

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS
PADA UMKM KOPI DI TANJUNG DUREN**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

**DIAJUKAN OLEH:
NAMA: Charles Sujanto
NIM: 115200273**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Charles Sujanto

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200273

Program Studi : Manajemen Bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 25 Desember 2023



Charles Sujanto

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Charles Sujanto
NIM : 115200273
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi
Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Bisnis
pada UMKM Kopi di Tanjung Duren

Jakarta, 7 Januari 2024

Pembimbing,



(Mei Ie, S.E., M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

NAMA	:	Charles Sujanto
NIM	:	115200273
PROGRAM / JURUSAN	:	Ekonomi Bisnis / Manajemen Bisnis
JUDUL SKRIPSI	:	Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Bisnis pada UMKM Kopi di Tanjung Duren

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 23 Januari 2023 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Frangky Slamet S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : Mei Ie, S.E., M.M.
Ronnie Resdianto Masman S.E., M.A., M.M.

Jakarta, 23 Januari 2023

Pembimbing,



(Mei Ie, S.E., M.M)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) CHARLES SUJANTO / 115200273

(B) *THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON BUSINESS SUSTAINABILITY IN COFFEE UMKM IN TANJUNG DUREN*

(C) *XIII. + 67 pages, Tahun 2023, table 10, gambar 3, Lampiran 5*

(D) *ENTERPRENEURSHIP*

(E) *ABSTRACT: Business sustainability is a crucial priority in conducting business as it plays a significant role. This research aims to determine the impact of product innovation and entrepreneurial orientation on business sustainability. Product innovation involves creating new products or enhancing existing ones to meet consumer preferences. Entrepreneurial orientation reflects the attitude and goals of individuals or business entities, driving them to run or develop their business. Business sustainability represents the implementation of strategic stages that provide advantages both in the short and long term, with continuous and ongoing development. The study, conducted in the Tanjung Duren area, utilized a quantitative approach, distributing questionnaires via Google Forms to 35 SME coffee businesses. The research was motivated by data indicating the potential of SMEs in the coffee industry's growth in Indonesia. Non-probability purposive sampling was employed for sample selection. PLS SEM was used for data analysis through Smart PLS 4 software to measure significance levels. The findings reveal that product innovation significantly and positively influences business sustainability. Additionally, entrepreneurial orientation also has a positive and significant impact on the sustainability of coffee businesses.*

(F) *Keywords: Product Innovation, Business Sustainability, Coffee, Entrepreneurial Orientation, MSMEs*

(G) *Reference list 29 (2018 – 2023)*

(H) *Mei Ie, S.E., M.M*

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) CHARLES SUJANTO / 115200273
(B) PENGARUH INOVASI PRODUK DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERELANJUTAN BISNIS PADA UMKM KOPI DI TANJUNG DUREN
(C) XIII.+ 67 halaman, Tahun 2023, table 10, gambar 3, Lampiran 5
(D) KEWIRAUSAHAAN
(E) ABSTRAK: Keberlanjutan bisnis merupakan hal yang harus diutamakan dalam menjalankan bisnis karena merupakan hal yang penting. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat efek atau pengaruh dari inovasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan bisnis. Inovasi produk adalah suatu cara untuk membuat produk baru atau mengembangkan suatu produk yang sudah ada supaya produk tersebut menjadi lebih baik dan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan. Orientasi kewirausahaan adalah sikap dan tujuan suatu individu atau pelaku usaha yang mendorong pelaku usaha agar bisa menjalankan atau mengembangkan bisnisnya. Keberlanjutan bisnis adalah bentuk dari implementasi tahapan strategi yang dapat memberikan keuntungan baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang yang sifatnya berlanjut atau terus berkembang. Penelitian ini dilakukan di daerah Tanjung Duren dengan metode kuantitatif dan menggunakan google form untuk menebarkan kuisioner kepada 35 pelaku usaha UMKM kopi. Penelitian ini didorong dari hasil data yang menunjukkan potensi bisnis UMKM dari pertumbuhan komoditas Kopi di Indonesia. Teknik mengambil sampel menggunakan non-probability sampling yang berpendekatan purposive sampling. PLS SEM digunakan untuk menganalisis data menggunakan software Smart PLS 4 untuk mengukur tingkat signifikansinya. Hasil dari penelitian ini inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis. Selain itu Orientasi Kewirausahaan pun memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keberlanjutan bisnis usaha kopi.
(F) Kata Kunci: Inovasi Produk, Keberlanjutan Bisnis, Kopi, Orientasi Kewirausahaan, UMKM
(G) Daftar Pustaka 29 (2018 – 2023)
(H) Mei Ie, S.E., M.M

HALAMAN MOTTO

*“If there’s something you can do today, do it. Do not wait until tomorrow.” –
Marc Marquez*

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Karya ini saya berikan dan persembahkan kepada dunia akademis, civitas Universitas Tarumanagara, keluarga, masyarakat, dan teman selama penelitian ini”

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur dan penuh rasa hormat, penulis menyampaikan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi, berupa bimbingan, kritik, dan saran, serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik, yaitu:

1. Ibu Mei Ie, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta penuh kesabarandalam membimbing serta memberikan pengarahan pada penulis selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Keluarga yang peneliti hormat dan sayangi Papa, Mama, Ci Sherly, Kimberly, Popo, dan Nelle.
7. Teman – teman seperjuangan selama semester satu Jeremy, Ricky, William, Kevin, Calvin, Erick, Nilsen dan Edwin.
8. Sahabat yang terus mendukung peneliti Daniel, Ryan, dan Darman.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya

Jakarta, 07 Januari 2024



(Charles Sujanto)

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN JUDUL</i>	<i>i</i>
<i>SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT</i>	<i>ii</i>
<i>HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>v</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>vi</i>
<i>HALAMAN MOTTO</i>	<i>vii</i>
<i>HALAMAN PERSEMBAHAN</i>	<i>viii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xiii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xiv</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xv</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah.....	5
B. Tujuan dan Manfaat	5
1. Tujuan.....	5
2. Manfaat.....	6
<i>BAB II LANDASAN TEORI</i>	<i>7</i>
A. Gambaran Umum Teori	7
B. Definisi Konseptual Variabel	8
1. Inovasi Produk.....	8

2. Orientasi Kewirusahaan	9
3. Keberlanjutan Bisnis	10
C. Kaitan Antar Variabel	11
1. Inovasi Produk terhadap Keberlanjutan Bisnis	11
2. Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Bisnis	12
D. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis	12
<i>BAB III METODE PENELITIAN.....</i>	<i>14</i>
A. Desain Penelitian.....	14
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	14
1. Populasi.....	14
2. Teknik Pengambilan Sampel	14
3. Ukuran Sampel.....	15
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen Penelitian	15
1. Operasionalisasi Variabel	15
2. Instrumen Penelitian.....	19
D. Analisis Validitas & Reliabilitas	20
1. Analisis Validitas	20
2. Uji Reliabilitas.....	24
E. Analisis Data	24
1. Analisis <i>Outer Model</i>	25
2. Analisis <i>Inner Model</i>	26
<i>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</i>	<i>28</i>
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	28
B. Deskripsi Objek Penelitian	30
1. Inovasi Produk.....	30
2. Orientasi Kewirausahaan	32

3. Keberlanjutan Bisnis	34
C. Hasil Analisis Data	36
1. Uji <i>R – Square</i> (Koefisien Determinan)	36
2. Uji F- Square (<i>Effect Size</i>)	36
3. Uji Q – Square (Prediction Relevance)	37
4. Uji Hipotesis	38
D. Pembahasan	40
1. Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Keberlanjutan Bisnis	40
2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Bisnis	40
<i>BAB V PENUTUP</i>.....	42
<i>A. Kesimpulan</i>.....	42
<i>B. Keterbatasan dan Saran</i>	42
1. Keterbatasan.....	42
2. Saran	42
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	44
<i>LAMPIRAN – LAMPIRAN</i>.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Volume Penjualan Kopi	3
Gambar 2.1 Model Pemikiran	13
Gambar 4 1. Hasil Uji Data melalui Bootstrapping	39

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel Inovasi Produk	15
Tabel 3. 2 Definisi Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan	16
Tabel 3. 3 Variabel Keberlanjutan Bisnis	18
Tabel 3. 4 Skala Likert	20
Tabel 3. 5 Hasil Outer Loading (Convergent Validity).....	22
Tabel 3. 6 Hasil <i>Cross Loading (Discriminant Validity - Fornell-Larcker criterion)</i>.....	23
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Kategori Jenis Kelamin Responden.....	28
Tabel 4. 2 Karakteristik Kategori Lama Usaha Kopi	28
Tabel 4. 3 Karakteristik Kategori Lokasi Usaha Kopi.....	29
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden pada Variabel Inovasi Produk	30
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden pada Variabel Orientasi Kewirausahaan..	32
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden pada Variabel Keberlanjutan Bisnis.....	34
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Koefisien Deteminan	36
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Uji F - Square	37
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Prediction Relevance (Q – Square).....	37
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Path Coefficient	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisiner Penelitian	48
Lampiran 2. Data Responden	62
Lampiran 3. Hasil Olahan Data Smart PLS	63
Lampiran 4. Riwayat Hidup	66
Lampiran 5. Hasil Uji Turnitin.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir bisnis banyak dilakukan di negara Indonesia. Mulai dari bisnis di bidang pakaian, otomotif dan yang paling banyak dijumpai adalah bisnis makan dan minuman. Di masa persaingan bisnis yang begitu ketat keberlanjutan bisnis merupakan faktor yang dibutuhkan oleh para pelaku usaha di Indonesia agar bisnis tersebut tetap bisa bersaing dan terus berlanjut di masa yang akan datang.

Keberlanjutan bisnis atau *sustainable business* adalah bentuk dari implementasi tahapan strategi yang dapat memberikan keuntungan baik dalam jangka waktu pendek maupun panjang yang sifatnya berlanjut atau terus berkembang. Keberlanjutan bisnis adalah kemampuan pelaku usaha bisnis dalam menjalankan bisnis tersebut tanpa batas waktu. Keberlanjutan usaha memiliki lima tolak ukur yang meliputi, memberikan kontribusi positif pada pekerja dalam skala internal, menciptakan lingkungan usaha yang kondusif, membangun reputasi dan merek usaha, mengembangkan inovasi dari produk, dan memberikan dampak sosial bagi masyarakat (Istianingsih *et al* , 2023).

Keberlanjutan bisnis dalam penelitian sebelumnya banyak dikaitkan dengan variabel inovasi produk dan orientasi kewirausahaan, di karenakan banyak perusahaan yang tidak bisa berjalan dengan baik karena kurangnya melakukan inovasi dan kurangnya pengetahuan tentang orientasi kewirausahaan. Oleh karena itu banyak penelitian yang mengaitkan keberlanjutan bisnis dengan inovasi produk dan orientasi kewirausahaan agar dapat mengetahui efek dari hal tersebut.

Inovasi produk adalah suatu cara untuk membuat produk baru atau mengembangkan suatu produk yang sudah ada supaya produk tersebut menjadi lebih baik dan sesuai dengan apa yang konsumen inginkan. Menurut Pauzi & Zulfikar (2019) inovasi produk adalah sebuah produk yang dikombinasikan oleh ide baru agar membuat suatu produk yang baru atau belum diketahui. Hal ini penting

bagi pemilik usaha bisnis kopi karena bisnis ini memiliki persaingan yang ketat sehingga dibutuhkan inovasi produk agar bisnis ini mampu untuk bersaing.

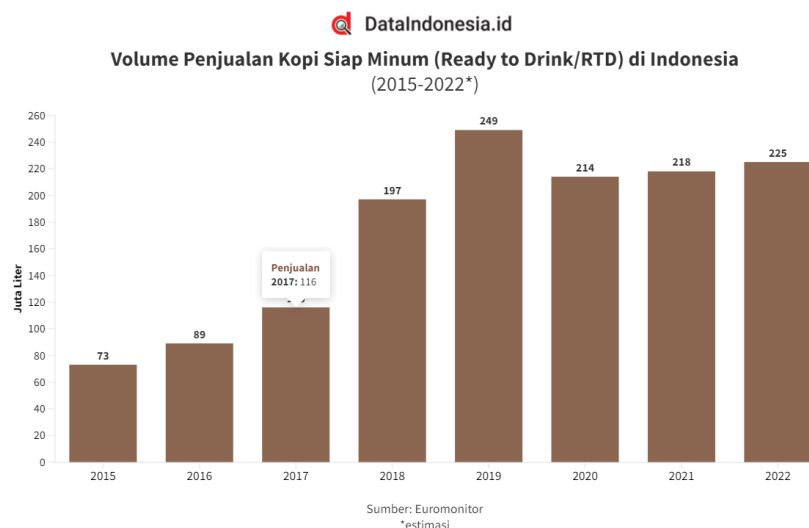
Orientasi kewirausahaan adalah sifat sifat atau tingkah laku yang harus dimiliki oleh wirausaha yang ingin membuat suatu usaha bisnis. Menurut Made *et al* (2019) orientasi wirausaha merupakan karakteristik yang dianut oleh wirausaha yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko, kecepatan, dan fleksibilitas. Menurut Santoso & Christian (2021) melalui hasil penelitiannya pada usaha kafe di Ambon mengatakan bahwa untuk membentuk suatu keberhasilan persaingan yang unggul maka peranan orientasi kewirausahaan menjadi faktor penting yang harus diperhatikan.

Dalam penelitian ini saya meneliti bisnis kopi dikarenakan bisnis kopi merupakan bisnis yang sedang tren di masyarakat. Kopi sudah menjadi bagian dari masyarakat. Kopi dikonsumsi saat pagi dalam memulai hari dan menjadi salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat gemar meminum kopi karena kandungan yang dimiliki kopi yaitu kafein. Kafein mampu memberikan energi serta membantu menghilangkan rasa kantuk (Nancy, 2022). Selain itu saat ini budaya mengonsumsi kopi dapat digunakan untuk memenuhi gaya hidupnya bagi sebagian individu (Yugantara *et al* , 2021).

Selain menjadi minuman khas, nyatanya bisnis kopi di Indonesia ini dapat memberikan dampak yang positif bagi negara. Menurut Musdhalifah Machmud, hal ini dikarenakan negara Indonesia memiliki beragam rasa kopi sehingga ini dapat menjadi salah satu sumber pemasukan bagi negara dan juga bisa memperbaiki ekonomi negara Indonesia (Hakim, 2022). Oleh karena itu bisnis kopi ini menjadikan peluang bisnis bagi masyarakat karena bisnis kopi merupakan bisnis UMKM yang menjanjikan. Dengan semakin banyaknya bisnis kopi yang beredar juga akan meningkatkan lapangan pekerjaan baru yang tentunya akan berdampak positif.

Hal ini didukung dengan fakta bahwa Indonesia sendiri merupakan penghasil kopi terbesar ke 3 di dunia setelah Brazil dan Vietnam (Muhamad, 2023). Di Indonesia bisnis kopi siap minum atau *Ready To Drink* (RTD) setiap tahunnya selalu naik (Ayu, 2022). Hal ini disebabkan karena harga kopi siap minum yang

terjangkau, terlebih untuk mendapatkan kopi siap minum sangat mudah karena banyak tersebar di berbagai wilayah yang mudah dijangkau. Konsumen juga dapat menggunakan layanan *online* apabila tidak ingin keluar rumah. Menurut data survei “Volume Penjualan Kopi Siap Minum di Indonesia” tahun 2015 – 2022 didapati bahwa penjualan kopi siap minum meningkat pesat sejak tahun 2015 sejumlah 73 juta liter kopi terjual. Di tahun 2022 kopi siap minum terjual sebanyak 225 juta liter. Walaupun pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan akibat fenomena pandemi Covid-19 (Ayu, 2022).



Gambar 1.1 Volume Penjualan Kopi
Sumber: (Ayu 2022)

Dengan adanya data di atas ini membuat usaha minuman kopi sebagai bisnis yang cukup menjanjikan. Hal ini disebabkan dari minatnya yang tinggi oleh masyarakat. Menurut data survei yang dilakukan oleh Honestdocs mengenai intensitas konsumsi kopi, bahwa rata – rata individu mengonsumsi 1 gelas kopi perorangnya setiap hari (Widiyarti, 2019). Dengan *demand* yang tinggi menjadikan bisnis kopi berada pada pasar dengan persaingan yang ketat.

Di luar manfaat dan peluang dari usaha kopi, ditemukan pula masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha kopi yaitu kurangnya pengetahuan yang cukup untuk menjalankan dan mengembangkan bisnisnya sehingga membuat usahanya tidak

dapat bertahan lama. Hal ini didukung oleh data survei yang dilakukan oleh Andrew Ryan Sinaga CEO Foodiz.ID, sebanyak 5,6 juta pengusaha tidak dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka dalam waktu 1 – 2 tahun (Sholihin, 2019). Maka dari itu penting untuk pelaku usaha mampu memahami pengetahuan yang cukup dalam menciptakan keberlanjutan usaha/bisnis.

Hal lain yang menjadi tantangan bagi pengusaha kopi adalah, variatif dari konsumen kopi itu sendiri. Menurut Survei Jajak Pendapat (Jakpat) dalam (Annur, 2022) minuman es kopi populer disetiap kalangan usia terutama dikalangan generasi milenial. Maka dari itu pengusaha kopi harus inovatif supaya minuman kopi yang ditawarkan bisa menjangkau segala usia yang terlibat.

Oleh karena itu implikasi atas pemahaman keberlanjutan usaha dalam bisnis kopi diperlukan. Hal ini didorong dari antusiasime dari perkembangan usaha kopi yang tumbuh dan tersebar di Indonesia. Diluar itu peneliti melihat keterlibatan inovasi produk dan orientasi kewirausahaan mampu mendorong terimplementasinya keberlanjutan usaha, khususnya dalam usaha kopi.

Berdasarkan penjabaran latar belakang ini maka peneliti tertarik dalam menganalisis keberlanjutan usaha Kopi di wilayah Tanjung Duren. Hal ini didorong dari jumlah pengusaha kopi di wilayah Tanjung Duren dan persaingannya yang ketat. Peneliti ingin menelaah implementasi dari inovasi produk dan orientasi kewirausahaan yang diimplementasikan sehingga menciptakan keberlanjutan usaha/bisnis kopi pada wilayah tersebut. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti akan mengangkat judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Keberlanjutan Bisnis pada UMKM Kopi di Tanjung Duren”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas maka peneliti menemukan keberadaan masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Persaingan ketat pada bisnis kopi menjadi tantangan bagi pengusaha kopi untuk mempertahankan keberlangsungan usaha.

- b. Kebutuhan inovasi produk dalam mempertahankan keberlangsungan usaha kopi ditengah perubahan tren konsumen kopi dari berbagai kalangan.
- c. Kebutuhan pengetahuan yang terbatas oleh pelaku usaha kuliner, sehingga dibutuhkan penerapan orientasi kewirausahaan yang matang dalam menjalani usaha kopi.

3. Batasan Masalah

Terlihatnya begitu luasnya ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini, maka peneliti akan melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini :

- a. Masalah terkait inovasi produk dibatasi pembahasannya melalui aspek: perluasan produk, peniruan produk, produk baru.
- b. Masalah terkait orientasi kewirausahaan dibatasi pembahasan melalui aspek: keinovatifan, pengambilan resiko, keaktifan, otonomi.
- c. Masalah terkait keberlanjutan bisnis dibatasi pembahasannya melalui aspek: dimensi ekonomi, dimensi sosial, dimensi lingkungan

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka diperoleh rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap keberlanjutan bisnis pada usaha kopi?
- b. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan bisnis pada usaha kopi?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, meliputi:

- a. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk pada keberlanjutan bisnis.
- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan pada keberlanjutan bisnis

2. Manfaat

Dalam penelitian ini terdapat beberapa manfaat yang ingin diimplementasikan, meliputi:

a. Manfaat Teoritis

Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini sekiranya dapat menjadi bahan analisis atas penjabaran korelasi pengaruh hubungan *inovasi produk* dan *orientasi kewirausahaan* terhadap *keberlanjutan bisnis* yang dapat dijadikan sumber rujukan dan analisis dalam kajian ilmiah.

b. Manfaat Praktis

Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini sekiranya dapat menjadi pedoman bagi masyarakat dan pelaku usaha, khususnya usaha minuman kopi untuk meningkatkan penjualan melalui pemanfaatan *inovasi produk* dan mengetahui *orientasi kewirausahaan* serta mengerti lebih dalam mengenai *keberlanjutan bisnis*

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). *Konsumen Minuman Kekinian Paling Banyak dari Generasi Milenial*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/konsumen-minuman-kekinian-paling-banyak-dari-generasi-milenial>
- Ayu, M. R. (2022). *Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia Naik 3,2% pada 2022*. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022>
- Chow, V., & Utama, L. (2023). *PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM KAIN ULOS*.
- Clarissa, S., Selamat, F., & Lim, A. (2023). The Effect of Entrepreneurship Orientation and Innovation on Sustainable Business Growth SME's Rice Box in West Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 512–520. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.512-520>
- Djojjobo, C. V., & Tawas, Hendra. N. (2018). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado*.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPls 4.0* (1st ed.). Universitas Diponegoro.
- Hakim, A. R. (2022). *Komoditas Kopi Nasional Bisa Jadi Stimulator Pertumbuhan Ekonomi - Page 2 - Bisnis Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4872951/komoditas-kopi-nasional-bisa-jadi-stimulator-pertumbuhan-ekonomi?page=2>
- Istianingsih, N., Defit, S., & Yenni, Z. (2023). *Keberlanjutan Bisnis Melalui Kinerja Bisnis, Budaya Adaptif, Inovasi: Digital Marketing Dan Perilaku Manajer*. PENERBIT INTELEKTUAL, MANIFES MEDIA.

- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion*. www.djkn.kemenkeu.go.id,
- Made, N., Ayuni, S., Agung, A., Supriyadinatha Gorda, N. E., Wayan, N., Budiasni, N., Tinggi, S., Satya, I. E., Singaraja, D., Kewirausahaan, O., Mote, S., Nagasepaha, D., & Produk, S. (2019). *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN SAAB MOTE DESA NAGASEPAHA SEBAGAI PRODUK IKONIK*. 4(1).
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen>
- Masyitoh, S., Azhad, M. N., & Rahayu, J. (2019). *Penerapan Konsep Resources-Based View (Rbv) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kasus Pada Artshop Akifani Mutiara Mataram)*.
- Muhamad, N. (2023). *Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023>
- Nancy, Y. (2022). *Mengenal Apa Itu Kafein, Manfaat, dan Efeknya Bagi Tubuh*.
<https://tirto.id/mengenal-apa-itu-kafein-manfaat-dan-efeknya-bagi-tubuh-gtD1>
- Putri, A. A., & Mugiono. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan*.
- Rizaty, M. A. (2022). *Volume Penjualan Kopi Siap Minum Indonesia Naik 3,2% pada 2022*. <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/volume-penjualan-kopi-siap-minum-indonesia-naik-32-pada-2022>
- Santoso, G. G., & Christian, M. (2021). Mengukur Determinan Kinerja Usaha Kedai Kopi Di Pantai Indah Kapuk (Pik) Jakarta Di Masa Awal Pandemi Covid-19. In *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan* (Vol. 5, Issue 2).
<http://journal.ubm.ac.id/>
- Sholihin, B. (2019). *7 Alasan Mengapa Pengusaha Bisnis Kuliner Sering Gagal - Bisnis Tempo.co*. <https://bisnis.tempo.co/read/1178601/7-alasan-mengapa-pengusaha-bisnis-kuliner-sering-gagal>

- Sihombing, N. E., & Gultom, C. O. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kesesuaian Harga terhadap Royalti Konsumen Pada Mahasiswi Pengguna Hair Care Makarizo Di Universitas Hkbp Nommensen Medan.*
- Sipayung, B., Rawung, M., Malalantang, Drevy. D., Mulyani, & Astuti, R. (2023). *Sistem Informasi pada Manajemen Risiko.* Cendikia Mulia Mandiri.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Alfabeta.
- Sukma, H. A. (2018). *Perspektif The RBV Dalam Membangun Competitives Advantages.*
- Sulaeman, M. (2018). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Tahu Di Sentra Industri Tahu Kota Banjar).*
- Wibowo, B., & Heryjanto, A. (2020). Pengaruh Kredibilitas Influencer, Nominal Harga, dan Media Sosial terhadap Minat Pembelian dengan Mediasi Citra Merek di Tokopedia. In *Journal of Business and Applied Management* (Vol. 13, Issue 1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Widiastuti, E. (2019). *Peningkatan Pengetahuan, Ketrampilan Dan Kemampuan Sumber Daya Manusia Strategi Keberlangsungan Usaha Pada Umkm Batik Di Kabupaten Banyumas.*
- Widiyarti, Y. (2019). *Kian Banyak Orang Indonesia Minum Kopi, Berapa Jumlah yang Ideal? - Gaya Tempo.co.* <https://gaya.tempo.co/read/1249241/kian-banyak-orang-indonesia-minum-kopi-berapa-jumlah-yang-ideal>
- Yugantara, Susilo, R. K. D., & Sulismadi. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 126–137. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i1.1096>
- Zakky Pauzi, M., & Zulfikar, R. (2019). *Pengaruh Lokasi Usaha dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Pelaku Usaha di Sentra Keripik"Singkong Pedas Cimahi.*

Zumarok, L. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Business Sustainability Pada Usaha Mikro Bidang Kerajinan Di Kabupaten Jombang.*