

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, KUALITAS PRODUK
DAN JARINGAN USAHA (*NETWORKING*) TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA PEDAGANG AYAM DI DESA SIDOWUNGU
MENGANTI GRESIK**

Happy Syswidya wulandari
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
happysyswidya@gmail.com

Diana Juni Mulyati
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
diana@untag-sby.ac.id

Awin Mulyati
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
awin@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dan menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kesuksesan Usaha di kalangan pedagang ayam di Desa Sidowungu, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal, di mana pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada sampel pedagang yang dipilih melalui pengambilan sampel probabilitas, dan analisis data statistik diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22. Pengujian hipotesis parsial melalui uji-t menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Usaha karena perilaku pengambilan risiko dan ciri inovasi belum menjadi pendorong utama dalam skala mikro informal kebutuhan pokok sehari-hari di pasar tradisional. Sebaliknya, Kualitas Produk dan Jaringan Bisnis ditemukan memiliki pengaruh parsial yang positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Usaha. Secara simultan melalui uji-F, ketiga variabel independen tersebut secara kolektif memberikan pengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Usaha pedagang ayam di Desa Sidowungu. Berdasarkan temuan ini, studi ini menyarankan agar para pedagang secara konsisten fokus pada menjaga standar kesegaran dan membina kepercayaan serta komitmen timbal balik dengan pemasok dan pelanggan untuk mempertahankan kinerja bisnis jangka panjang.

Kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, Jaringan Usaha (Networking), Keberhasilan Usaha*

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the partial and simultaneous effects of Entrepreneurial Orientation, Product Quality, and Business Networking on Business Success among chicken traders in Sidowungu Village, Menganti District, Gresik Regency. The research method employed a quantitative approach with a

causal associative design, where data collection was conducted by distributing questionnaires to a sample of traders selected via probability sampling, and the statistical data analysis was processed using SPSS version 22 software. The partial hypothesis testing via t-test demonstrated that Entrepreneurial Orientation has no significant effect on Business Success because risk-taking behavior and innovation features have not yet become the main drivers within the micro-informal scale of daily staple needs in a traditional market. Conversely, Product Quality and Business Networking were found to have a positive and significant partial effect on Business Success. Simultaneously through the F-test, all three independent variables collectively exerted a significant effect on the Business Success of chicken traders in Sidowungu Village. Based on these findings, this study suggests that traders should consistently focus on maintaining freshness standards and fostering mutual trust and commitment with suppliers and customers to sustain long-term business performance.

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Product Quality, Business Networking, Business Success.*

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan fondasi utama perekonomian Indonesia, di mana per Desember 2023 sektor ini berkontribusi mendistribusikan sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta mampu menyerap 97% tenaga kerja nasional (Akbar, 2025). Di tingkat lokal, Jawa Timur mencatatkan pertumbuhan UKM sebesar 3-5% per tahun, termasuk di Kabupaten Gresik yang didominasi oleh perdagangan hasil peternakan seperti komoditas daging ayam di pedesaan yang berfungsi memperkuat ekosistem bisnis mikro. Fenomena kontribusi ini terepresentasi secara nyata pada ekosistem pedagang ayam di Desa Sidowungu, Kecamatan Menganti, Kabupaten Gresik, yang dikenal luas sebagai sentra distribusi utama sehingga mendapatkan julukan sebagai “Kampung Ayam” dengan populasi sekitar 750 pelaku usaha berdasarkan sirkulasi ternak Dinas Peternakan Jawa Timur (2024). Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Paguyuban Bapak Muslimin, para pedagang saat ini dihadapkan pada fluktuasi omzet dan ketatnya persaingan pasar tradisional yang mengindikasikan adanya kendala dalam mempertahankan performa keberhasilan usaha.

Penelitian ini difokuskan pada tiga faktor krusial yang diduga menjadi pemicu masalah tersebut, yaitu: (1) Adopsi Orientasi Kewirausahaan yang masih rendah, ditandai dengan kurangnya inovasi layanan antar, lambatnya sikap proaktif memantau harga, serta rendahnya keberanian mengambil risiko menyetok barang akibat keterbatasan modal (wawancara Bapak Mudi); (2) Kualitas Produk yang belum optimal, di mana pedagang kesulitan menjaga konsistensi kesegaran daging agar tidak layu atau lebam, keterbatasan fitur variasi potongan, serta rentan terhadap isu ketidakjujuran timbangan (wawancara Mbak Ardita); dan (3) Pemanfaatan Jaringan Usaha (Networking) yang belum maksimal akibat kendala komunikasi dengan peternak, penumpukan piutang mitra, serta rendahnya komitmen jangka panjang pelanggan yang mudah berpindah lapak hanya demi selisih harga yang kecil (wawancara Bapak Sudarwanto). Kombinasi dari ketiga permasalahan

operasional di lapangan ini secara nyata menghambat stabilitas pendapatan harian serta keberlanjutan bisnis pedagang ayam dalam jangka panjang.

Meskipun penelitian terdahulu seperti Erliyani et al. (2025) telah membuktikan keterkaitan variabel-variabel tersebut terhadap kinerja bisnis, mayoritas studi tersebut masih berfokus pada sektor industri manufaktur, jasa modern, dan digital. Belum ada studi empiris kuantitatif yang mengombinasikan ketiga variabel ini secara bersamaan dalam satu model utuh pada sektor agribisnis perdagangan ayam skala kecil di wilayah pedesaan untuk menyelesaikan celah empiris (*empirical gap*) yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis secara ilmiah mengenai Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, dan Jaringan Usaha (*Networking*) Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik, baik secara parsial maupun simultan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan adalah proses strategis mengidentifikasi dan mentransformasikan peluang menjadi produk atau layanan nyata yang mampu menciptakan nilai tambah ekonomi (Ziane et al., 2025). Secara fundamental, esensi kewirausahaan bertumpu pada penguasaan inti pengetahuan (*core knowledge*) serta pengembangan pola pikir (*mindset*) kreatif yang akuntabel untuk menumbuhkan minat berwirausaha secara terarah (Apriliana & Suwarno, 2023). Pada tingkat makro, konsep ini berfungsi mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja baru (Setiawan, 2021). Sementara pada tingkat mikro seperti pedagang ayam, keberhasilan kewirausahaan sangat didukung oleh pengembangan kapabilitas internal, keterampilan bersikap kritis dalam menjaga kualitas produk, serta kejelian memanfaatkan jaringan usaha sebagai aset strategis penunjang bisnis (Apriliana & Suwarno, 2023).

Orientasi Kewirausahaan merupakan sikap, perilaku, dan pola pikir adaptif pelaku usaha dalam proses pengambilan keputusan bisnis untuk mencapai keberhasilan dan mempertahankan keberlangsungan usaha secara berkelanjutan (Wahyudi, 2023). Konsep ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu berbasis organisasi yang berfokus pada strategi sistemik lembaga dan berbasis individu yang menggambarkan kecenderungan personal untuk mengidentifikasi serta mengeksekusi peluang (Anderson et al., 2022). Secara operasional, implementasi orientasi ini bertujuan untuk menciptakan diferensiasi pasar lewat inovasi, menguasai peluang baru secara proaktif, meningkatkan keunggulan kompetitif, serta mengelola risiko bisnis demi mendongkrak profitabilitas finansial maupun non-finansial (Rezaei & Ortt, 2018). Praktik manajemen ini memberikan manfaat besar dalam memperkuat posisi pasar, mendorong ketahanan (*resilience*) bisnis dari ancaman ekonomi, serta memperluas kolaborasi strategis (Sondra & Widjaja, 2021). Merujuk pada pemikiran Lumpkin & Dess (1996) yang diadaptasi oleh Hendriyeni et al. (2024), efektivitas variabel ini diukur melalui empat elemen utama, yaitu: Inovasi (*Innovativeness*), Proaktivitas (*Proactiveness*), Pengambilan Risiko (*Risk-taking*), dan Otonomi (*Autonomy*).

Kualitas Produk adalah totalitas karakteristik, fungsi, dan indikasi dari sebuah komoditas yang dinilai dari perspektif konsumen untuk memenuhi serta

memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Tjiptono, 2019). Dalam sektor perdagangan pangan seperti daging ayam potong, mutu produk menjadi elemen strategis non-harga yang membedakan pelaku usaha dari para pesaing, mengurangi keluhan, serta menjadi penentu utama keputusan pembelian (Mutaqin & Apriadi, 2023). Dimensi kualitas ini didukung oleh integrasi mutu bahan baku yang segar, proses pengolahan yang higienis, standar pengendalian mutu yang stabil, dan keterampilan tenaga kerja dalam menerapkan pembiasaan kerja yang bersih (Tjiptono, 2019). Keberhasilan menjaga mutu secara konsisten bermanfaat langsung dalam meningkatkan citra (*reputation*) tempat usaha, memicu promosi gratis dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*), serta mendorong stabilitas pertumbuhan volume penjualan jangka panjang (Mutaqin & Apriadi, 2023). Berdasarkan sintesis pemikiran para ahli, elemen-elemen strategis yang digunakan oleh Naibaho et al. (2023) untuk mengukur kualitas meliputi: Keandalan (*Reliability*), Kinerja (*Performance*), Fitur (*Features*), dan Kesesuaian Standar (*Conformance*).

Jaringan Usaha (*Networking*) merupakan aset non-fisik dan modal sosial (*social capital*) berupa hubungan interpersonal strategis yang dibangun oleh pelaku usaha, baik secara vertikal dengan pemasok dan distributor maupun horizontal dengan sesama UMKM dan pelanggan, untuk memperoleh akses informasi kritis, dukungan, dan legitimasi (Sondra & Widjaja, 2021). Kekuatan jaringan ini ditopang oleh beberapa faktor penting seperti rasa saling percaya (*trust*), komunikasi yang transparan, keselarasan visi atau tujuan bersama (*shared goals*), serta komitmen dan loyalitas antar-mitra (Rozaq, 2022). Secara praktis, jaringan dapat dibedakan menjadi jaringan formal yang terikat kesepakatan resmi, jaringan informal yang berbasis kedekatan sosial-fleksibel, serta jaringan internal dan eksternal organisasi (Sondra & Widjaja, 2021). Keterlibatan aktif dalam jaringan memberikan manfaat kompetitif berupa kemudahan mitigasi risiko operasional, efisiensi rantai pasok, perluasan jangkauan pasar, dan peningkatan kapabilitas inovasi melalui pertukaran ide (Pastore et al., 2020). Menurut Rozaq (2022), efektivitas jaringan usaha seorang pelaku mikro dapat diukur melalui empat elemen dasar, yaitu: Tingkat Kepercayaan (*Trust*), Kualitas Komunikasi dan Transparansi, Tingkat Sinergi Tujuan (*Shared Goals*), dan Tingkat Komitmen Jangka Panjang.

Keberhasilan Usaha didefinisikan sebagai pencapaian optimal dari pemanfaatan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, yang dicerminkan melalui pertumbuhan bisnis yang stabil serta kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap dinamika lingkungan eksternal (Ahmad et al., 2025). Pencapaian ini merupakan hasil interaksi kompleks yang didukung oleh kualitas manajemen dalam menyusun strategi, inovasi produk dan layanan, kompetensi sumber daya manusia, serta ketanggapan terhadap kebijakan makro (Ahmad et al., 2025). Menurut Sondra & Widjaja (2021), keberhasilan ini terbagi menjadi dua dimensi, yakni keberhasilan finansial (omzet, laba, efisiensi biaya) dan keberhasilan non-finansial (kepuasan pelanggan, reputasi pasar, hubungan sosial). Manfaat dari keberhasilan usaha tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan dan taraf hidup keluarga pemilik bisnis semata, melainkan juga memberikan kontribusi nyata terhadap penyerapan lapangan kerja baru dan penguatan ekonomi daerah (Harahap et al., 2024). Untuk mengukur keberhasilan

tersebut pada sektor usaha mikro, indikator yang diadaptasi dari Sondra & Widjaja (2021) mencakup empat elemen penting, yaitu: Peningkatan Pendapatan, Pertumbuhan Usaha (aset dan volume penjualan), Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, serta Keberlanjutan Usaha (*Sustainability*).

Hipotesis Penelitian

- H₁: Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik.
- H₂: Kualitas Produk ada pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik.
- H₃: Jaringan Usaha (Networking) ada pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik.
- H₄: Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, dan Jaringan Usaha (Networking) ada pengaruh positif Terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat asosiatif (kausal), yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha pedagang ayam yang ada di Desa Sidowungu Menganti Gresik yang berjumlah 750 pelaku usaha. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{750}{1 + 750(0.10)^2} = \frac{750}{1 + 750 \times 0.01} = \frac{750}{1 + 7.5} = \frac{750}{8.5} = 88.23 \text{ dibulatkan menjadi } 88 \text{ responden.}$$

Teknik pengambilan sampel menggunakan Metode Probability Sampling dan teknik simpel random sampling dengan Batasan penelitian: pelaku usaha Pedagang Ayam yang telah berjualan minimal selama 6 Bulan. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui e-kuesioner (Google Form) dengan skala Likert (1–5).

Variabel penelitian terdiri dari variabel terikat yakni Keberhasilan Usaha (Y) dan variabel bebas yakni Orientasi Kewirausahaan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Jaringan Usaha (Networking) (X3).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Sebelum analisis utama, dilakukan uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji linearitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), uji koefisien determinasi (R²) dan uji r (Korelasi). Seluruh pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan data primer penelitian dari kuesioner terhadap 88 pedagang

ayam di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki pengalaman operasional yang stabil dengan lama usaha minimal 6 bulan atau lebih (100%). Berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki sebanyak 64 orang (72,7%) dan mayoritas berada pada kelompok usia produktif dewasa muda 26–30 tahun sebesar 39,8% (35 orang). Berdasarkan tingkat pendapatan bulanan didominasi oleh kelompok menengah rentang Rp3.000.000 hingga Rp5.000.000 sebanyak 47 orang (53,4%). Sementara dari segi operasional (Jumlah karyawan) meskipun sebagian besar pedagang mengelola usahanya secara mandiri tanpa tenaga kerja luar sebesar 45,5% (40 orang), variasi skala usaha yang lebih berkembang tetap terlihat dari kepemilikan 1 hingga 3 karyawan yang didominasi oleh kepemilikan 2 orang karyawan sebanyak 21 orang (23,9%).

Hasil Uji Instrumen Data

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,901	0,304	Valid
	X1.2	0,964	0,304	Valid
	X1.3	0,932	0,304	Valid
	X1.4	0,892	0,304	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,935	0,304	Valid
	X2.2	0,938	0,304	Valid
	X2.3	0,925	0,304	Valid
	X2.4	0,937	0,304	Valid
Jaringan Usaha (Networking) (X3)	X3.1	0,918	0,304	Valid
	X3.2	0,917	0,304	Valid
	X3.3	0,939	0,304	Valid
	X3.4	0,899	0,304	Valid
	X3.5	0,902	0,304	Valid
	X3.6	0,938	0,304	Valid
	X3.7	0,910	0,304	Valid
	X3.8	0,896	0,304	Valid
	X3.9	0,894	0,304	Valid
	X3.10	0,896	0,304	Valid
	X3.11	0,929	0,304	Valid
	X3.12	0,923	0,304	Valid
Keberhasilan Usaha (Y)	Y.1	0,943	0,304	Valid
	Y.2	0,931	0,304	Valid
	Y.3	0,957	0,304	Valid
	YY	Y.4	0,935	0,304

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan dari variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Kualitas Produk (X2), Jaringan Usaha (Networking) (X3),

dan Keberhasilan Usaha (Y) di nyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,939	> 0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,950	> 0,60	Reliabel
Jaringan Usaha (Networking) (X3)	0,981	> 0,60	Reliabel
Keberhasilan Usaha (Y)	0,956	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu Orientasi Kewirausahaan (0,939), Kualitas Produk (0,950), Jaringan Usaha (Networking) (0,981), dan Keberhasilan Usaha (0,956). Dengan demikian, semua variabel penelitian dinyatakan reliabel, artinya instrumen yang digunakan konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur konstruk yang dimaksud.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

Hubungan Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Syarat	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1) → Keberhasilan Usaha (Y)	0,066	> 0,05	Linear
Kualitas Produk (X2) → Keberhasilan Usaha (Y)	0,206	> 0,05	Linear
Jaringan Usaha (Networking) (X3) → Keberhasilan Usaha (Y)	0,153	> 0,05	Linear

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

Hasil uji linearitas pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Deviation from Linearity untuk hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha sebesar 0,066, Kualitas Produk dengan Keberhasilan Usaha sebesar 0,206, dan Jaringan Usaha (Networking) dengan Keberhasilan Usaha sebesar 0,153. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen adalah linear dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linear berganda.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)

Keterangan	Unstandardized Residual
N	88
Mean	0,0000000
Std. Deviation	1.259
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov pada Tabel 4 menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari syarat nilai signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Hasil ini juga dikonfirmasi oleh grafik Histogram yang menunjukkan pola lonceng (kurva normal) dengan nilai Mean mendekati 0 (1,47E-16) dan Standar Deviasi 1.259, serta grafik Normal P-P Plot yang menunjukkan titik-titik mengikuti garis diagonal dengan sangat baik.

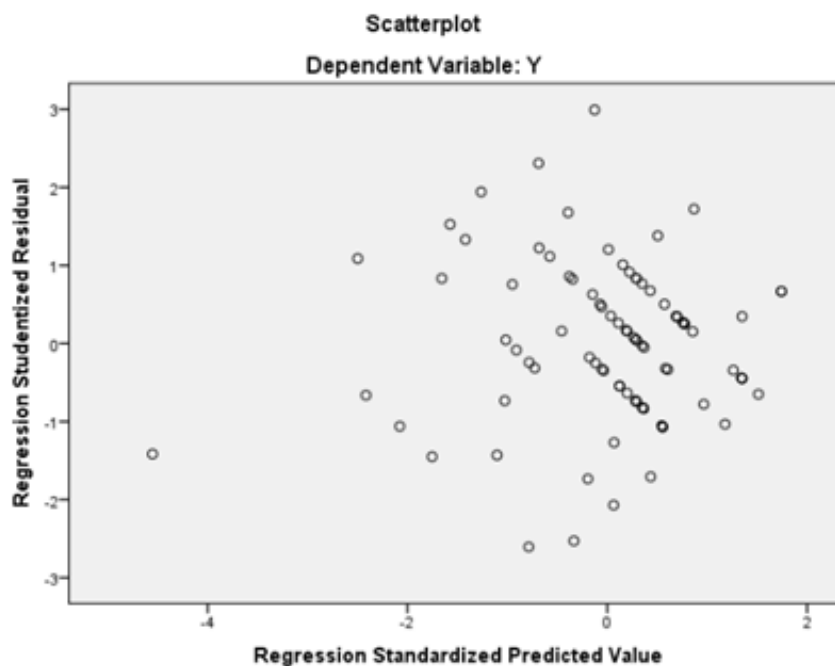
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,387	2,581	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kualitas Produk (X2)	0,533	1,877	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Jaringan Usaha (Networking) (X3)	0,372	2,691	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Hasil uji multikolinearitas pada Tabel 5 menunjukkan nilai Tolerance untuk variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) sebesar 0,387, Kualitas Produk (X2) sebesar 0,533, dan Jaringan Usaha (Networking) (X3) sebesar 0,372. Seluruh nilai Tolerance tersebut lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF untuk Orientasi Kewirausahaan (X1) sebesar 2,581, Kualitas Produk (X2) sebesar 1,877, dan Jaringan Usaha (Networking) (X3) sebesar 2,691, dimana seluruh nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini.



Gambar 1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot antara ZPRED (nilai prediksi terstandarisasi) dan SRESID (residual terstandarisasi) menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4.251	1.130	-	3.763	.000
Orientasi Kewirausahaan (X1)	.133	.091	.164	1.473	.144
Kualitas Produk (X2)	.260	.072	.344	3.618	.001
Jaringan Usaha (Networking) (X3)	.117	.037	.360	3.166	.002

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

a. *Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA*

Berdasarkan tabel di atas, persamaan model regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.251 + 0,133 X1 + 0,260 X2 + 0,177 X3 + e$$

Persamaan analisis regresi berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4.251 bertanda positif, artinya apabila variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Keberhasilan Usaha (X2), dan Jaringan Usaha (Networking) (X3) bernilai 0, maka nilai Keberhasilan Usaha (Y) adalah sebesar 4.251. Dengan asumsi variabel Orientasi Kewirausahaan, variabel Kualitas Produk dan variabel Jaringan Usaha (Networking) dianggap tetap atau constant.
2. Koefisien Regresi sebesar 0,133 Menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) akan meningkatkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,133. Dengan asumsi variabel Kualitas Produk dan variabel Jaringan Usaha (Networking) dianggap tetap atau constant.
3. Koefisien Regresi sebesar 0,260 Menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kualitas Produk (X2) akan meningkatkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,260. Dengan asumsi variabel Orientasi Kewirausahaan, dan variabel Jaringan Usaha (Networking) dianggap tetap atau constant.
4. Koefisien Regresi sebesar 0,117 Menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel Jaringan Usaha akan meningkatkan Keberhasilan Usaha sebesar 0,117. Dengan asumsi variabel Orientasi Kewirausahaan, dan variabel Kualitas Produk dianggap tetap atau constant.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772	.597	.582	1.282

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

- a. *Predictors: (Constant), jaringan usaha, kualitas produk, orientasi kewirausahaan*
 b. *Dependent Variable: keberhasilan usaha*

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada Tabel 7, diperoleh nilai R Square sebesar 0,597, yang menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Jaringan Usaha (Networking) (X3) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 59,7% terhadap variabel Keberhasilan Usaha (Y). Nilai ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan fenomena yang diteliti, sementara sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model ini misalkan variabel lokasi usaha, teknologi informasi digital (WhatsApp). Hal ini diperkuat dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,582 yang menunjukkan daya penjelas model yang stabil.

Tabel 8. Hasil Uji Korelasi (r)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772	.597	.582	1.282

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

- a. *Predictors: (Constant), jaringan usaha, kualitas produk, orientasi kewirausahaan*
 b. *Dependent Variable: keberhasilan usaha*

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 8. Dapat dilihat nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh adalah sebesar 0,772. Angka ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel independen (Orientasi Kewirausahaan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Jaringan Usaha (Networking) (X3) dengan variabel dependen (Keberhasilan Usaha (Y)). Maka dapat dijelaskan bahwa tingkat korelasi Orientasi Kewirausahaan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Jaringan Usaha (Networking) (X3) yang dimiliki oleh pedagang ayam di Desa Sidowungu Menganti Gresik dapat dilihat pada tabel interpretasi uji korelasi yaitu kuat.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Model	B	Std. Error	Beta	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
(Constant)	4.251	1.130	-	3.763	-	.000	-
Orientasi Kewirausahaan (X1)	.133	.091	.164	1.473	1.987	.144	H1 Ditolak
Kualitas Produk (X2)	.260	.072	.344	3.618	1.987	.001	H2 Diterima
Jaringan Usaha (Networking) (X3)	.117	.037	.360	3.166	1.987	.002	H3 Diterima

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

- a. *Dependent Variable: Keberhasilan Usaha*

Hasil Uji t pada Tabel 9 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) memiliki nilai thitung sebesar 1,473, yang berarti thitung < ttabel (1,473 < 1,987) dengan nilai signifikansi 0,144

- > 0,05. Ini menunjukkan bahwa secara parsial, Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik. Hasil penelitian ini sejalan dan didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sholihah et al., 2025) dengan judul "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Penetapan Harga Terhadap Peningkatan Daya Saing pada Sentra UMK Lontong di Dusun Hulaan, Menganti, Kab. Gresik", yang juga menemukan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai thitung sebesar 3,618, yang berarti thitung > ttabel (3,618 > 1,987) dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. Ini menunjukkan bahwa secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik.
 3. Variabel Jaringan Usaha (Networking) (X3) memiliki nilai thitung sebesar 3,166, yang berarti thitung > ttabel (3,166 > 1,987) dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, Jaringan Usaha berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam Di Desa Sidowungu Menganti Gresik.

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F hitung	F tabel	Sig.
Regression	204.019	3	68.006	41.401	2,71	0,000
Residual	137.981	84	1.643			
Total	342.000	87				

Sumber: Data Primer SPSS 22 (2026)

- a. *Dependent Variable: Keberhasilan Usaha*
- b. *Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Kemampuan Wirausaha, Teknologi Digital*

Hasil Uji F pada Tabel 10 menunjukkan bahwa, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,401. Dengan membandingkan nilai tersebut, maka $F_{hitung} (41,401) > F_{tabel} (2,71)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan Menurut Ghazali (2019), maka H_0 ditolak, yang berarti variabel Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, dan Jaringan Usaha secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

Pembahasan

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha Pedagang Ayam di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik, sehingga tinggi rendahnya orientasi tersebut bukan jaminan mutlak bagi pertumbuhan bisnis mereka. Meskipun demikian, rekapitulasi nilai *mean* membuktikan aspek proaktif (inisiatif "menjemput bola" ke warung dan catering) serta aspek otonomi (kemandirian operasional dan keuangan) menjadi kontributor paling dominan di lapangan. Sebaliknya, aspek inovasi produk dan keberanian mengambil risiko akibat fluktuasi harga menempati posisi terendah.

Secara statistik, kombinasi dimensi orientasi kewirausahaan ini belum mampu mendongkrak keberhasilan usaha secara makro karena pada sektor usaha mikro-informal kebutuhan pokok harian, keberhasilan bisnis pedagang jauh lebih ditentukan oleh faktor operasional mendasar seperti konsistensi kualitas kesegaran daging ayam dan kuatnya komitmen jaringan usaha (*networking*).

Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Kualitas Produk memegang peranan paling dominan dan berpengaruh positif secara parsial (uji t) terhadap Keberhasilan Usaha pedagang ayam di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik. Berdasarkan rekapitulasi nilai *mean*, aspek kinerja produk memberikan kontribusi tertinggi yang dibuktikan lewat konsistensi pedagang dalam menjaga mutu fisik daging agar tetap bagus, tidak bau, dan bertekstur baik. Dominasi ini diikuti secara berurutan oleh aspek fitur produk melalui higienitas proses pemotongan dan kemudahan sistem pembelian, aspek kesesuaian standar yang diwujudkan lewat kelayakan pangan serta ketepatan berat timbangan, hingga aspek keandalan di posisi terakhir dalam hal konsistensi ketersediaan pasokan daging segar. Terpenuhinya seluruh dimensi mutu tersebut terbukti mampu membangun loyalitas pelanggan, mendongkrak omzet penjualan harian, serta memperkuat reputasi jangka panjang sebagai fondasi utama keberlanjutan usaha para pedagang.

Pengaruh Jaringan Usaha (Networking) (X3) terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Jaringan Usaha berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha pedagang ayam di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik. Berdasarkan rekapitulasi nilai *mean*, aspek tingkat kepercayaan menempati urutan teratas sebagai kontributor paling kuat yang didasari oleh eratnya rasa percaya antara pedagang dengan mitra bisnis, terutama pihak pemasok yang konsisten menyediakan ayam bermutu terbaik. Dominasi relasional ini berturut-turut diikuti oleh aspek tingkat komitmen jangka panjang yang diwujudkan melalui loyalitas kerja sama dengan pelanggan skala besar (*katering/restoran*) demi jaminan serapan produk, serta aspek kualitas komunikasi di urutan ketiga yang mendukung efisiensi melalui pertukaran informasi stok secara lancar dan transparan. Sementara itu, aspek tingkat sinergi tujuan berada pada urutan terakhir yang tercermin melalui penyelarasan visi saling menguntungkan antar-sesama pedagang demi perluasan pasar secara kolektif, di mana integrasi seluruh dimensi jaringan ini terbukti efektif mendorong pertumbuhan skala usaha sekaligus menjadi perlindungan strategis dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Jaringan Usaha (X3) Terhadap Keberhasilan Usaha (Y)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, nilai konstanta yang positif menandakan bahwa pedagang ayam di Desa Sidowungu, Menganti, Gresik pada dasarnya telah memiliki modal awal keberhasilan usaha yang cukup baik. Melalui pengujian simultan, ditemukan bukti kuat bahwa orientasi kewirausahaan, kualitas produk, dan jaringan usaha secara bersama-sama memberikan kontribusi positif dalam memperkuat ketahanan bisnis, meminimalkan hambatan operasional, serta memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan. Meskipun demikian, pengujian parsial menunjukkan pengaruh yang berbeda; variabel orientasi kewirausahaan

tidak berpengaruh signifikan karena sikap berani mengambil risiko dan inovasi belum menjadi penggerak utama pada skala mikro-informal harian, sedangkan kualitas produk terbukti menjadi faktor paling dominan dalam meraih kepercayaan konsumen lewat jaminan mutu kesegaran daging, yang kemudian diperkuat secara positif oleh jaringan usaha (*networking*) dalam menjaga stabilitas pendapatan lewat kepercayaan dan komunikasi transparan dengan mitra. Hasil temuan empiris dalam penelitian ini juga tercatat sejalan dengan beberapa studi terdahulu yang dilakukan oleh Hindarwati et al. (2021) mengenai orientasi kewirausahaan, Reviandany et al. (2025) mengenai kualitas produk, serta Dina (2025) terkait pengaruh *networking* terhadap keberhasilan usaha.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha. Dapat dilihat dari hasil uji t-hitung hal ini menunjukkan bahwa meskipun karakter pedagang sudah cukup baik seperti tidak hanya diam menunggu pembeli, aktif mencari peluang, berani mengambil keputusan sulit saat stok ayam tidak menentu, serta memiliki kreativitas dalam berjualan namun aspek-aspek tersebut belum menjadi penentu utama keberhasilan usaha mereka. Keberanian, sikap proaktif, dan kemampuan berinovasi seorang pedagang pada kenyataannya tidak serta-merta menjamin peningkatan atau keberlanjutan usaha secara instan di tengah persaingan, karena keberhasilan pedagang ayam di desa Sidowungu Menganti Gresik jauh lebih ditentukan oleh faktor operasional lain yang lebih mendasar seperti Kualitas Produk dan Jaringan Usaha (*Networking*).
2. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha. Dapat dilihat dari hasil uji t-hitung hal ini menunjukkan sebagai faktor yang paling mendominasi keberhasilan usaha dibandingkan faktor lainnya. Dalam perdagangan komoditas pangan seperti ayam, aspek kesegaran daging, kebersihan proses pemotongan, serta kejujuran dalam berat barang yang diterima pelanggan adalah segalanya. Kesimpulannya, kemampuan pedagang untuk menjaga standar mutu barang secara konsisten merupakan cara yang paling efektif untuk membangun kepercayaan pelanggan dalam jangka panjang, yang pada akhirnya berdampak langsung pada Keberhasilan Usaha mereka.
3. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Jaringan Usaha (*Networking*) juga berpengaruh positif terhadap Keberhasilan Usaha. Dapat dilihat dari hasil uji t-hitung hal ini menunjukkan Jaringan Usaha (*Networking*) terbukti menjadi pilar pendukung yang sangat penting bagi para pedagang. Hubungan baik yang terjalin dengan peternak menjamin kelancaran pasokan barang, sementara relasi erat dengan pelanggan besar seperti pengusaha catering memastikan dagangan selalu laku setiap harinya. Kesimpulannya, luasnya relasi sosial dan kerja sama bisnis sangat membantu pedagang dalam mengatasi hambatan operasional dan memperkuat posisi mereka di pasar

- lokal.
4. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Secara simultan Orientasi Kewirausahaan, Kualitas Produk, Dan Jaringan Usaha (Networking) Berpengaruh Positif Terhadap Keberhasilan Usaha. Dapat dilihat dari hasil uji F hal ini menunjukkan kesuksesan para pedagang ayam di Desa Sidowungu Menganti Gresik ini bukan disebabkan oleh satu hal saja, melainkan gabungan dari karakter diri yang tangguh (Orientasi Kewirausahaan), barang yang unggul (Kualitas Produk), dan relasi yang luas (Jaringan Usaha). Sinergi ketiga elemen ini membentuk sebuah model keberhasilan yang solid di mana pedagang yang memiliki mentalitas yang tepat, menjaga produknya tetap baik, dan pandai dalam bergaul secara bisnis, akan mencapai tingkat kesuksesan yang paling optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, L. (2025). *Afirmasi kebijakan penghapusan pajak usaha kecil bagi UMKM - ANTARA News. ANTARA.*
https://www.antaranews.com/berita/5137773/afirmasi-kebijakan-penghapusan-pajak-usaha-kecil-bagi-umkm?utm_source=antaranews&utm_medium=desktop&utm_campaign=popular_right
- Apriliana, T., & Suwarno, H. L. (2023). Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Berwirausaha: Emosi Positif sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 20(2), 110–123.
<https://doi.org/10.29313/performa.v20i2.2664>
- Anderson, B. S., Schueler, J., Baum, M., Wales, W. J., & Gupta, V. K. (2022). The Chicken or the Egg? Causal Inference in Entrepreneurial Orientation–Performance Research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 46(6), 1569–1596.
<https://doi.org/10.1177/1042258720976368;WGROU:STRING:PUBLICATION>
- Ahmad, S., Zhang, Q., Hussain, M. A., & Mahmood, S. (2025). Entrepreneurial success through learning, capital, and work engagement: Market and service orientation perspective. *Acta Psychologica*, 258, 105188.
<https://doi.org/10.1016/J.ACTPSY.2025.105188>
- Dinas Peternakan Jawa Timur. (2024). *Statistik Peternakan.*
- Dina, H. (2025). *Pengaruh Networking, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Karakteristik Entrepreneurship Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pelaku Umkm Kuliner di Purwokerto).*
- Erliyani, I., Hamdany, M. A., Muafiq, F., & Bambang. (2025). The Impact Of Entrepreneurial Orientation, Innovation, And Market Orientation On Business Performance Of SMEs. *Journal Management & Economics Review (JUMPER)*, 3(1), 350–361.
<https://doi.org/10.59971/JUMPER.V3I1.681>
- Harahap, L. M., Sari, M. M., Simanjuntak, H., Sitompul, P. S., & Saragih, A. (2024). Pengaruh Penganggaran Terhadap Profitabilitas UMKM : Studi Kasus Pada Warung Pentol Ndower Solo di Pasar MMTC Medan.

- Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini*, 1(3), 71–77.
<https://doi.org/10.61132/JUMBIDTER.V1I3.138>
- Hindarwati, E., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 54–54.
<https://doi.org/10.26905/JMDK.V9I1.5308>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *Https://Doi.Org/10.5465/Amr.1996.9602161568*, 21(1), 135–172.
<https://doi.org/10.5465/AMR.1996.9602161568>
- Mutaqin, T. Z., & Apriadi, D. (2023). *Pengaruh Motivasi Usaha Dan Kemampuan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Pelaku UMKM Pedagang Daging dan Ayam Potong di Pasar Panorama Lembang)*.
<https://www.rumah.com>
- Naibaho, U. A., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2023). DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN: ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT). *JMPIS*, 3(2), 1079–1089.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>
- Pastore, P., Ricciardi, A., & Tommaso, S. (2020). Contractual networks: an organizational model to reduce the competitive disadvantage of small and medium enterprises (SMEs) in Europe's less developed regions. A survey in southern Italy. *International Entrepreneurship and Management Journal* 2019 16:4, 16(4), 1503–1535.
<https://doi.org/10.1007/S11365-019-00616-2>
- Rozaq, K. (2022). Analisis Modal Sosial Sebagai Prediktor Berbagi Pengetahuan Tacit Pada Wirausaha Di Kabupaten Gresik. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4), 270–285.
<https://doi.org/10.55606/JUPIMAN.V1I4.1566>
- Rezaei, J., & Ortt, R. (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances. *Management Research Review*, 41(7), 878–900. <https://doi.org/10.1108/MRR-03-2017-0092/FULL/PDF>
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 500–508. <https://doi.org/10.24912/JMK.V3I2.11897>
- Sholihah, M. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Penetapan Harga Terhadap Peningkata Daya Saing Pada Sentra UMK Lontong Di Dusun Hulaan, Menganti, Kab. Gresik. *Research Journal of Social Science and Economics*, 1(3), 729–750.
- Setiawan, I. (2021). Pembiayaan UMKM, Kinerja Bank Syariah dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *ISLAMIC BANKING: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 6(2), 263–278.
<https://doi.org/10.36908/isbank>
- Sugiyono, S. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif Dan R&D*. Cv.

Alfabeta.

- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran prinsip & penerapan*. Penerbit Andi.
- Wahyudi, R. (2023). Orientasi Kewirausahaan Dan Modal Sosial: Studi Literatur. *TECHBUS (Technology Business and Entrepreneurship)*, 1(1), 9–14. <https://doi.org/10.61245/TECHBUS.V1I1.1>
- Ziane, A., Bouziani, A., & Moumni, S. (2025). Entrepreneurship and Innovation: Driving Economic Growth. *SocioEconomic Challenges (SEC)*, 9(1), 219. [https://doi.org/10.61093/SEC.9\(1\).219-232.2025](https://doi.org/10.61093/SEC.9(1).219-232.2025)