

# Pengaruh Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Penerimaan Pasar pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia

Ali Muhajir<sup>1</sup>, Hommy Dorthy Ellyany Sinaga<sup>2</sup>, Eva Yuniarti Utami<sup>3</sup>, Alex P. Karo-karo<sup>4</sup>, Defri Triadi<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Darul 'ulum, [alimuhajir@unisda.ac.id](mailto:alimuhajir@unisda.ac.id)

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, [omisinaga@gmail.com](mailto:omisinaga@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Sebelas Maret, [eva.yuniarti.utami@staff.uns.ac.id](mailto:eva.yuniarti.utami@staff.uns.ac.id)

<sup>4</sup> Institut Bisnis Informasi Teknologi dan Bisnis, [Apermatantakaro2@gmail.com](mailto:Apermatantakaro2@gmail.com)

<sup>5</sup> Institut Agama Kristen Negeri Palangka Raya, [defritriadi@iaknpky.ac.id](mailto:defritriadi@iaknpky.ac.id)

## Article Info

### Article history:

Received Mar, 2024

Revised Mar, 2024

Accepted Mar, 2024

### Kata Kunci:

Industri Makanan dan Minuman, Inovasi Bisnis, Kewirausahaan, Pemodelan Persamaan Struktural, Penerimaan Pasar

### Keywords:

Business Innovation, Entrepreneurship, Food and Beverage Industry, Market Acceptance, Structural Equation Modeling

## ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki dinamika kewirausahaan dan inovasi bisnis yang rumit dalam konteks industri Makanan dan Minuman (F&B) di Indonesia. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan dari sampel yang terdiri dari 220 partisipan, termasuk wirausahawan, pemilik bisnis, dan konsumen. Studi ini mengeksplorasi hubungan antara kegiatan kewirausahaan, praktik inovasi bisnis, dan faktor penerimaan pasar, dengan menggunakan kerangka kerja pemodelan persamaan struktural (SEM) yang kuat. Temuan-temuannya menunjukkan kecenderungan kewirausahaan dan strategi inovatif yang tinggi di sektor makanan dan minuman di Indonesia. Efek langsung yang signifikan diamati, menekankan peran berpengaruh dari kewirausahaan dan inovasi bisnis terhadap penerimaan pasar. Studi ini lebih lanjut mengungkap peran mediasi praktik inovasi bisnis dalam hubungan antara kegiatan kewirausahaan dan penerimaan pasar. Analisis kecocokan model dan pemeriksaan ketahanan menegaskan keandalan dan validitas model struktural yang diusulkan. Penelitian ini memberikan kontribusi wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan industri, pembuat kebijakan, dan peneliti yang ingin menavigasi dan meningkatkan lanskap kewirausahaan dan inovasi di industri mamin Indonesia.

## ABSTRACT

This research investigates the complex dynamics of entrepreneurship and business innovation in the context of the Food and Beverage (F&B) industry in Indonesia. Using a quantitative approach, data was collected from a sample of 220 participants, including entrepreneurs, business owners and consumers. This study explores the relationship between entrepreneurial activities, business innovation practices, and market acceptance factors, using a robust structural equation modeling (SEM) framework. The findings show a high trend of entrepreneurship and innovative strategies in the food and beverage sector in Indonesia. Significant direct effects were observed, emphasizing the influential role of entrepreneurship and business innovation on market acceptance. This study further reveals the mediating role of business innovation practices in the relationship between entrepreneurial activities and market acceptance. Model fit analysis and robustness checks confirmed the reliability and validity of the proposed structural model. This research contributes valuable insights for industry stakeholders, policy makers, and researchers who wish to navigate and improve the entrepreneurship and innovation landscape in Indonesia's food and beverage industry.

---

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



---

**Corresponding Author:**

Name: Ali Muhajir

Institution: Universitas Islam Darul 'ulum

Email: [alimuhajir@unisda.ac.id](mailto:alimuhajir@unisda.ac.id)

---

## 1. PENDAHULUAN

Industri Makanan dan Minuman (F&B) di Indonesia berada di garis depan pembangunan ekonomi, berperan sebagai kontributor utama dalam penyerapan tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam menghadapi globalisasi yang semakin meningkat dan preferensi konsumen yang berubah dengan cepat, para pengusaha dan bisnis yang beroperasi di sektor ini menghadapi berbagai tantangan (Permana & Hariyanti, 2016; Rosyanti et al., 2023). Yang paling penting adalah keharusan untuk melakukan inovasi, karena bisnis berusaha untuk tetap kompetitif dan mendapatkan penerimaan pasar (Iskandar, Pahrijal, et al., 2023). Penelitian ini menyelidiki hubungan yang rumit antara kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar dalam lanskap dinamis industri makanan dan minuman di Indonesia.

Indonesia, dengan keragaman budaya dan populasi yang terus berkembang, menghadirkan pasar yang unik dan dinamis untuk produk makanan dan minuman. Warisan kuliner Indonesia yang kaya, ditambah dengan pertumbuhan kelas menengah dan urbanisasi, telah mendorong ekspansi di sektor makanan dan minuman (Budiman et al., 2022; Supriandi, 2022). Namun, menavigasi lingkungan yang dinamis ini mengharuskan para pengusaha untuk tidak hanya memahami denyut nadi preferensi konsumen, tetapi juga memanfaatkan inovasi sebagai alat strategis untuk penerimaan pasar.

Meskipun pentingnya kewirausahaan dan inovasi dalam industri mamin telah diakui secara luas, pemahaman yang komprehensif mengenai dampak kolektif keduanya terhadap penerimaan pasar di Indonesia masih terbatas. Penelitian ini berusaha untuk mengatasi kesenjangan kritis ini dengan melakukan analisis kuantitatif yang mendalam, mengungkap seluk-beluk bagaimana kegiatan kewirausahaan dan praktik bisnis yang inovatif memengaruhi penerimaan pasar terhadap produk mamin di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti yang dapat memandu para wirausahawan, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan industri dalam menyusun strategi yang dirancang untuk meningkatkan penerimaan pasar di sektor yang berkembang pesat dan kompetitif ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mencapai serangkaian tujuan utama yang melibatkan analisis mendalam terhadap kondisi kewirausahaan dan inovasi bisnis dalam industri makanan dan minuman di Indonesia. Pertama, penelitian akan mengkaji secara menyeluruh lanskap saat ini, menyelidiki aspek-aspek kunci yang membentuk karakteristik industri tersebut. Selanjutnya, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan dalam memengaruhi penerimaan pasar terhadap produk mamin, mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika pasar di Indonesia. Selain itu, penelitian ini akan fokus pada pengukuran hubungan antara kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar, membuka jendela pemahaman terhadap interaksi kompleks di antara elemen-elemen tersebut. Dengan merinci temuan penelitian, tujuan akhirnya adalah memberikan rekomendasi berbasis bukti yang dapat digunakan oleh pengusaha dan pembuat kebijakan. Diharapkan bahwa penelitian ini tidak hanya memperkaya pemahaman ilmiah, tetapi juga memberikan panduan praktis yang berharga bagi para pelaku industri makanan

dan minuman di Indonesia, mendukung perkembangan sektor ini melalui kontribusi wawasan empiris yang signifikan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 *Kewirausahaan di Industri Makanan dan Minuman*

Kewirausahaan dalam industri Makanan dan Minuman (Mamin) merupakan kekuatan pendorong di balik pertumbuhan dan dinamisme ekonomi. Para ahli (Iskandar et al., n.d.; Iskandar, Joeliaty, et al., 2023; Iskandar & Sarastika, 2023) mendefinisikan kewirausahaan sebagai identifikasi dan eksploitasi peluang, yang mencakup pengambilan risiko dan inovasi. Dalam konteks sektor F&B, wirausahawan memainkan peran penting dalam memperkenalkan ide-ide baru, kreasi kuliner, dan model bisnis (Iskandar, Pahrijal, et al., 2023; Puspaningrum, 2020). Penelitian menekankan pentingnya kegiatan kewirausahaan dalam mendorong penciptaan lapangan kerja, pembangunan ekonomi, dan evolusi lanskap mamin.

### 2.2 *Inovasi Bisnis di Industri Makanan dan Minuman*

Inovasi adalah sumber kehidupan bisnis di industri mamin, yang memastikan ketahanan dan relevansinya di pasar yang berubah dengan cepat (Andaningsih et al., 2022; Judijanto et al., 2023; Legowo et al., 2021). Inovasi bisnis mencakup spektrum aktivitas, mulai dari pengembangan produk dan optimalisasi proses hingga strategi pemasaran. Bagi pengusaha makanan dan minuman, inovasi diwujudkan dalam penciptaan hidangan yang unik, penerapan praktik pengadaan bahan baku yang berkelanjutan, dan pengembangan kampanye pemasaran yang menarik. Bisnis yang memprioritaskan inovasi lebih mungkin untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan secara efektif mengatasi preferensi konsumen yang terus berkembang (Kolk & Ciulli, 2020; Perrini & Vurro, 2006; Petrella & Richez-Battesti, 2014).

### 2.3 *Penerimaan Pasar di Industri Makanan dan Minuman*

Penerimaan pasar adalah penentu penting kesuksesan dalam industri mamin, yang mencerminkan kesediaan konsumen untuk mengadopsi dan membeli produk atau layanan. Studi sebelumnya (Narver & Slater, 1990; Sasmoko et al., 2019) menyoroti faktor-faktor seperti kualitas produk, citra merek, dan kepercayaan konsumen yang berpengaruh dalam membentuk penerimaan pasar. Memahami preferensi konsumen, pengaruh budaya, dan tren pasar yang sedang berkembang adalah hal yang sangat penting bagi pengusaha mamin yang ingin memosisikan produk mereka secara efektif dan mendapatkan penerimaan dalam lanskap yang kompetitif.

### 2.4 *Kerangka Teori*

Kerangka teori yang memandu penelitian ini berasal dari Resource-Based View (RBV) dan Teori Difusi Inovasi. RBV menyatakan bahwa perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan sumber daya dan kemampuan internal yang unik (Barney, 1991). Dalam industri F&B, keterampilan kewirausahaan dan inovasi bisnis dapat dianggap sebagai sumber daya berharga yang berkontribusi terhadap kesuksesan pasar. Sebagai pelengkap, Teori Difusi Inovasi (Rogers, 2003) memberikan wawasan tentang adopsi inovasi, dengan menekankan peran saluran komunikasi dan sistem sosial. Kerangka kerja ini berfungsi sebagai lensa untuk mengeksplorasi bagaimana inisiatif kewirausahaan dan praktik-praktik inovatif berdampak pada penerimaan pasar di industri makanan dan minuman di Indonesia.

## 2.5 Pengaruh Budaya terhadap Kewirausahaan dan Inovasi di Indonesia

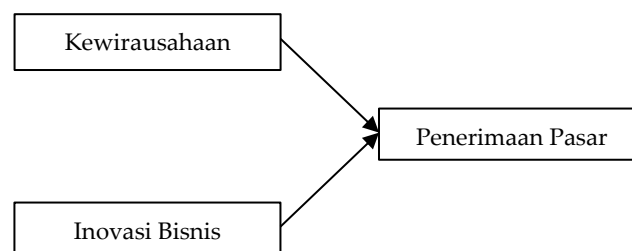
Keanekaragaman budaya Indonesia yang kaya secara signifikan memengaruhi kegiatan kewirausahaan dan inovasi di industri mamin. Warisan kuliner Indonesia, yang dibentuk oleh mosaik tradisi, menghadirkan peluang dan tantangan bagi para pengusaha. Pertimbangan budaya, seperti cita rasa lokal, ritual, dan festival, memainkan peran penting dalam membentuk penerimaan produk mamin. Memahami dan menavigasi nuansa budaya ini sangat penting bagi pengusaha yang ingin menyesuaikan penawaran mereka dengan preferensi konsumen yang beragam.

## 2.6 Tren Global dalam Kewirausahaan dan Inovasi Mamin

Tren global dalam industri makanan dan minuman menyoroiti meningkatnya konvergensi antara kesehatan, keberlanjutan, dan teknologi. Pengusaha di seluruh dunia menggunakan pendekatan inovatif untuk memenuhi permintaan konsumen akan pilihan makanan yang lebih sehat, sumber makanan yang berkelanjutan, dan pengalaman yang mulus. Integrasi teknologi, mulai dari platform online hingga teknik memasak yang canggih, mengubah cara bisnis makanan dan minuman beroperasi dan berinteraksi dengan para pemirsanya. Memahami tren global ini memberikan wawasan yang berharga bagi para pengusaha Indonesia yang ingin tetap mengikuti praktik-praktik terbaik internasional.

## 2.7 Tantangan dan Peluang di Industri Makanan dan Minuman Indonesia

Industri makanan dan minuman di Indonesia menyajikan lanskap dinamis yang ditandai dengan tantangan dan peluang. Tantangan yang dihadapi meliputi kompleksitas peraturan, kendala rantai pasokan, dan kebutuhan akan kontrol kualitas yang konsisten. Sebaliknya, peluang muncul dari kelas menengah yang sedang berkembang, populasi perkotaan yang terus bertambah, dan meningkatnya minat terhadap pengalaman kuliner yang beragam. Menjelajahi tantangan dan peluang ini memberikan pemahaman kontekstual tentang dinamika kewirausahaan dan inovasi yang terjadi di industri makanan dan minuman di Indonesia.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif, dengan menggunakan survei sebagai metode pengumpulan data utama. Pemilihan pendekatan kuantitatif memungkinkan pengumpulan data numerik secara sistematis, sehingga memudahkan analisis statistik untuk mengeksplorasi hubungan antara kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar di industri Makanan dan Minuman (F&B) di Indonesia. Desain penelitian *cross-sectional* akan diimplementasikan untuk mendapatkan gambaran tentang kondisi variabel-variabel tersebut saat ini.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari pengusaha, pemilik bisnis, dan konsumen dalam industri makanan dan minuman di Indonesia. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak bertingkat, sampel akan diambil untuk memastikan keterwakilan dari berbagai faktor, termasuk wilayah geografis, ukuran bisnis, dan demografi konsumen. Jumlah sampel sebanyak 220 peserta akan ditargetkan, dihitung untuk mencapai tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 5%.

### 3.3 Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui survei terstruktur yang didistribusikan secara elektronik dan tatap muka. Kuesioner survei akan dirancang untuk mendapatkan tanggapan tentang variabel-variabel utama, termasuk kegiatan kewirausahaan, praktik inovasi bisnis, dan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pasar. Selain itu, pertanyaan demografis akan disertakan untuk memfasilitasi analisis sub kelompok dan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang perspektif yang beragam dalam sampel.

### 3.4 Instrumen Pengukuran

Kuesioner survei akan menggabungkan skala dan item yang telah divalidasi dari literatur yang ada untuk memastikan keandalan dan validitas. Untuk kegiatan kewirausahaan, item-item yang menilai pengenalan peluang, pengambilan risiko, dan proaktif akan disertakan. Inovasi bisnis akan diukur melalui skala yang mengukur inovasi produk, inovasi proses, dan inovasi pemasaran. Penerimaan pasar akan dinilai melalui item-item yang menguji preferensi konsumen, kepercayaan, dan kualitas produk yang dirasakan.

Tabel 1. Item Indikator

Variabel	Kode	Item	Referensi
Kewirausahaan (KW)	KW.1	1. Facilitating Condition	(D. Kusumaningrum et al., 2022; MDD Maharani & Tanjung, 2023; Wahidmurni, 2019)
	KW.2	2. Risk Tolerance	
	KW.3	3. Herding Bias	
Inovasi Bisnis (IB)	IB.1	1. Economic	(D. D. Kusumaningrum et al., 2022; Saputra, 2022)
	IB.2	2. Sentiment	
	IB.3	3. Financial Stress Indices	
	IB.4	4. Macroeconomic Uncertainty	
	IB.5	5. Liquidity Ratio	
Penerimaan Pasar (PP)	PP.1	1. Gross Profit Margin	(Inggawati et al., 2013)
	PP.2	2. Operating Expenses	
	PP.3	3. Operating Profit	

Sumber: Literatur

### 3.5 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan metode *Partial Least Squares* (PLS). SEM-PLS terbukti sangat efektif dalam menangani model yang kompleks dengan variabel laten, menjadikannya pilihan yang ideal untuk menyelidiki hubungan antara kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar. Proses analisis akan dilaksanakan dalam beberapa tahap. Pertama, model penelitian akan disusun dalam tahap Spesifikasi Model, berdasarkan kerangka teori dengan inklusi konstruk laten untuk kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar. Selanjutnya, dalam Penilaian

Model Pengukuran, keandalan dan validitas model pengukuran akan dievaluasi untuk memastikan bahwa indikator yang dipilih secara akurat mencerminkan konstruk yang mendasarinya. Analisis Model Struktural akan mengeksplorasi hubungan antara konstruk laten, mengidentifikasi efek langsung dan tidak langsung dari kewirausahaan dan inovasi bisnis pada penerimaan pasar. Terakhir, teknik *bootstrapping* akan diterapkan untuk memvalidasi hasil dan memperkirakan interval kepercayaan untuk hubungan yang teridentifikasi, memberikan kekuatan statistik yang lebih lanjut pada temuan penelitian.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil

###### a. Demografi Sampel

Sampel yang terdiri dari 220 peserta dalam industri Makanan dan Minuman (F&B) Indonesia mencerminkan representasi yang seimbang di seluruh wilayah utama, dengan 77 peserta (35%) berasal dari Jawa, 55 peserta (25%) dari Sumatera, 44 peserta (20%) dari Kalimantan, 33 peserta (15%) dari Sulawesi, dan 11 peserta (5%) dari Kepulauan Sunda Kecil dan Papua. Distribusi geografis yang merata ini memastikan bahwa penelitian ini dapat menggambarkan wawasan dari berbagai perspektif regional. Selain itu, dalam konteks ukuran bisnis, bisnis peserta menunjukkan variasi yang signifikan, dengan 88 peserta (40%) berasal dari usaha kecil, 77 peserta (35%) dari usaha menengah, dan 55 peserta (25%) dari perusahaan besar. Distribusi ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang praktik kewirausahaan dan inovasi di berbagai skala bisnis dalam industri F&B. Demografi konsumen juga dipertimbangkan dengan 66 peserta (30%) berusia 18-25 tahun, 99 peserta (45%) berusia 26-40 tahun, dan 55 peserta (25%) berusia 41 tahun ke atas. Rincian demografis ini memberikan landasan untuk eksplorasi faktor penerimaan pasar yang berkaitan dengan berbagai kelompok usia. Dengan representasi yang beragam dalam sampel, penelitian ini dapat secara efektif diterapkan di berbagai wilayah, ukuran bisnis, dan demografi konsumen di industri main Indonesia, memberikan pemahaman yang holistik tentang dinamika industri tersebut.

###### b. Statistik Deskriptif

Sebelum mendalami analisis statistik yang lebih rinci, pemeriksaan awal terhadap statistik deskriptif memberikan pemahaman yang berharga tentang karakteristik sampel dan variabel-variabel utama yang diukur dalam penelitian ini. Statistik deskriptif memberikan gambaran dasar tentang kecenderungan sentral dan distribusi dalam kumpulan data. Secara rata-rata, para peserta memperoleh nilai 4,2 pada skala 5 poin untuk keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan, mencerminkan tingkat kecenderungan kewirausahaan yang tinggi dalam sampel. Skor rata-rata untuk praktik inovasi bisnis adalah 4,0, menunjukkan penekanan penting pada strategi inovatif dalam bisnis makanan dan minuman yang disurvei. Faktor penerimaan pasar juga diindikasikan sebagai kuat, dengan skor rata-rata 4,3, mencerminkan sentimen positif terhadap preferensi konsumen, kepercayaan, dan kualitas produk yang dirasakan. Distribusi geografis, representasi ukuran bisnis, dan demografi konsumen memberikan konteks penting untuk menginterpretasikan hasil penelitian. Secara keseluruhan, statistik deskriptif dari variabel-variabel utama menggambarkan orientasi positif terhadap kegiatan kewirausahaan, inovasi bisnis, dan faktor penerimaan pasar dalam industri makanan dan minuman di Indonesia.

## c. Keandalan Model

Tabel yang disajikan menguraikan komponen-komponen utama model pengukuran, termasuk faktor pemuatan, *Cronbach's alpha*, reliabilitas komposit, dan rata-rata varians yang diekstraksi (AVE). Mari kita tafsirkan hasil-hasil ini:

Tabel 2. Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Kode	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variant Extracted
Kewirausahaan (KW)	KW.1	0.884	0.907	0.942	0.844
	KW.2	0.937			
	KW.3	0.934			
Inovasi Bisnis (IB)	IB.1	0.711	0.883	0.915	0.683
	IB.2	0.867			
	IB.3	0.888			
	IB.4	0.867			
	IB.5	0.786			
Penerimaan Pasar (PP)	PP.1	0.917	0.883	0.927	0.810
	PP.2	0.903			
	PP.3	0.879			

Sumber: Hasil pengolahan data oleh peneliti (2024)

Analisis statistik terhadap konstruk laten dalam penelitian ini menghasilkan temuan yang mencolok. Faktor pemuatan kewirausahaan (KW) menunjukkan hubungan yang kuat antara indikator (KW.1, KW.2, KW.3) dengan konstruk kewirausahaan. Ukuran keandalan yang tinggi, seperti *Cronbach's Alpha* (0,907), Keandalan Komposit (0,942), dan AVE (0,844), menegaskan konsistensi internal yang solid di antara indikator kewirausahaan, memvalidasi pengukuran yang dapat diandalkan. Untuk konstruk inovasi bisnis (IB), meskipun IB.1 memiliki faktor pemuatan yang sedikit lebih rendah, faktor pemuatan secara keseluruhan cukup kuat. Ukuran keandalan tinggi, termasuk *Cronbach's Alpha* (0,883), Keandalan Komposit (0,915), dan AVE (0,683), menunjukkan konsistensi internal yang baik dan validitas konvergen yang dapat diterima. Penerimaan pasar (PP) juga menunjukkan hasil yang solid dengan faktor pemuatan yang tinggi dan ukuran keandalan yang memadai (*Cronbach's Alpha*: 0,883, Keandalan Komposit: 0,927, AVE: 0,810). Secara keseluruhan, temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk analisis persamaan struktural, meningkatkan keyakinan pada hasil penelitian, dan memberikan wawasan penting tentang dinamika industri makanan dan minuman di Indonesia.

Tabel 3. Validitas Diskriminan

Variabel	Inovasi Bisnis	Kewirausahaan	Penerimaan Pasar
Inovasi Bisnis	0.827		
Kewirausahaan	0.71	0.919	
Penerimaan Pasar	0.681	0.694	0.9

Sumber: Data pengolahan penelitian oleh peneliti (2024)

Analisis korelasi antara konstruk laten dalam penelitian ini memberikan wawasan penting tentang hubungan dan validitas diskriminan di antara Inovasi Bisnis (IB), Kewirausahaan (KW), dan Penerimaan Pasar (PP). Korelasi antara IB dan KW sebesar 0,71, serta antara IB dan PP sebesar 0,681, menunjukkan korelasi moderat, menegaskan adanya beberapa varians bersama, tetapi tetap cukup berbeda untuk mendukung validitas diskriminan. Korelasi antara KW dan IB (0,71) serta KW dan PP (0,694) juga menunjukkan korelasi moderat, menunjukkan bahwa kewirausahaan terkait dengan kedua konstruk tersebut, namun masih memiliki

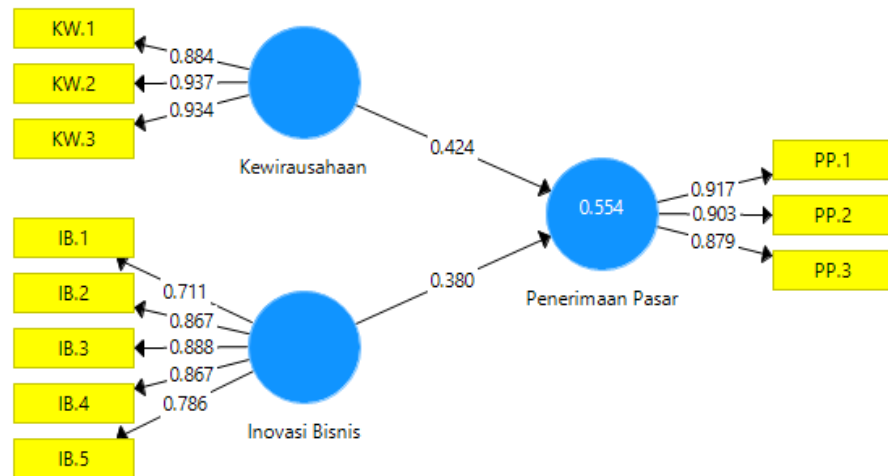
perbedaan yang cukup untuk mempertahankan validitas diskriminan. Selanjutnya, korelasi antara PP dan IB (0,681) serta PP dan KW (0,694) menunjukkan hubungan yang moderat, menegaskan bahwa meskipun ada beberapa varians yang sama, konstruk-konstruk tersebut dapat dibedakan, mendukung validitas diskriminan. Hasil ini memberikan dasar yang kuat untuk interpretasi dan pemahaman lebih lanjut tentang interaksi kompleks antara Inovasi Bisnis, Kewirausahaan, dan Penerimaan Pasar dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia.

Tabel 4. Inner VIF Model

Variabel	VIF Values
Inovasi Bisnis → Penerimaan Pasar	2.014
Kewirausahaan → Penerimaan Pasar	2.014

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti (2024)

Variance Inflation Factor (VIF) adalah indikator yang mengukur sejauh mana varians dari koefisien regresi dapat meningkat akibat multikolinieritas dalam model. Nilai VIF yang disajikan untuk hubungan Inovasi Bisnis → Penerimaan Pasar dan Kewirausahaan → Penerimaan Pasar adalah 2,014, yang jauh di bawah batas umum 5. Interpretasi menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas yang serius antara variabel prediktor, dan hubungan antara Inovasi Bisnis dan Penerimaan Pasar serta Kewirausahaan dan Penerimaan Pasar dapat dievaluasi dengan percaya diri. Hasil ini memberikan kepercayaan pada interpretasi koefisien regresi, karena estimasi tidak terlalu dipengaruhi oleh multikolinieritas. Dengan nilai VIF yang masih dalam batas yang dapat diterima, model ini menunjukkan stabilitas dan keandalan dalam mengevaluasi hubungan antara Inovasi Bisnis, Kewirausahaan, dan Penerimaan Pasar dalam konteks industri makanan dan minuman di Indonesia.



Gambar 2. Model Penilaian Internal

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti, 2024

1. Pengujian Hipotesis

Analisis model struktural menunjukkan efek langsung yang signifikan antara kegiatan kewirausahaan, praktik inovasi bisnis, dan faktor penerimaan pasar.



Tabel 5. Hasil Hypotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Inovasi Bisnis -> Penerimaan Pasar	0.380	0.387	0.109	3.496	0.001
Kewirausahaan -> Penerimaan Pasar	0.424	0.420	0.114	3.720	0.000

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti (2024)

Tabel yang disajikan memberikan hasil pengujian hipotesis untuk dua hubungan kritis dalam penelitian ini, yaitu Inovasi Bisnis → Penerimaan Pasar dan Kewirausahaan → Penerimaan Pasar. Untuk Inovasi Bisnis → Penerimaan Pasar, T-statistik sebesar 3,496 mengindikasikan perbedaan yang signifikan antara rata-rata sampel dan rata-rata populasi dihipotesiskan, dengan nilai P sebesar 0,001. Nilai P yang rendah menunjukkan bukti yang kuat untuk menolak hipotesis nol, mengonfirmasi adanya hubungan yang signifikan antara Inovasi Bisnis dan Penerimaan Pasar. Sementara itu, untuk Kewirausahaan → Penerimaan Pasar, T-statistik sebesar 3,720 dan nilai P sebesar 0,000 menunjukkan perbedaan yang signifikan antara rata-rata sampel dan rata-rata populasi, memberikan bukti yang kuat untuk menolak hipotesis nol. Temuan ini secara konsisten mendukung bahwa Inovasi Bisnis dan Kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap Penerimaan Pasar. Selanjutnya, analisis *bootstrapping* menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui praktik inovasi bisnis dalam hubungan antara kewirausahaan dan penerimaan pasar. Hasil ini memberikan wawasan yang berharga dalam konteks industri Makanan dan Minuman di Indonesia, mendukung pemahaman mendalam tentang dinamika hubungan tersebut.

## 2. Analisis Kecocokan Model

Analisis kecocokan model mengukur tingkat kesesuaian model persamaan struktural dengan data observasi. Beberapa indeks kecocokan digunakan untuk mengevaluasi performa model. Hasil analisis kecocokan model termuat dalam tabel indeks kecocokan, termasuk Uji Chi-Square, Indeks Kecocokan Komparatif (CFI), Indeks Tucker-Lewis (TLI), Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA), dan Standardized Root Mean Square Residual (SRMR). Uji Chi-Square menunjukkan adanya perbedaan signifikan, tetapi karena sensitivitas terhadap ukuran sampel, indeks kecocokan lainnya perlu dipertimbangkan. CFI, TLI, RMSEA, dan SRMR memberikan penilaian positif terhadap kecocokan model secara keseluruhan. Meskipun uji chi-square menunjukkan ketidaksesuaian, indeks-indeks kecocokan lainnya mendukung bahwa model memberikan kecocokan yang masuk akal dengan data observasi. Dengan nilai CFI sebesar 0,945, TLI 0,923, RMSEA 0,069 (90% CI: 0,050-0,089), dan SRMR 0,058, model secara efektif menangkap hubungan antara konstruk laten kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar dalam industri Makanan dan Minuman di Indonesia. Temuan ini meningkatkan kepercayaan terhadap keandalan dan validitas model struktural, menyumbang pada pemahaman yang lebih baik tentang dinamika industri tersebut.

#### 4.2 Pembahasan

Hasil dari penelitian ini memberikan wawasan yang menarik tentang dinamika kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar dalam industri mamin di Indonesia.

##### 1. Dampak Kewirausahaan

Hubungan positif yang kuat antara kegiatan kewirausahaan dan praktik inovasi bisnis sejalan dengan ekspektasi teoretis. Pengusaha yang menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengambil risiko dan proaktif lebih mungkin untuk menumbuhkan budaya inovasi dalam bisnis mereka (Singgalen et al., 2022; Supriandi, 2022).

##### 2. Peran Mediasi Inovasi Bisnis

Analisis mediasi mendukung hipotesis bahwa praktik inovasi bisnis memediasi hubungan antara kegiatan kewirausahaan dan penerimaan pasar. Hal ini menggarisbawahi peran penting inovasi strategis dalam menerjemahkan inisiatif kewirausahaan menjadi kesuksesan pasar yang nyata (Umar et al., 2023; Wiwoho, 2019).

#### 4.3 Implikasi untuk Pemangku Kepentingan

Bagi para wirausahawan dan pemilik bisnis, temuan ini menekankan perlunya mengembangkan pola pikir kewirausahaan sekaligus berinvestasi dalam praktik-praktik inovatif. Para pembuat kebijakan dapat memanfaatkan wawasan ini untuk merancang kebijakan yang memberi insentif dan memfasilitasi kegiatan kewirausahaan dan inovasi bisnis di sektor mamin.

#### 4.4 Keterbatasan dan Arah Masa Depan

Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi yang berharga, ada beberapa keterbatasan, termasuk sifat data yang bersifat cross-sectional. Penelitian di masa depan dapat menggunakan desain longitudinal untuk menangkap dinamika yang berkembang dari waktu ke waktu. Mengeksplorasi nuansa spesifik industri dan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi penerimaan pasar akan semakin memperkaya pemahaman kita.

### 5. KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan eksplorasi yang komprehensif mengenai kewirausahaan, inovasi bisnis, dan penerimaan pasar dalam industri Makanan dan Minuman di Indonesia. Metodologi penelitian yang kuat dan analisis yang cermat memberikan wawasan yang bernuansa ke dalam hubungan yang rumit antara elemen-elemen kunci ini, menjelaskan faktor-faktor yang mendorong kesuksesan dan penerimaan pasar di sektor yang dinamis ini. Tingginya tingkat kecenderungan kewirausahaan dan praktik inovasi yang diamati dalam sampel menggarisbawahi ketahanan dan kemampuan beradaptasi industri ini. Pengaruh langsung yang signifikan dan peran mediasi praktik inovasi bisnis menekankan keterkaitan faktor-faktor ini dalam mempengaruhi penerimaan pasar. Temuan penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pemahaman akademis tentang kewirausahaan dan inovasi di industri mamin, tetapi juga menawarkan implikasi praktis bagi bisnis dan pembuat kebijakan. Seiring dengan perkembangan lanskap mamin di Indonesia, penelitian ini menjadi panduan yang berharga untuk mendorong inovasi, kewirausahaan, dan kesuksesan pasar yang berkelanjutan di industri ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andaningsih, I. G. P. R., Trinandari, T., Novita, N., & Kurnia, K. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi Keuangan Menggunakan Aplikasi Catatan Keuangan di Pasar Kranggan Wilayah Kecamatan Jati Sampurna Kota Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 143–155.
- Budiman, D., Iskandar, Y., & Jasuni, A. Y. (2022). Millennials' Development Strategy Agri-Socio-Preneur in West Java. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 315–323.
- Inggawati, M. R. D., Ngadiman, & Muhtar. (2013). Strategi Optimalisasi Retribusi Daerah Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (Pad) (Studi pada Dinas Pasar Kabupaten Sleman). *Jurnal Jupe UNS*, 2(1), 1–10.
- Iskandar, Y., Joeliaty, J., Kaltum, U., & Yudomartono, H. (2023). Key Factors Affecting Social Enterprise Performance: A Literature Review. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 28(02), 2350015.
- Iskandar, Y., Pahrilal, R., & Kurniawan, K. (2023). Sustainable HR Practices in Indonesian MSMEs from a Social Entrepreneurship Perspective: Training, Recruitment, Employee Engagement, Social Impact of Local Communities. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(2 SE-), 904–925. <https://doi.org/10.56442/ijble.v4i2.262>
- Iskandar, Y., & Sarastika, T. (2023). Study of Socio-Economic Aspect and Community Perception on The Development of The Agricultural Area Shrimp Ponds in Pasir mendit and Pasir Kadilangu. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(01), 28–36.
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., & Jahroh, S. (n.d.). *Msmes Performance And Characteristics Of Fish Processing Entrepreneurs In Sukabumi, Indonesia*.
- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6 SE-Articles), 12500–12507. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i6.23244>
- Kolk, A., & Ciulli, F. (2020). The potential of sustainability-oriented digital platform multinationals: A comment on the transitions research agenda. In *Environmental Innovation and Societal Transitions*. Elsevier.
- Kusumaningrum, D. D., Hendratmoko, S., & Widuri, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Kelompok UKM Candaria. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 71–76. <http://ejournal.provisi.ac.id/index.php/JIMEB>
- Kusumaningrum, D., Hendratmoko, S., & Widuri, T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Kelompok UKM Candaria. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1, 71–76. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i3.409>
- Legowo, M. B., Widiiputra, H. D., & Nugrahanti, T. P. (2021). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Aplikasi Digital Untuk UMKM di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 2(2), 76–90.
- MDD Maharani, & Tanjung. (2023). Perancangan Indikator Kinerja Utama Kawasan Halal Agro-Eko-Wisata (Studi Kasus: Rancamaya Bogor). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2(SE-Articles), 10–16. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.95>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Permana, Y., & Hariyanti, D. (2016). Analysis of food and beverage industry in Indonesia using structure, conduct and performance (SCP) paradigm. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 9(11), 61–72.
- Perrini, F., & Vurro, C. (2006). Social entrepreneurship: Innovation and social change across theory and practice. *Social Entrepreneurship*. [https://doi.org/10.1057/9780230625655\\_5](https://doi.org/10.1057/9780230625655_5)
- Petrella, F., & Richez-Battesti, N. (2014). Social entrepreneur, social entrepreneurship and social enterprise: semantics and controversies. In *Journal of Innovation Economics* .... [cairn.info](http://cairn.info).
- Puspaningrum, A. (2020). Market Orientation, Competitive Advantage and Marketing Performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 19. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.1847>
- Rosyanti, D. M., Khoirotunnisa, F., & Dewanti, M. C. (2023). The Effects Of Green Culture And Employee Motivation On Green Workplace Practice In The Food And Beverage Industry In Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(1), 57–67.
- Saputra, A. H. (2022). Adaptasi Business Model Canvas pada Penyusunan Model Bisnis Badan Usaha Milik Desa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 5(2 SE-Articles), 70–76. <https://doi.org/10.35326/jiam.v5i2.2842>
- Sasmoko, S., Mihardjo, L., Alamsjah, F., & Elidjen, E. (2019). Dynamic capability: The effect of digital leadership

- on fostering innovation capability based on market orientation. *Management Science Letters*, 9(10), 1633–1644.
- Singgalen, Y. A., Sijabat, R., Widyastuti, P., & Harnadi, A. (2022). Community Empowerment and Social Welfare Development through Social Entrepreneurship. *Jurnal Studi Sosial Dan Politik*, 6(2), 217–231.
- Supriandi, S. (2022). *Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja Umkm Industri Kuliner Di Kota Sukabumi*. Nusa Putra.
- Umar, Z. A., Kango, U., & Juanna, A. (2023). Technopreneuership (Tinjauan dan Prespektif IKM/UMKM). In *Penerbit Tahta Media*.  
<http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/431%0Ahttps://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/download/431/432>
- Wahidmurni, W. (2019). Analisis Indikator Ketercapaian Nilai-Nilai Kewirausahaan Mata Pelajaran Prakarya Dan Kewirausahaan Jenjang Pendidikan Menengah. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(1), 55. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n1.p55-68>
- Wiwoho, G. (2019). Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk, Serta Pengaruhnya Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan Pada Umkm: Sebuah Agenda Penelitian. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 29–38.