaptasi dengan cepat dapat lebih mudah mengidentifikasi peluang baru dan mengembangkan produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang berkembang. Inovasi Produk yang berhasil dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan kepada perusahaan. Produk yang

baru dan inovatif dapat menarik pelanggan baru, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan pangsa pasar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja bisnis. *Business Adaptation* dan *Product Innovation* yang efektif juga dapat berdampak signifikan terhadap Orientasi Pasar. Ketika perusahaan secara aktif mencari peluang inovasi dan beradaptasi dengan perubahan pasar, mereka secara alami menjadi lebih peka terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan. *Business Adaptation* berpengaruh negatif dan signifikan sebagai mediator antara *Product Innovation* dan *Business Performance* karena faktor-faktor seperti keterbatasan sumber daya, keterampilan, dan akses terhadap teknologi. Meskipun UMKM mungkin mampu menghasilkan inovasi produk yang unik dan berkualitas, proses adaptasi bisnis yang diperlukan untuk mengimplementasikan inovasi tersebut seringkali memerlukan biaya yang tinggi dan investasi sumber daya yang signifikan. UMKM mungkin mengalami kesulitan dalam mengelola perubahan operasional dan teknis yang diperlukan untuk mendukung inovasi produk baru, yang pada gilirannya dapat memengaruhi kinerja keseluruhan mereka dalam jangka pendek. Oleh karena itu, meskipun inovasi produk penting untuk meningkatkan daya saing, proses adaptasi yang diperlukan untuk mengimplementasikan inovasi tersebut dapat menghambat kinerja UMKM dalam jangka waktu yang lebih pendek.

KESIMPULAN

Pelaku usaha yang menerapkan orientasi kewirausahaan cenderung menciptakan nilai yang superior bagi pelanggan, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan performa bisnis. Pelaku usaha yang menerapkan orientasi kewirausahaan cenderung menghasilkan dan membagikan informasi atau pengetahuan mengenai kebutuhan pelanggan, berkoordinasi di dalam perusahaan untuk memuaskan kebutuhan tersebut, dan secara

otomatis menciptakan dan memberikan superior value bagi pelanggan mereka. Dengan menerapkan strategi orientasi kewirausahaan, performa UMKM dapat meningkat dan UMKM dapat memperoleh keuntungan serta manfaat lebih dibandingkan kompetitornya. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar dapat membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Inovasi produk berkontribusi pada kemampuan adaptasi bisnis dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan memungkinkan pelaku usaha untuk tetap relevan dan kompetitif. Inovasi produk memungkinkan pelaku UMKM untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, meningkatkan pengalaman pengguna, dan menciptakan keunggulan kompetitif, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan.

Beberapa keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini adalah Objek Penelitian mungkin tidak dapat mewakili semua Pelanggan/Konsumen UMKM Yang ada Di Palangka Raya dikarenakan hanya terfokus pada UMKM Makanan kecil saja yang ada di Jalan Yos Sudarso. Lokasi penelitian hanya berfokus di Jalan Yos Sudarso, Kelurahan Palangka, Kecamatan Jekan Raya, Palangka Raya Kalimantan Tengah.

Saran untuk pelaku UMKM di Palangka Raya dapat melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kemampuan adaptasi bisnis mereka dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan survei atau wawancara kepada pelanggan, pesaing, dan pihak terkait lainnya untuk mengetahui kebutuhan pasar dan bagaimana perusahaan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian untuk menguji faktor-

faktor lain yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM di Palangka Raya, seperti faktor internal perusahaan, faktor eksternal, dan faktor lingkungan bisnis. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode survei atau wawancara kepada pelaku UMKM di Palangka Raya untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum, W. D. (2021). Integrasi Menuju Industri Kreatif Yang Kuat Dan Dinamis. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(1), 30–40. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i1.370>
- Cahyani, A. A., Mallongi, S., & Mahmud, A. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Keunggulan Bersaing, Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Makassar. *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 219–232. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i1.768>
- Dewantara, K., Khairunnisa, R., Yuliana, A., Mutiara, I., Andarini, S., & Respati, I. (2024). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis : Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan Indonesia. 2(1), 1–8.
- Edeh, E., Lo, W.-J., & Khojasteh, J. (2023). Review of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10705511.2022.2108813>
- Engel. (2014). It's about time! CEO temporal dispositions, CEO temporal leadership and corporate entrepreneurship. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 1–50.
- Feriyansyah, A., & Febriansyah, F. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Usaha Makanan Ringan di Kota Pagar Alam). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 289–298. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3166>
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 23. Edisi 8. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girod, S. J. G., & Whittington, R. (2015). Change escalation processes and complex adaptive systems: From incremental reconfigurations to discontinuous restructuring. *Organization Science*, 26(5), 1520–1535. <https://doi.org/10.1287/orsc.2015.0993>
- Haefner, N., Wincent, J., Parida, V., & Gassmann, O. (2021). Artificial intelligence and innovation management: A review, framework, and research agenda☆. *Technological Forecasting and Social Change*, 162(October 2020), 120392. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120392>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Jannah, M., Irawati, A. S., & Purnomo, H. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Batik Gedog Khas Tuban. *Eco- Entrepreneurship*, 5(1 Juni 2019), 33–48.
- Khan, G. F., Sarstedt, M., Shiau, W. L., Hair, J. F., Ringle, C. M., & Fritze, M. P.

- (2019). Methodological research on partial least squares structural equation modeling (PLS- SEM): An analysis based on social network approaches. *Internet Research*, 29(3), 407–429. <https://doi.org/10.1108/IntR-12-2017-0509>
- Kristinawati, D., & Hidajat Tjakraatmadja, J. (2017). Studi Konseptual Eksploratif Mengenai Hubungan Kapabilitas Dinamis Dengan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.25124/jmi.v17i1.858>
- Kristinawati, D., & Tjakraatmadja, J. H. (2018). Bagaimana Kapabilitas Dinamis Dan Manajemen Pengetahuan Berpengaruh Kepada Kinerja Perusahaan? : Sebuah Bangunan Model Konseptual. *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2017, 99. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p02>
- Layoo, N., & Rahman, W. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dengan Kinerja Usaha Mikro Kecil Di Kabupaten Banggai. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(1), 29. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n1.p29-44>
- Marfuin, M. (2021). *View of Strategi Bisnis Digital dan Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 1(1), 425–436. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combin/article/view/4468/1185>
- Monferrer, D., Segarra, J. R., Estrada, M., & Moliner, M. Á. (2019). Service quality and customer loyalty in a post-crisis context. Prediction-oriented modeling to enhance the particular importance of a social and sustainable approach. *Sustainability (Switzerland)*, 11(18), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su11184930>
- Ranto, D. W. P. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Yogyakarta. *Jbma*, 3(2), 1–11.
- Rijal, S., Sihombing, T. M., Akbar, I. A., Desembrianita, E., & Lubis, R. F. (2023). Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kinerja Ekonomi Daerah. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 173–185. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i03.123>
- Silalahi, R. J. G., & Simanjuntak, M. (2021). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata melalui Orientasi Pasar dan Strategi Competitive Advantage bagi Pemulihan Sektor Pariwisata di Kabupaten Toba Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 47–57. <https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.128>
- Wibisono, A., Purwanto, E., & Andrianingsih, V. (2018). Peningkatan Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Manajemen Serta Inovasi Pada masa saat ini , Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pemikiran & Penelitian Ekonomi*, 07(01).