

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK PADA KINERJA BISNIS UMKM KOPI TEMANGGUNG

Yusmar Ardhi Hidayat¹, Lisana Shidqin Siregar², Kurniani³

^{1,2,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang
Jl. Prof. Soedharto S.H., Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia
e-mail: ¹yusmardhi@polines.ac.id

(Diterima 23 Agustus 2022/Revisi 29 Desember 2022/Disetujui 2 Mei 23)

ABSTRACT

This research contributes to an advance in scientific discussion of the inconsistent findings on the effect of entrepreneurial orientation on product innovation. Contradictory results also occur in the relationship between the influence of product innovation and business performance. Therefore, this research contributes to promoting product innovation by empowering the effect of entrepreneurial orientation on product innovation. This study has three purposes, namely analyzing the effect of entrepreneurial orientation on product innovation, examining the relationship between product innovation and business performance, and investigating the impact of entrepreneurial orientation on business performance. The respondents of this study were 104 coffee MSMEs located in Temanggung. Data were taken using the purposive sampling method with a questionnaire and distributed online during July-August 2022. This study used Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) to examine three hypotheses. This analysis proves that entrepreneurial orientation improves product innovation. Then, product innovation has a positive effect on business performance. Entrepreneurial orientation and product innovation concurrently increase the level of business performance level. This study backs a scientific contribution that product innovation mediates the positive relationship between entrepreneurial orientation and business performance.

Keywords: *business performance, coffee, entrepreneurial orientation, product innovation, Temanggung*

ABSTRAK

Penelitian ini berkontribusi mengembangkan diskusi ilmiah dari hasil temuan yang tidak konsisten terhadap pengaruh orientasi kewirausahaan pada inovasi produk. Kontradiksi hasil juga terjadi pada hubungan pengaruh inovasi produk dan kinerja bisnis. Studi ini berkontribusi mengenalkan inovasi produk yang memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja bisnis. Studi ini memiliki tiga tujuan yaitu untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk, menguji hubungan inovasi produk dan kinerja bisnis, dan menginvestigasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Responden penelitian ini adalah 104 UMKM Kopi yang berlokasi di Temanggung. Data diambil menggunakan metode purposive sampling dengan kuesioner yang disebar secara daring selama bulan Juli-Agustus 2022. Data dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)* untuk menguji tiga hipotesis. Penelitian ini membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan meningkatkan inovasi produk. Kemudian, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Orientasi kewirausahaan dan inovasi secara simultan meningkatkan kinerja bisnis. Studi ini mendukung sebuah kontribusi ilmiah bahwa inovasi produk memediasi hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis.

Kata kunci: *inovasi produk, kinerja bisnis, kopi, orientasi kewirausahaan, Temanggung*

PENDAHULUAN

Kopi Temanggung memiliki potensi keunggulan bersaing di pasar domestik dan pasar ekspor karena memiliki keunikan aroma khas tembakau berdasarkan kondisi geogra-

fis. Keunikan kopi tersebut diakui sebagai Kekayaan Intelektual (KI) berupa Identifikasi Geografis (IG) oleh Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia 6 Desember 2016 (Sumarjo *et al.* 2020). Dua jenis kopi yang

diproduksi adalah Arabika dan Robusta. Kopi jenis Robusta paling banyak dihasilkan di Temanggung. Jumlah produksi Kopi Robusta mencapai 9,761 ton di tahun 2020, meningkat 12 persen dari tahun 2019. Kapasitas produksi Kopi Robusta 0,8 Ton/ha di tahun 2020, naik sekitar 33 persen dari tahun sebelumnya (BPS, 2020). Kopi Robusta dibudidayakan pada ketinggian 400-800 mdpl sesuai dengan topografi Temanggung. Proses pengolahan biji kopi terbagi menjadi beberapa jenis proses seperti *fullwash*, *winey*, *natural*, *honey*, dan *peaberry* (Narulita *et al.* 2014). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kopi di Temanggung memiliki kompetensi budidaya, pengolahan kopi dan kinerja pemasaran (Wulandari & Murniawaty, 2019).

Berdasarkan konsep teori *Resource Based-View* (RBV), sumberdaya yang tidak mudah ditiru, kemampuan manajerial, dan kejelian melihat peluang mampu menciptakan keunggulan bersaing UMKM Kopi (Barney, 1991). UMKM Kopi belajar secara cepat dan mengasimilasi implikasi perubahan-perubahan baru untuk penemuan-penemuan khusus (Rosenbusch *et al.* 2011; Löfsten, 2014). Kesempatan kewirausahaan muncul ketika UMKM Kopi memiliki ide-ide bernilai dari sumberdaya yang tidak dimiliki pesaingnya (Barney *et al.* 2001). Kewaspadaan, pengetahuan, dan kemampuan kewirausahaan untuk mengkoordinasi pemanfaatan lahan dengan sistem tanam tumpang sari Kopi dan Tembakau (Covin *et al.* 2005; Frank *et al.* 2010; Song *et al.* 2019). Kewirausahaan UMKM Kopi berperan penting dalam mengenali nilai dan kesempatan dengan pengetahuan khusus untuk menggabungkan sumberdaya terlihat dan tidak terlihat (Burhanuddin *et al.* 2019). UMKM Kopi dapat mengembangkan keunggulan kompetitif dari tiga kemampuan yaitu inovasi, produksi, dan manajemen pasar (Barney *et al.* 2001). Sumberdaya dan kemampuan manajerial menentukan kemampuan perusahaan untuk berinovasi. Sejalan dengan premis tersebut, orientasi kewirausahaan dan inovasi menjadi faktor kunci kinerja bisnis UMKM Kopi (Fredyna *et al.* 2019).

UMKM Kopi memiliki orientasi kewirausahaan yang baik maka mereka berniat dan akan bertindak secara alamiah untuk berinovasi, mengambil resiko, agresif dan proaktif menyesuaikan dengan kesempatan di pasar (Frank *et al.* 2010). Hal tersebut didukung dengan keunikan Kopi Temanggung dengan aroma khas yang muncul dari aktivitas sistem tanam tumpang sari Tanaman Tembakau dan Kopi (Sumarjo *et al.* 2020). Budi daya Kopi awalnya dilakukan sebagai pilihan tanaman alternatif saat tanaman Tembakau telah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomis dan budaya turun temurun. UMKM Kopi berani mengambil resiko membudidayakan Tembakau dan Kopi di satu lahan yang memiliki masa panen yang berbeda (Sujatmiko *et al.* 2020). Justru sistem tanam tumpang sari ini memberikan keunggulan cita rasa Kopi Temanggung yang memiliki aroma khas Tembakau (Wulandari & Murniawaty, 2019).

Pengembangan agribisnis Kopi Temanggung mendapatkan dukungan dari berbagai pihak seperti Pemda Kabupaten Temanggung, Perbankan, dan Akademisi (Sam'ani *et al.* 2019; Virgawati & Murdiyanto, 2020). UMKM Kopi juga aktif membentuk kluster dan kelompok petani guna mengadopsi standar produksi sesuai IG Kopi Robusta Temanggung (Sumarjo *et al.* 2020). UMKM Kopi proaktif menangkap peluang dengan memanfaatkan distribusi pemasaran Kopi ke pasar domestik dan pasar ekspor (Virgawati & Murdiyanto, 2020). Berdasarkan premis teori RBV, keunikan sumberdaya dan kemampuan kewirausahaan menentukan kemampuan UMKM berinovasi (Song *et al.* 2019). Inovasi terbagi atas empat jenis yaitu produk, proses, pemasaran, dan organisasi (Atalay *et al.* 2013). Orientasi kewirausahaan merupakan sumberdaya penting yang dapat meningkatkan pemahaman lingkungan eksternal dan menginternalisasi ke dalam organisasi internal untuk mengembangkan proses baru dan inovasi produk. Hal yang menarik adalah orientasi kewirausahaan tidak berfokus pada pelaku tetapi pada proses kewirausahaan ketika perusahaan berperilaku untuk melakukan ino-

vasi, mengambil resiko dan bertindak proaktif (Wiklund, 1999; Rua *et al.* 2018).

Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dilakukan UMKM kopi mengembangkan kinerja bisnis, menarik untuk diteliti. Para peneliti sebelumnya telah menguji bahwa inovasi produk yang berfokus pada output berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Rosenbusch *et al.* (2011), merangkum 47 penelitian sejak 1990 hingga 2009, yang mengungkapkan inovasi output mampu meningkatkan kinerja bisnis pada UMKM di Amerika Serikat, Kanada dan Norwegia. Rauch *et al.* (2009) merangkum 51 penelitian dipublikasikan dari 1986 sampai 2006, menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Beberapa peneliti Madhoushi *et al.* (2011), Parkman *et al.* (2012), Pratono *et al.* (2013), Jalilvand *et al.* (2017), Fredyna *et al.* (2019), Song *et al.* (2019), Seo (2020), Shaher & Ali (2020), Iqbal *et al.* (2021) mendukung temuan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi. Inovasi yang digunakan di studi ini fokus pada inovasi produk.

Terdapat hasil penelitian yang tidak konsisten pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk. Yaskun & Sudarmiatin (2021), menganalisis bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh pada inovasi produk dengan responden UMKM di Indonesia. Hasil tersebut berlawanan dengan hasil temuan bahwa orientasi kewirausahaan meningkatkan inovasi produk (Huang & Wang, 2011; Madhoushi *et al.* 2011; Fredyna *et al.* 2019; Freixanet *et al.* 2021). Fredyna *et al.* (2019) dan Freixanet *et al.* (2021) menggunakan UMKM di Spanyol dan Madhoushi *et al.* (2011) menjadikan UMKM di Iran sebagai responden penelitian. Studi ini berkontribusi mengembangkan diskusi ilmiah hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan inovasi produk dengan responden UMKM Kopi di Indonesia. Hal yang membedakan studi ini dengan sebelumnya adalah kontribusi ilmiah orientasi kewirausahaan mempengaruhi inovasi produk berdasarkan tuntutan bersaing dengan kompetitor dan permintaan konsumen. Fredyna *et al.* (2019) fokus meneliti

orientasi kewirausahaan berpengaruh pada inovasi produk berbasis perbaikan bertahap dan radikal. Freixanet *et al.* (2021), menggunakan variabel orientasi kewirausahaan internasional menentukan inovasi produk baru terdiferensiasi. Madhoushi *et al.* (2011), menguji pengaruh orientasi kewirausahaan mendorong inovasi produk sebagai respon perubahan pemasaran dan proses produksi. Huang & Wang (2011), mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk dihasilkan karyawan.

Studi ini mengajukan premis pertama (H1), semakin baik tingkat orientasi kewirausahaan maka semakin baik inovasi produk. Inovasi produk mengantisipasi pesaing dan memenuhi selera konsumen merupakan kunci kesuksesan UMKM Kopi menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Inovasi proses pengolahan kopi sesuai dengan adopsi IG akan menghasilkan keunikan produk Kopi Temanggung yang tidak mudah ditiru dan memenuhi selera konsumen. Potensi Kopi Temanggung beraroma Tembakau menjadi faktor utama mendukung kinerja bisnis. Banyak peneliti (Madhoushi *et al.* 2011; Parkman *et al.* 2012; Pratono *et al.* 2013; Löfsten, 2014; Jalilvand *et al.* 2017; Fredyna *et al.* 2019; Song *et al.* 2019; Seo, 2020; Shaher & Mohd Ali, 2020; Iqbal *et al.* 2021) yang mengungkap hubungan positif antara inovasi produk dan kinerja bisnis dengan responden yang beragam. Penelitian khusus di Indonesia, Christa & Kristinae (2021), membuktikan inovasi produk berpengaruh positif pada kinerja bisnis dari 300 UKM di Kalimantan dan Bali, yang terdampak pandemi. Yaskun & Sudarmiatin (2021), mengungkapkan bahwa inovasi produk juga berpengaruh positif pada kinerja Bisnis UKM Restoran di Lamongan. Tetapi hasil penelitian tersebut berlawanan dengan hasil studi Tresna & Raharja (2019). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh pada kinerja bisnis 585 unit industri kreatif di Bandung. Studi ini menyatakan hipotesis kedua (H2), yaitu inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Proses produksi biji kopi melewati berbagai tahap proses meliputi budidaya tanaman, pengolahan biji kopi, pengemasan dan penyimpanan (Septiani & Kawuryan, 2021). Budidaya tanaman kopi mulai dari penanaman, pemeliharaan tanaman, pemanenan, hingga pengolahan hasil panen. Adopsi Indikasi Geografis (IG) (Sujatmiko *et al.* 2020) mendorong UMKM menjaga mutu dan kualitas Kopi Temanggung (Sumarjo *et al.* 2020) dengan tantangan utama memetik buah kopi matang merah. UMKM kopi memasarkan kopi ke pasar domestik (Simorangkir & Rosiana, 2022) dan ekspor langsung atau tidak langsung (Sujatmiko *et al.* 2020).

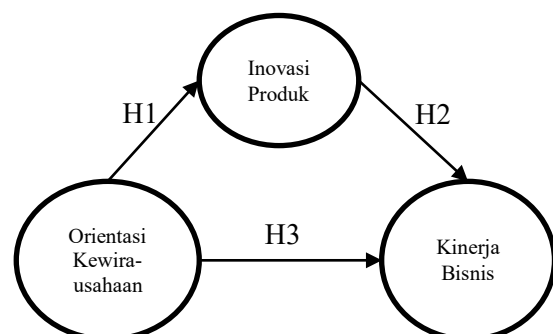
Studi ini merujuk konsep teori RBV, kewirausahaan UMKM Kopi berperan sebagai sumberdaya tidak berwujud penting menciptakan keunggulan bersaing. Selain itu, UMKM Kopi memiliki sumberdaya tanah subur, lokasi geografis lahan di antara Gunung Sindoro dan Sumbing, dan ketinggian lahan ideal (400-800 mdpl) sehingga memberikan keunikan Kopi Temanggung sebagai KI IG Kopi Temanggung. UMKM kopi memiliki sumberdaya berwujud atau tidak berwujud yang menciptakan keunggulan bersaing di pasar domestik dan atau internasional (Narulita *et al.* 2014). Faktor produksi yang tidak berwujud berupa proses kewirausahaan, bisa menjadi sumberdaya bernilai dan heterogen (Alvarez & Busenitz, 2001). Praktik kewirausahaan berperan menciptakan menciptakan dan menggabungkan sumberdaya yang menciptakan keunggulan bersaing (Alvarez & Busenitz, 2001; Barney *et al.* 2001). Lumpkin & Dess (1996), menyatakan praktik kewirausahaan merupakan bagian orientasi kewirausahaan, yang merupakan proses, praktik, dan aktivitas pembuatan keputusan dalam proses bisnis. Mereka mengenalkan dimensi orientasi kewirausahaan antara lain otonomi, keinovatifan, pengambilan resiko, keproaktifan, dan keagresifan bersaing.

Lumpkin & Dess (1996), pertama kali menyatakan premis orientasi kewirausahaan memiliki hubungan dengan kinerja bisnis

dengan berbagai variasi model moderasi, mediasi, efek bebas, dan efek interaksi. Setelah itu, muncul penelitian-penelitian yang bersumber pada model tersebut, antara lain Wiklund (1999), Wiklund & Shepherd (2003), dan Wiklund & Shepherd (2005) dengan responden Usaha Kecil Menengah (UKM) dan perusahaan besar di Swedia. Kemudian, Rauch *et al.* (2009) memberikan arah pengembangan riset di masa depan.

Peneliti-peneliti lain telah membuktikan semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan maka akan meningkatkan kinerja bisnis, dengan responden berbagai variasi tipe UKM dan perusahaan berlokasi di luar negeri antara lain Taiwan (Yang, 2008), Austria (Frank *et al.* 2010), China (Zhang & Zhang, 2012), Malaysia (Arshad *et al.* 2014), dan Perancis (Khedhaouria *et al.* 2015). Studi-studi lain juga telah mendukung dan memperkuat hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis di Indonesia, dengan berbagai variasi responden misalnya, Industri Kreatif Bandung (Tresna & Raharja, 2019), dan UKM Restoran di Lamongan (Yaskun & Sudarmiatin, 2021). Riset ini mengajukan hipotesis ketiga (H3), yaitu orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Studi ini berkontribusi ilmiah dengan mengajukan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk akan meningkatkan kinerja bisnis. Inovasi produk akan memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis (Bakaritantri *et al.* 2022). Hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian ditampilkan di Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Penelitian ini memiliki tiga tujuan yaitu:

1. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pada inovasi produk.
2. Menganalisis hubungan pengaruh positif antara inovasi produk dan kinerja bisnis.
3. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis.

METODE

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi studi terdiri atas UMKM kopi yang berdomisili di Kabupaten Temanggung. Selain itu, UMKM kopi yang memproduksi Kopi Robusta dan Arabika dengan tujuan pemasaran langsung di dalam negeri dan atau tidak langsung ke luar negeri. Tercatat 34.400 UMKM kopi di Kabupaten Temanggung. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10 persen, jumlah sampel yang digunakan minimal 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, dengan kriteria UMKM produksi Kopi Arabika dan Robusta berlokasi di Kecamatan Temanggung, Gemawang, Ngadirejo, dan Klebung, Kabupaten Temanggung, memasarkan di pasar domestik dan pasar luar negeri secara tidak langsung, dan bersedia untuk mengisi kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarakan Juli-Agustus 2022. Penyebaran survei dilakukan secara daring yang dikirimkan ke grup *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram*. Kontak personal responden diperoleh dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan UMKM Kabupaten Temanggung, Ketua Kelompok Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Arabika dan Robusta Temanggung. Survei daring disebarakan berhasil mendapatkan 178 responden tetapi data yang sesuai dengan kriteria responden dan dapat digunakan adalah sejumlah 104 UMKM Kopi. Tabel 1 menampilkan jumlah pengembalian kuesioner yang disebarakan dan terisi yang layak digunakan.

Tabel 1. Tingkat Pengembalian Kuesioner

Kriteria	Jumlah	Persentase (%)
Jumlah klik <i>bit.ly</i>	847	100
Jumlah kuesioner lengkap	178	21
Jumlah kuesioner tidak memenuhi syarat	74	8,7
Jumlah kuesioner terisi memenuhi syarat	104	12,3

VARIABEL PENELITIAN

Variabel laten yang digunakan dalam penelitian adalah orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja bisnis. Orientasi kewirausahaan direfleksikan oleh enam indikator. Inovasi produk dibentuk secara formatif oleh lima indikator, sedangkan kinerja bisnis direfleksikan dengan lima indikator. Orientasi kewirausahaan merupakan proses kewirausahaan membuat strategi bisnis meliputi dimensi keinovasian, keproaktifan, dan pengambilan resiko. Indikator-indikator orientasi kewirausahaan diadaptasi dari Lumpkin & Dess (1996), J. Wiklund (1999), Wiklund & Shepherd (2003), dan Avlonitis & Salavou (2007). Inovasi produk merujuk pada keunikan produk yang menawarkan variasi cita-rasa unik dan khas, varian inovatif, produk memenuhi selera konsumen, lebih bermanfaat dan berkualitas dibandingkan produk pesaing (Avlonitis & Salavou, 2007). Kinerja bisnis merujuk pertumbuhan penjualan domestik atau ekspor, peningkatan profit (Okpara, 2009), operasi bisnis dan kepuasan kinerja bisnis (Cavusgil & Zou, 1994). Skala penilaian item pernyataan dari 1 hingga 10, menunjukkan kutub dari tidak baik (1) hingga sangat baik (10).

Kuesioner juga telah diuji untuk memenuhi kelayakan ketepatan pengukuran dan konsistensi jika indikator pernyataan digunakan berulang kali. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas ditampilkan di lampiran pada Tabel 2.

Tabel 2. Output Analisis pada Uji Validitas dan Reliabilitas

Indikator	Korelasi	Keterangan
OK1	0,753**	Valid
OK2	0,762**	Valid
OK3	0,729**	Valid
OK4	0,713**	Valid
OK5	0,799**	Valid
OK6	0,871**	Valid
IP1	0,705**	Valid
IP2	0,848**	Valid
IP3	0,726**	Valid
IP4	0,716**	Valid
IP5	0,708**	Valid
KB1	0,802**	Valid
KB2	0,858**	Valid
KB3	0,826**	Valid
KB4	0,821**	Valid
KB5	0,815**	Valid
Variabel	Cronbach's Alfa	N item
OK	0,907	6
IP	0,975	5
KB	0,946	5

Keterangan:

**) signifikan pada alfa 10%.

OK = Orientasi Kewirausahaan; IP = Inovasi Produk;

KB = Kinerja Bisnis; CA = Cronbach Alfa;

VIF = Variance Inflation Factor; n = 30.

ALAT ANALISIS

Alat analisis yang digunakan guna menguji konstruk, hipotesis dan kelayakan model penelitian adalah *Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Alat analisis ini menguji representasi indikator-indikator dengan pembobotan komposit indikator yang digunakan. Keseluruhan indikator tertimbang merepresentasikan proxy dari kesalahan pengujian. PLS-SEM juga membuat satu hasil tepat untuk setiap komposit tiap pengujian berdasarkan variance indikator-indikator (Hair *et al.* 2017). PLS-SEM menguji pengaruh variabel orientasi kewirausahaan terhadap inovasi produk dan kinerja bisnis. PLS-SEM mendasari metode analitik kausatif yang menguji model statistik berdasarkan jalur pengaruh untuk menguji klarifikasi uji pengaruh antar variabel-variabel digunakan. Setelah itu, pengujian dilakukan untuk mengevaluasi struktur model penelitian, ketepatan

model, uji hipotesis, pengaruh lang-sung dan tidak langsung (Hair *et al.* 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pembahasan diawali dengan karakteristik responden secara ringkas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Jenis	Jumlah	(%)
1	Jenis UMKM	Mikro	62	59,6
		Kecil	39	37,5
		Menengah	3	2,8
2	Lama usaha (tahun)	1 - 5	70	67,3
		6 - 10	25	24,0
		11 - 15	6	5,8
		16 - 20	2	1,9
3	Jumlah Produksi (Kg)	- Buah Kopi	1270	
		- Biji Kopi Kering	34626	
		- Kopi Bubuk	8039	
		- Biji Kopi digongseng	5045	
		- Semua Tipe dari Biji Kopi hingga Kopi digongseng	34298	
4	Jang-kauan Pasar	Domestik	81	77,8
		Ekspor	23	22,2

Jumlah responden yang diteliti dan termasuk ke dalam kategori usaha berskala mikro sekitar 60 persen, skala kecil sekitar 37 persen dan sisanya skala menengah. Total jumlah UMKM yang telah menjalankan usaha antara 1 - 10 tahun, sekitar 91 persen dengan rincian: lama usaha antara 1 hingga 5 tahun sekitar 67 persen, lama bisnis dilakukan 6-10 tahun sejumlah 24 persen. Jenis produksi biji kopi kering dan semua jenis olahan kopi paling banyak dihasilkan oleh UMKM Kopi Temanggung. Hampir 78 persen UMKM memasarkan produk di dalam negeri, sekitar 22 persen unit usaha memasarkan produk ke luar negeri.

ANALISIS OUTER DAN INNER MODEL

Bagian ini membahas pengujian indikator-indikator yang membentuk variabel laten (*outer model*) dan hubungan antara orientasi

kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja bisnis (*inner model*). Hasil pengujian diagram jalur hasil pengolahan ditampilkan pada lampiran 1.

Pengujian konstruk *outer model* dianalisis dengan nilai *outer loading factor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 4. Nilai Outer Loading Factor dan AVE

Indikator	Loading Factor	AVE
OK1	0,842	0,666
OK2	0,807	
OK3	0,904	
OK4	0,782	
OK5	0,789	
OK6	0,766	
IP1	0,731	0,650
IP2	0,785	
IP3	0,767	
IP4	0,812	
IP5	0,922	
KB1	0,888	0,758
KB2	0,862	
KB3	0,906	
KB4	0,841	
KB5	0,854	

Orientasi kewirausahaan direfleksikan oleh enam indikator. Inovasi produk dibentuk secara formatif dari lima indikator. Sedangkan, kinerja bisnis dicerminkan oleh enam indikator. Nilai *loading faktor* ditampilkan pada Tabel 4, menunjukkan semua indikator variabel penelitian lebih dari 0,7 sebagai nilai standar. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keseluruhan indikator berkontribusi signifikan pada variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja bisnis. Nilai AVE ketiga variabel tersebut di atas 0,5 sebagai nilai standar. Indikasinya rata-rata variasi indikator-indikator memiliki ketepatan membentuk ketiga variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja bisnis.

Berdasarkan nilai *outer loading factor*, indikator proses dan metode produksi inovatif (OK3) mencerminkan kontribusi tertinggi pada variabel orientasi kewirausahaan. Proses memasarkan produk kopi (OK1) memberikan kontribusi penting kedua pada orientasi kewirausahaan. UMKM kopi juga terlibat implementasi proses kreatif mengembangkan pro-

duk baru (OK2). UMKM Kopi Temanggung memiliki sikap proaktif pada inisiatif yang diambil pesaing (OK4), dan aktif memperkenalkan produk baru (OK5) dan agresif untuk memanfaatkan peluang potensial (OK6).

Keunikan produk sebagai indikator dari Inovasi Produk (IP) yang difokuskan pada studi ini mengungkapkan bahwa produk Kopi Temanggung memiliki kualitas (IP5) dan manfaat (IP4) lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. UMKM Kopi menawarkan varian kopi yang inovatif kepada pelanggan (IP2). Mereka menyediakan variasi kopi dalam bentuk, biji kopi *Hard Skin* (HS) dengan berbagai variasi metode pengolahan dan kemasan produk, misalnya dari ukuran 100 gr, 500 gr, hingga satu kg. Pengolahan Kopi Temanggung sudah mengadopsi standar Identifikasi Geografis (IG) sehingga Kopi Temanggung memiliki cita rasa unik dan khas (IP1) dan memenuhi selera pelanggan (IP3).

Sesuai dengan nilai *loading factor* indikator Kinerja Bisnis (KB), indikator pasar domestik UMKM sangat menguntungkan (KB3), yang diperoleh dari peningkatan volume penjualan yang tinggi di pasar dalam negeri atau luar negeri (KB1), dan pertumbuhan pesat dari penjualan domestik atau luar negeri dalam satu tahun terakhir (KB2). UMKM Kopi Temanggung menilai kinerja bisnis sangat memuaskan (KB5) dan mendorong perluasan operasi bisnis yang baik dalam satu tahun terakhir (KB4). Hal tersebut mengindikasikan operasi dan kinerja bisnis mulai membaik dibandingkan periode tahun sebelumnya saat terdampak pandemik.

Nilai *Goodness of Fit* GoF terdiri atas dua jenis yaitu model *inner* dan *outer* dengan syarat di atas nilai baku 0,70. Nilai GoF dari model *outer* yaitu 0,928, menunjukkan bahwa dimensi-dimensi yang digunakan tepat dan signifikan membentuk variabel laten orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan kinerja bisnis. Sedangkan nilai GoF model *inner* adalah 0,984, yang mengindikasikan adanya hubungan yang baik antara indikator-indikator yang membentuk variabel orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja bisnis.

Penelitian ini telah mengevaluasi kelayakan indikator-indikator sesuai dengan persyaratan ilmiah. Penelitian ini menggunakan variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis yang mencerminkan indikator-indikatornya. Sedangkan lima indikator membentuk secara formatif inovasi produk. Penilaian indikator-indikator yang membentuk variabel formatif, lolos memenuhi ketentuan reliabilitas, validitas konvergen, kolinearitas, dan bobot signifikansi. Sedangkan pengujian indikator-indikator yang merefleksikan variabel laten, harus memenuhi persyaratan uji reliabilitas, validitas, varian indikator, dan kolinearitas. Data pengujian indikator formatif dan reflektif ditampilkan di Tabel 5.

Tabel 5. Pengujian Konstruk Formatif (F) dan Reflektif (R)

Variabel laten	Total Indikator	CA	D.G. rho	VIF
OK	6 (R)	0,899	0,922	2,04
IP	5 (F)	0,890	0,919	1,39
KB	5 (R)	0,920	0,940	1,29

Keterangan:

OK = Orientasi Kewirausahaan; IP = Inovasi Produk;

KB = Kinerja Bisnis; CA = Cronbach Alfa;

VIF = Variance Inflation Factor; n = 104.

Pengujian indikator reflektif dari orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis dijelaskan berikut ini. Semua indikator orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis memiliki nilai CA dan D.G. rho di atas 0,7 sehingga mengindikasikan terpenuhinya asumsi internal reliabel dan uni-dimensionalitas. Implikasinya, semua indikator yang digunakan konsisten mencerminkan orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis dan memiliki hubungan asosiasi yang kuat sebagai perwakilan yang signifikan. Berdasarkan nilai VIF, indikator-indikator yang digunakan mencerminkan orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis tidak memiliki hubungan yang kuat antar indikatornya. Nilai AVE dari orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis di atas 0,5 yang mengindikasikan variasi varian semua indikator merefleksikan secara tepat karena memenuhi asumsi validitas konvergen.

Pengujian indikator-indikator yang membentuk formatif inovasi produk harus memenuhi asumsi reliabilitas, kolinearitas, validitas konvergen, nilai bobot signifikansi. Dari nilai CA, D.G. rho dan VIF di Tabel 5, kelima indikator dari inovasi produk memenuhi asumsi reliabel dan tidak ada korelasi antar dimensi.

Pengujian lima indikator formatif yang membentuk inovasi produk dengan nilai bobot signifikansi (*weight dimension*). Tabel 6 menunjukkan nilai pengujian bobot dimensi yang semuanya signifikan. Hal tersebut mengindikasikan lima indikator IP1, IP2, IP3, IP4, dan IP5 relatif penting membentuk inovasi produk secara formatif.

Tabel 6. Nilai Signifikansi Weight Dimension Indikator Inovasi Produk (IP)

Indikator Variabel	Dimensi Bobot	Signifikansi
IP 1	0,018	Ya
IP 2	0,234	Ya
IP 3	-0,001	Ya
IP 4	0,300	Ya
IP 5	0,608	Ya

DISKUSI HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian ketiga hipotesis hubungan antar variabel ditampilkan di Tabel 7.

Tabel 7. Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Pengaruh	R ²	f ²	Q ²	t _{so-bel}
OK → IP	0,715*	0,51			6,9*
IP → KB	0,363*	0,28	0,47	0,33	
OK → KB	0,404*	0,22	0,58	0,38	

Keterangan:

*) signifikan dengan alfa 10%.

OK = Orientasi Kewirausahaan; IP = Inovasi Produk;

KB = Kinerja Bisnis; CA = Cronbach Alfa;

VIF = Variance Inflation Factor; n=104.

Hipotesis pertama diterima, sehingga penelitian membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk. Hipotesis kedua juga terbukti, maka inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Hipotesis ketiga diterima maka studi ini mendukung premis orientasi

tasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan nilai f^2 (effect size), variasi efek pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis lebih baik dibandingkan hubungan pengaruh antara inovasi produk dan kinerja bisnis. Variasi orientasi kewirausahaan dan inovasi produk mampu menentukan variasi peningkatan kinerja bisnis sebesar 50 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji sobel, inovasi produk mampu menjadi variabel mediator yang memperkuat hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis.

Penelitian ini telah membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi produk. Hasil riset ini memperkuat studi yang dilakukan oleh Huang & Wang (2011), Madhoushi *et al.* (2011), Fredyna *et al.* (2019), dan Freixanet *et al.* (2021). Responden penelitian ini adalah UMKM Kopi Temanggung yang sebagian besar juga merupakan UMKM yang memproduksi kopi mulai dari budidaya tanaman, proses pengolahan biji kopi, hingga pemanggangan kopi. Responden penelitian dari Fredyna *et al.* (2019) adalah perusahaan keluarga dan UMKM yang memiliki karakteristik pengalaman, budaya kekeluargaan, kontrol kepemilikan melibatkan anggota keluarga. Karakteristik tersebut mirip dengan karakter UMKM Kopi yang menjalankan produksi Kopi dengan karakteristik perusahaan keluarga. Misalnya proses budidaya tanaman kopi, proses pengolahan Kopi dan pemasaran melibatkan anggota keluarga. UMKM Kopi dapat mengadaptasi pemasaran yang efisien sehingga meningkatkan kinerja pemasaran dan pendapatan UMKM kopi (Simorangkir & Rosiana, 2022).

Berdasarkan kerangka teori RBV, orientasi kewirausahaan merupakan sumberdaya unik sehingga UMKM Kopi memiliki keunggulan kompetitif. Kemampuan wirausaha ini bercirikan karakter bisnis keluarga. UMKM Kopi membudidayakan tanaman Kopi dikombinasikan dengan sistem tumpang sari dengan tanaman Tembakau yang secara turun menurun dibudidayakan dari usaha keluarga. Orientasi

kewirausahaan menjadi kunci penting UMKM untuk melakukan inovasi produk (Atalay *et al.* 2013; Burhanuddin *et al.* 2019; Song *et al.* 2019).

UMKM Kopi Temanggung sudah menerapkan pengolahan biji kopi dengan berbagai metode seperti *fullwash*, *winey*, *natural*, *honey*, dan *peaberry* untuk menghasilkan variasi kopi. UMKM kopi perlu mengetahui permintaan dan perubahan permintaan konsumen yang nantinya diselaraskan dengan proses kreatif internal mendukung inovasi produk. Mereka dapat mengimplementasikan pemikiran, kebaruan, dan ide kreatif untuk mengembangkan inovasi produk kopi. UMKM kopi juga terlibat aktif menjaga standar pengolahan kopi sesuai dengan IG Kopi Temanggung. Adaptasi dan adopsi IG menjadi ciri khas keunikan Kopi Temanggung yang beraroma Tembakau. Pengolahan kopi juga harus higienis menjaga kualitas Kopi karena sifat hidroskopis kopi yang menyerap partikel air dari udara, kelembapan, bahkan aroma yang kuat saat diolah, dikeringkan dan disimpan (Sumarjo *et al.* 2020).

Studi ini mendukung premis bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Temuan tersebut mendukung penelitian Löffsten (2014), Christa & Kristinae (2021), dan Yaskun & Sudarmiatin (2021). Secara umum, inovasi produk mendukung kinerja bisnis. Konteks inovasi produk dilakukan oleh UMKM kopi terbentuk dari kualitas Kopi Temanggung yang memiliki kekhasan aroma tembakau, yang berbeda dengan jenis kopi dihasilkan di daerah lain di Indonesia. Kekhasan Kopi Temanggung dipengaruhi faktor kesuburan tanah, lokasi geografis, ketinggian lahan, dan sistem tumpang sari budidaya tanaman kopi dan tembakau. Keunikan sumberdaya yang dimiliki UMKM kopi ini menjadi faktor utama penentu inovasi produk, yang sulit ditiru oleh pesaing. UMKM kopi juga menawarkan variasi produk biji kopi HS, biji kopi, dan bubuk kopi yang diolah sesuai dengan berbagai metode dan menjaga kualitas berdasarkan standar IG Kopi Temanggung. Sehingga Kopi Temanggung memiliki tingkat inovasi produk dengan rasa

unik dan khas yang memenuhi selera konsumen. Inovasi produk kopi meningkatkan kinerja bisnis yang tercermin dari tingkat penjualan, profit, dan pertumbuhan penjualan lebih baik di tahun sebelumnya.

Riset ini mampu membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif pada kinerja bisnis. Studi ini semakin memperkuat temuan orientasi kewirausahaan menentukan kinerja bisnis, yang telah diteliti oleh Yang (2008), Frank *et al.* (2010), Zhang & Zhang (2012), Arshad *et al.* (2014), dan Khedhaouria *et al.* (2015), Yaskun & Sudarmiatin (2021), dan Bakaritantri *et al.* (2022). Sesuai dengan teori RBV, UMKM kopi mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan berdasarkan kepemilikan sumberdaya dan kemampuan yang unik, tidak mudah ditiru, bernilai ekonomis. Sumberdaya kewirausahaan menjadi faktor utama dalam menjalankan bisnis untuk mengenali, menemukan, dan memahami kesempatan-kesempatan di pasar. Orientasi kewirausahaan UMKM kopi merupakan sumberdaya unik yang memiliki karakter yang sama dengan perusahaan keluarga, dengan ciri adanya budaya dan pengalaman tradisional turun temurun generasi sebelumnya, budaya kekeluargaan masyarakat Jawa, dan kontrol kepemilikan bisnis melibatkan keguyuban anggota keluarga. Pengambilan keputusan dan penentuan strategi bisnis lebih cepat dilakukan untuk mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan dan tuntutan pasar. Orientasi kewirausahaan yang unik tersebut menjadi faktor utama menentukan kinerja bisnis UMKM kopi. Inovasi produk kopi yang mampu memenuhi permintaan pasar dan upaya memenangkan persaingan menjadi kunci keberhasilan mendukung kinerja bisnis. Keunikan cita rasa Kopi Temanggung didukung lahan subur, Indikasi Geografis (IG) dan sistem tanam tumpangsari. Kombinasi keunikan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk kopi mampu meningkatkan kinerja bisnis UMKM Kopi Temanggung.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Orientasi kewirausahaan mampu mendorong inovasi produk, dengan kondisi UMKM Kopi Temanggung memiliki karakter yang mirip dengan perusahaan keluarga. Sumberdaya tanah yang subur, letak geografis, lingkungan, metode budidaya tumpangsari tanaman Kopi dan Tembakau, serta ketinggian lahan merupakan sumberdaya yang menciptakan keunggulan bersaing UMKM Kopi Temanggung.

Inovasi produk sesuai dengan permintaan konsumen mempengaruhi kinerja bisnis. Kombinasi tingkat orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang semakin baik maka semakin baik tingkat kinerja bisnis UMKM Kopi Temanggung.

Studi ini memperkuat temuan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Riset ini memberikan kontribusi ilmiah yaitu inovasi produk mampu memediasi hubungan pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis.

SARAN

UMKM Kopi Temanggung untuk mempertahankan proses keinovasian dan ide kreatif untuk memasarkan Kopi. Gagasan baru proses kreatif perlu diarahkan untuk menciptakan proses produksi inovatif. Keunikan Kopi Temanggung perlu dijaga dengan adopsi standar Indikasi Geografis Kopi Temanggung karena merupakan kekhasan Kopi Temanggung.

UMKM Kopi Temanggung perlu mempertahankan proses dan metode produksi yang inovatif. Sehingga Kopi yang diproduksi lebih berkualitas dibandingkan pesaing. Selain itu, implementasi proses kreatifitas untuk pengembangan produk dan proaktif mengenalkan dan memasuki peluang pasar yang potensial.

DAFTAR PUSTAKA

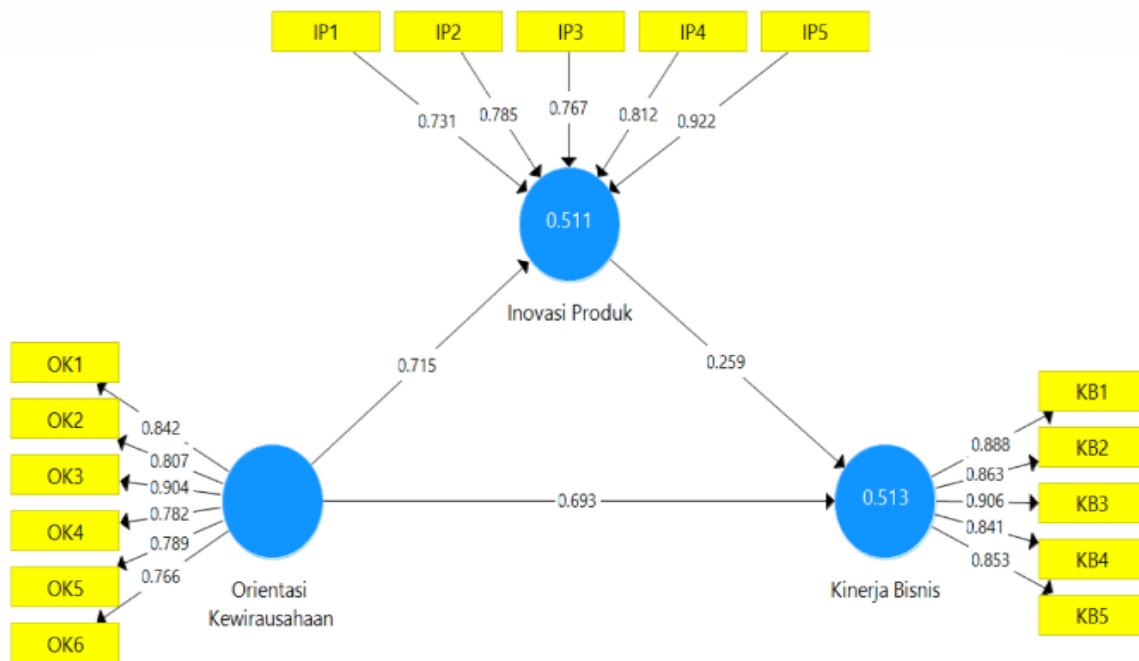
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755–775.
<https://doi.org/10.1177/014920630102700609>
- Arshad, A. S., Rasli, A., Arshad, A. A., & Zain, Z. M. (2014). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance: A Study of Technology-based SMEs in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130(1996), 46–53.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.006>
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75, 226–235.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- Avlonitis, G. J., & Salavou, H. E. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566–575.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.01.001>
- Badan Pusat Statistik. 2020. Produksi Perkebunan Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman (ton) di Kabupaten Temanggung, 2018 dan 2019. Badan Pusat Statistik Kabupaten Temanggung.
- Bakaritantri, P. P., Haribowo, P., & Hasyim, F. (2022). The Role of Innovation for Knowledge Management to Predispose Business Performance of Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) in Semarang City during Covid-19 Outbreak. *Admisi dan Bisnis*, 22(3), 271–282.
<http://dx.doi.org/10.32497/ab.v22i3.3239>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
<https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The Resource-based View of The Firm: Ten Years After 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641.
<https://doi.org/10.1177/014920630102700601>
- Burhanuddin, B., Pambudy, R., & Wahyudi, A. F. (2019). Analisis Karakteristik Kewirausahaan dan Adopsi Inovasi Petani Kopi di Provinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6(2), 73–84.
<https://doi.org/10.29244/jai.2018.6.2.73-84>
- Carolina Simorangkir, N., & Rosiana, N. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Robusta. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 113–125.
<https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.113-125>
- Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1.
<https://doi.org/10.2307/1252247>
- Christa, U. R., & Kristinae, V. (2021). The effect of product innovation on business performance during covid 19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(1), 151–158.
<https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.10.006>
- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2005). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Academy of Management 2005 Annual Meeting: A New Vision of Management in the 21st Century, AOM 2005*, 57–81.
<https://doi.org/10.5465/ambpp.2005.18778648>
- Frank, H., Kessler, A., & Fink, M. (2010). Entrepreneurial Orientation and Business Performance – A Replication Study. *Schmalenbach Business Review*, 62(2), 175–198.
<https://doi.org/10.1007/bf03396804>

- Fredyna, T., Ruíz-Palomo, D., & Dieguez, J. (2019). Entrepreneurial orientation and product innovation. The moderating role of family involvement in management. *European Journal of Family Business*, 9(2), 128–145.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24310/ejfbefjb.v9i2.5392>
- Freixanet, J., Braojos, J., Rialp-Criado, A., & Rialp-Criado, J. (2021). Does international entrepreneurial orientation foster innovation performance? The mediating role of social media and open innovation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33–44.
<https://doi.org/10.1177/1465750320922320>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report The Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
<https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair Jr., J. F., Matthews, L. M., Matthews, R. L., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107.
<https://doi.org/10.1504/ijmda.2017.1008574>
- Huang, S. K., & Wang, Y. L. (2011). Entrepreneurial Orientation, Learning Orientation, and Innovation in Small and Medium Enterprises. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 563–570.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.004>
- Iqbal, S., Martins, J. M., Mata, M. N., Naz, S., Akhtar, S., & Abreu, A. (2021). Linking Entrepreneurial Orientation with Innovation Performance in SMES; The Role of Organizational Commitment and Transformational Leadership Using Smart PLS-SEM. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 1–18.
<https://doi.org/10.3390/su13084361>
- Jalilvand, M. R., Vosta, L. N., Khalilakbar, R., Pool, K. J., & Tabaeian, R. A. (2017). The Effects of Internal Marketing and Entrepreneurial Orientation on Innovation in Family Businesses. *Journal of the Knowledge Economy*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s13132-017-0516-7>
- Khedhaouria, A., Gurău, C., & Torrès, O. (2015). Creativity, Self-Efficacy, and Small-Firm Performance: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation. *Small Business Economics*, 44(3), 485–504.
<https://doi.org/10.1007/s11187-014-9608-y>
- Löfsten, H. (2014). Product Innovation Processes and The Trade-Off Between Product Innovation Performance and Business Performance. *European Journal of Innovation Management*, 17(1), 61–84.
<https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2013-0034>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Madhoushi, M., Sadati, A., Delavari, H., Mihdivand, M., & Mihandost, R. (2011). Entrepreneurial Orientation and Innovation Performance: The Mediating Role of Knowledge Management. *Asian Journal of Business Management*, 3(4), 310–316.
http://www2.lse.ac.uk/fmg/research/RICAFE/pdf/Puri_Manju.pdf%5Cnhttp://jom.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0149206312455244%5Cnhttp://en.wikipedia.org/wiki/Authentic_leadership%5Cnhttp://www.journal-jger.com/content/2/1/1%5Cnhttp://www.ijhssnet.com/journals/V
- Narulita, S., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya Saing dan Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 2(1), 63.
<https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.1.63-74>
- Okpara, J. O. (2009). Strategic Choices, Export Orientation and Export Performance of SMEs in Nigeria. *Management Decision*, 47(8), 1281–1299.

- <https://doi.org/10.1108/00251740910984541>
- Parkman, I. D., Holloway, S. S., & Sebastiao, H. (2012). Creative Industries: Aligning Entrepreneurial Orientation and Innovation Capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 14(1), 95–114.
<https://doi.org/10.1108/14715201211246823>
- Pratono, A., Chee Wee, T., Hida Syahchari, D., TyazNugraha, A., & Kamariah Nik Mat, N. (2013). The Direct Effect of Entrepreneurial Orientation and Innovation Success on Firm Performance. *American Journal of Economics*, 3(1), 1–6.
<https://doi.org/10.5923/j.economics.20130301.01>
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for The Future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00308.x>
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation Always Beneficial? A Meta-Analysis of The Relationship Between Innovation and Performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Rua, O., França, A., & Fernández Ortiz, R. (2018). Key Drivers of SMEs Export Performance: The Mediating Effect of Competitive Advantage. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 257–279.
<https://doi.org/10.1108/JKM-07-2017-0267>
- Sam'ani, S., Lestari, S. S., Arumsari, V., & Hasanah, S. (2019). Peran Perbankan Syariah Dalam Upaya Pengembangan Umkm Industri Kopi Di Kabupaten Temanggung. Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat; Semarang, 17 Desember 2019. hlm 1015–1024.
- Seo, R. (2020). Entrepreneurial orientation and innovation performance: insights from Korean ventures. *European Journal of Innovation Management*, 23(4), 675–695.
<https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2019-0023>
- Septiani, B. A., & Kawuryan, I. S. S. (2021). Analisa Penyebab Turunnya Produksi Kopi Robusta Kabupaten Temanggung. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 365–388.
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4612>
- Shaher, A. T. H. Q., & Mohd Ali, K. A. (2020). The Effect Of Entrepreneurial Orientation On Innovation Performance: The Mediation Role of Learning Orientation on Kuwait SMEs. *Management Science Letters*, 10(16), 3811–3820.
<https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.7.030>
- Song, W., Ma, X., & Yu, H. (2019). Entrepreneurial Orientation, Interaction Orientation, and Innovation Performance: A Model of Moderated Mediation. *SAGE Open*, 9(4).
<https://doi.org/10.1177/2158244019885143>
- Sujatmiko, T., Sugihardjo, & Ihsaniyati, H. (2020). Kajian Sosial Ekonomi Adopsi Metode Produksi Kopi Robusta Berbasis Indikasi Geografis di Kabupaten Temanggung. Prosiding Seminar Nasional Polbangtan Yogyakarta; Magelang, 23 Juli 2020. hlm 119–131.
- Sumarjo, N. S., Ihsaniyati, H. I., & Pardono, P. P. (2020). Adopsi Standar Indikasi Geografis Oleh Petani Kopi Robusta di Kabupaten Temanggung. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 19(1), 1–14.
<https://doi.org/10.31186/jagrisep.19.1.1-14>
- Virgawati, S., & Murdiyanto, E. (2020). Kolaborasi Pentahelix Dalam Mendukung Peningkatan Produksi Kopi Berkualitas Di Temanggung. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian

- UPN "Veteran" Yogyakarta; Yogyakarta,
14 Oktober 2020. hlm 306–314.
- Wiklund, J. (1999). The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation - Performance Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37–48.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879902400103>
- Wiklund, Johan, & Shepherd, D. (2003). Knowledge-Based Resources, Entrepreneurial Orientation, and The Performance of Small and Medium-Sized Businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307–1314.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/smj.360>
- Wiklund, Johan, & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Wulan Tresna, P., & Jaja Raharja, U. (2019). Effect of Entrepreneurial Orientation, Product Innovation and Competitive Advantage on Business Performance in Creative Industries in Bandung City, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8(3), 51–60.
<http://buscompress.com/journal-home.html>
- Wulandari, E., & Murniawaty, I. (2019). Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(2), 69–77.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>
- Yang, C. W. (2008). The Relationships Among Leadership Styles, Entrepreneurial Orientation, and Business Performance. *Managing Global Transitions*, 6, 257–275.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Yaskun, M., & Sudarmiatin. (2021). The Role of Entrepreneurship Orientation and Market Orientation on Product Innovation and Business Performance at SMEs Restaurants in Lamongan. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 2087–6327.
www.enrichment.iocspublisher.org
- Zhang, Y., & Zhang, X. (2012). The Effect of Entrepreneurial Orientation on Business Performance a Role of Network Capabilities in China Yanlong. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(2), 132–142.
<https://doi.org/10.1108/17561391211242744>

LAMPIRAN



Lampiran 1. Gambar Diagram Jalur Hasil Pengolahan PLS-SEM