

Kompetensi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usaha Umkm Kue Kering Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember

¹Rizky Reza Amrullah, ²Akhmad Suharto, ³Jekti Rahayu

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

Email: rezapondokgede@gmail.com,

Diterima: Agustus 2026 | Disetujui: Oktober 2026 | Dipublikasikan: Desember 2026

Abstrak

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya sektor makanan olahan mengalami persaingan yang semakin ketat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan dalam mengelola usaha, menciptakan inovasi produk, serta memanfaatkan teknologi digital sebagai strategi pemasaran. Usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember memiliki potensi yang besar, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan kompetensi kewirausahaan, kurang optimalnya pengembangan inovasi produk, serta rendahnya pemanfaatan digital marketing yang dapat memengaruhi kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing terhadap kinerja usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, serta uji koefisien determinasi dengan bantuan software pengolah data statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha kue kering. Kompetensi kewirausahaan membantu pelaku usaha dalam mengelola bisnis, mengambil keputusan, dan membaca peluang pasar. Inovasi produk mampu meningkatkan daya tarik produk melalui pengembangan variasi rasa, kualitas, dan kemasan.

Kata kunci: Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Digital Marketing, Kinerja Usaha, UMKM Kue Kering.

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in the processed food sector, is facing increasingly intense competition. Therefore, business actors are required to have the ability to manage their businesses, create product innovations, and utilize digital technology as a marketing strategy. Dry cake businesses in Kaliwates District, Jember Regency have great potential; however, they still face several challenges, such as limited entrepreneurial competence, less optimal product innovation development, and the lack of digital marketing utilization, which may affect business performance. This study aims to analyze the effect of entrepreneurial competence, product innovation, and digital marketing on the business performance of dry cake enterprises in Kaliwates District, Jember Regency. This study uses a quantitative approach with a causal research design. The population in this study consists of dry cake business owners in Kaliwates District, Jember Regency. Data collection was carried out through questionnaires distributed to the research respondents. The data analysis techniques used include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, and coefficient of determination test with the assistance of statistical data processing software. The results of the study indicate that entrepreneurial competence, product innovation, and digital marketing play an important role in improving the performance of dry cake businesses. Entrepreneurial competence helps business owners manage their businesses, make decisions, and identify market opportunities.

Keywords: Entrepreneurial Competence, Product Innovation, Digital Marketing, Business Performance, Dry Cake MSMEs

PENDAHULUAN

Di tengah era persaingan global yang intens, keberhasilan wirausaha menjadi krusial untuk memacu pertumbuhan ekonomi, terutama pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kewirausahaan berperan vital dalam mendorong ekspansi ekonomi dan memperkuat modal sosial masyarakat. Hal ini diwujudkan melalui penciptaan lapangan kerja, penyediaan bahan baku, peningkatan ketersediaan modal, inovasi teknik baru, serta penemuan sumber daya alam yang belum dimanfaatkan. Di Indonesia, UMKM merupakan fondasi ekonomi yang kuat, memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan produk domestik bruto (PDB) negara. UMKM terbukti berperan signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pemerataan perekonomian nasional. Data Kementerian Koperasi dan UMKM (2024) menunjukkan bahwa UMKM menyumbang 61,9% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja Indonesia. Dengan kontribusi yang besar tersebut, keberhasilan UMKM menjadi faktor penentu bagi ketahanan ekonomi Indonesia, terutama di tengah dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen. Namun daya saing UMKM sering kali terbatas oleh berbagai kendala seperti modal, manajemen keuangan yang tidak efektif, dan kemampuan inovasi serta berbagai faktor lainnya yang menghambat seseorang untuk membuka usaha. Dalam industri kue kering kreativitas dan inovasi sangatlah penting untuk menghadapi perubahan pasar yang cepat. Konsumen saat ini lebih menyukai produk yang menawarkan nilai tambah, baik dari segi cita rasa unik, desain kemasan menarik, maupun kualitas layanan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM di sektor ini dituntut untuk secara konsisten mengembangkan gagasan baru yang tidak hanya memikat pelanggan tetapi juga sesuai dengan permintaan pasar yang berkembang. Perkembangan UMKM di Kabupaten Jember menunjukkan peningkatan jumlah unit usaha setiap tahun, termasuk pada sektor pangan olahan seperti kue kering yang tersebar di Kecamatan Kaliwates.

Dengan jumlah UMKM yang besar dan persaingan usaha yang ketat di Kecamatan Kaliwates, maka kinerja usaha menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan pelaku UMKM kue kering. Kinerja usaha tidak hanya dilihat dari peningkatan penjualan, tetapi juga dari pertumbuhan pelanggan, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing terhadap kinerja usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember menjadi relevan dan penting untuk dilakukan sebagai upaya memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi pengembangan UMKM. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates, banyak pelaku usaha masih bertumpu pada keterampilan produksi tanpa diimbangi kemampuan manajerial serta strategi pengembangan usaha yang memadai. Keterbatasan ini berdampak pada pengelolaan keuangan, strategi pemasaran, dan kualitas layanan, sehingga menghambat peningkatan kinerja usaha mereka. Untuk menghadapi persaingan tersebut, kompetensi kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan. Berbagai penelitian seperti (Al-Atsari et al., 2025) menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Kompetensi tersebut mencakup kemampuan manajerial, kemampuan mengambil risiko, keterampilan pengelolaan keuangan, hingga kecakapan dalam membaca peluang pasar. Penegasan ini sejalan dengan pandangan (Chusumastuti et al., 2023) yang menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan determinan utama dalam keberhasilan sebuah usaha kecil. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates, rendahnya kompetensi kewirausahaan berdampak pada ketidakmampuan pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen serta perkembangan teknologi pemasaran.

Inovasi produk menjadi faktor kunci dalam pengembangan usaha karena dapat memberikan nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing. Salah satu faktor penting yang turut menentukan keberhasilan

usaha adalah inovasi, yang berkontribusi dalam meningkatkan pencapaian bisnis. Inovasi merujuk pada kemampuan untuk mengimplementasikan solusi kreatif guna mengatasi tantangan yang dihadapi dalam kegiatan usaha. Inovasi yang dilakukan pelaku usaha kue kering dapat berupa variasi rasa, kemasan, atau metode produksi yang efisien sehingga mampu menarik minat konsumen lebih luas. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk UMKM berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dan digital marketing juga berkontribusi pada peningkatan inovasi tersebut. Inovasi produk memegang peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. (Luwiha et al., 2025) menjelaskan bahwa inovasi produk dapat berupa pengembangan varian rasa, perbaikan kualitas, maupun pembaruan desain kemasan untuk menarik minat konsumen. Survei awal pada beberapa pelaku usaha kue kering di Kaliwates menunjukkan bahwa inovasi masih berjalan sporadis dan tidak berkelanjutan karena keterbatasan modal, minimnya wawasan inovatif, serta kurangnya pengetahuan terhadap tren pasar.

Gambar 1 Rekapitulasi UMKM Kec. Kaliwates Kab. Jember



Sumber: <https://diskopum.jemberkab.go.id/>

Dari Gambar di atas Kecamatan Kaliwates Mempunyai jumlah UMKM yang mencapai 23.405 UMKM mencerminkan peran strategis wilayah ini sebagai pusat perdagangan, jasa, dan konsumsi masyarakat. Banyaknya UMKM di Kaliwates menuntut para pelaku usaha untuk memiliki kompetensi kewirausahaan yang memadai, seperti kemampuan mengelola usaha, mengambil keputusan, membaca peluang pasar, dan mengelola risiko agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, tingginya jumlah UMKM juga menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi produk, terutama pada sektor usaha makanan seperti UMKM kue kering. Inovasi dalam rasa, bentuk, kemasan, maupun variasi produk menjadi faktor penting untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing usaha, khususnya di wilayah dengan tingkat persaingan yang tinggi seperti Kaliwates. Perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen turut mendorong pentingnya penerapan digital marketing dalam kegiatan usaha. Pelaku UMKM di Kecamatan Kaliwates dituntut untuk mampu memanfaatkan media digital, seperti media sosial dan marketplace, sebagai sarana promosi dan pemasaran produk kue kering agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan pra survei yang dilakukan terhadap 15 pelaku usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates pada Januari 2026, ditemukan sejumlah fenomena yang mengindikasikan adanya permasalahan mendasar dalam pengelolaan usaha. Sebanyak 60% pelaku usaha mengaku belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang tertib dan terstruktur. Sebagian besar responden masih mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga sulit mengukur laba bersih, arus kas, maupun tingkat efisiensi operasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa

aspek kompetensi manajerial, khususnya dalam pengelolaan keuangan, masih belum optimal. Selain itu, 73% responden belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah, lembaga swasta, maupun komunitas bisnis. Minimnya akses terhadap pelatihan ini berpotensi menghambat peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam membaca peluang pasar, mengembangkan strategi bisnis, serta mengantisipasi risiko usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa penguatan kompetensi kewirausahaan masih menjadi kebutuhan utama bagi pelaku UMKM kue kering di wilayah tersebut. Dari aspek inovasi produk, sebanyak 67% pelaku usaha belum secara konsisten mengikuti tren pasar dalam pengembangan produknya. Mayoritas responden cenderung mempertahankan varian rasa dan model kemasan yang sama selama beberapa tahun tanpa pembaruan signifikan. Inovasi yang dilakukan masih bersifat insidental, biasanya hanya pada momen tertentu seperti hari raya. Kurangnya riset pasar dan keterbatasan wawasan terhadap preferensi konsumen menyebabkan produk yang ditawarkan kurang memiliki diferensiasi dibandingkan pesaing. Pada aspek digital marketing, ditemukan bahwa 73% pelaku usaha belum memanfaatkan

Meskipun beberapa pelaku usaha telah menggunakan media sosial, penggunaannya belum terintegrasi secara strategis dan belum memaksimalkan fitur promosi digital seperti iklan berbayar atau optimasi konten. Rendahnya literasi digital menjadi salah satu faktor yang membatasi perluasan jangkauan pasar. Akumulasi dari berbagai keterbatasan tersebut berdampak pada kondisi kinerja usaha. Pra survei menunjukkan bahwa 33% responden menyatakan penjualannya cenderung stagnan dalam satu tahun terakhir, sementara 27% bahkan mengalami penurunan. Hanya sebagian kecil yang mengalami peningkatan signifikan. Stagnasi ini tidak hanya tercermin dari volume penjualan, tetapi juga dari pertumbuhan jumlah pelanggan dan tingkat keuntungan usaha. Temuan pra survei ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi pasar UMKM di Kecamatan Kaliwates yang cukup besar dengan kapasitas internal pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, diperlukan kajian empiris yang lebih mendalam untuk menganalisis sejauh mana kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing berpengaruh terhadap kinerja usaha kue kering di Kecamatan Kaliwates, sehingga dapat dirumuskan strategi peningkatan kinerja yang lebih tepat sasaran.

Inovasi produk menjadi faktor kunci dalam pengembangan usaha karena dapat memberikan nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing. Salah satu faktor penting yang turut menentukan keberhasilan usaha adalah inovasi, yang berkontribusi dalam meningkatkan pencapaian bisnis. Inovasi merujuk pada kemampuan untuk mengimplementasikan solusi kreatif guna mengatasi tantangan yang dihadapi dalam kegiatan usaha. Inovasi yang dilakukan pelaku usaha kue kering dapat berupa variasi rasa, kemasan, atau metode produksi yang efisien sehingga mampu menarik minat konsumen lebih luas. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi produk UMKM berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dan digital marketing juga berkontribusi pada peningkatan inovasi tersebut. Inovasi produk memegang peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. (Luwiha et al., 2025) menjelaskan bahwa inovasi produk dapat berupa pengembangan varian rasa, perbaikan kualitas, maupun pembaruan desain kemasan untuk menarik minat konsumen. Survei awal pada beberapa pelaku usaha kue kering di Kaliwates menunjukkan bahwa inovasi masih berjalan sporadis dan tidak berkelanjutan karena keterbatasan modal, minimnya wawasan inovatif, serta kurangnya pengetahuan terhadap tren pasar. Kondisi ini menyebabkan banyak produk kue kering kurang mampu bersaing dengan merek lain yang lebih modern dan memiliki diferensiasi yang jelas. Inovasi produk juga menjadi aspek penting yang menentukan keberlanjutan sebuah usaha. Inovasi tidak hanya berupa penciptaan produk baru, melainkan juga pengembangan produk yang sudah ada agar memiliki nilai tambah dan daya tarik lebih tinggi. Penelitian (Zahra et al., 2019) menemukan bahwa inovasi pada varian rasa, pengemasan, dan legalitas produk dapat

meningkatkan daya saing dan stabilitas penjualan usaha kue kering meningkatkan nilai diferensiasi sehingga usaha dapat bertahan dalam persaingan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kue kering di Kaliwates perlu meningkatkan kreativitas dalam mengembangkan produk untuk menghadapi kompetitor yang semakin variatif. Selain kompetensi dan inovasi, menegaskan Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi penelitian (Amita et al., 2023). Penggunaan sampel bertujuan memperoleh data yang relevan sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi populasi secara akurat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling, yaitu penentuan responden berdasarkan kebetulan, di mana individu yang ditemui peneliti dan memenuhi kriteria dapat dijadikan sampel (Sugiyono 2019). Teknik ini dipilih karena jumlah konsumen kue kering di Kabupaten Jember tidak diketahui secara pasti dan bersifat dinamis, sehingga probability sampling sulit diterapkan. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman (Hair et al., 2019) yang menyarankan ukuran sampel minimal 50 responden, dengan jumlah ideal antara 100–200 responden, atau sebesar 5–10 kali jumlah indikator. Penelitian ini menggunakan 20 indikator, sehingga jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden. Dengan demikian, sampel penelitian ini terdiri dari 100 konsumen kue kering di Kabupaten Jember yang ditemui secara kebetulan dan memenuhi kriteria sebagai responden.

Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur sistematis yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan software pengolah data statistik. Tahapan analisis meliputi uji instrumen yang terdiri dari uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan kriteria nilai r hitung $> r$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria nilai $\alpha > 0,60$. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria nilai Sig. $> 0,05$, uji multikolinieritas dengan melihat nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , serta uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser dengan kriteria nilai Sig. $> 0,05$. Analisis data dilanjutkan dengan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan digital marketing terhadap kinerja usaha. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dengan kriteria Sig. $< 0,05$ untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen, serta uji koefisien determinasi (Adjusted R^2) untuk mengetahui kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

HASIL

Deskripsi Statistik Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, domisili, dan pengalaman menikmati produk UMKM kue kering. Berdasarkan usia,

mayoritas responden berada pada rentang 21–49 tahun sebanyak 79 orang (77,5%), diikuti usia ≥ 50 tahun sebanyak 12 orang (11,7%) dan usia ≤ 20 tahun sebanyak 11 orang (10,8%). Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki sebanyak 61 orang (59,8%) dan perempuan sebanyak 41 orang (40,2%). Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden merupakan pekerja sebanyak 64 orang (62,7%), sedangkan mahasiswa sebanyak 38 orang (37,3%). Selain itu, seluruh responden menyatakan pernah menikmati produk UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates, sehingga dinilai memiliki pengalaman yang relevan terhadap objek penelitian.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kompetensi Kewirausahaan (X1), Inovasi Produk (X2), Digital Marketing (X3), dan Kinerja Usaha (Y) dinyatakan valid karena nilai korelasi setiap item lebih besar dari r tabel 0,1946. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu X1 sebesar 0,886, X2

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, yaitu *customer experience* (0,748), *customer engagement* (0,696), *social media marketing* (0,697), dan loyalitas pelanggan (0,831). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B
Konstanta	1,012
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	0,350
Inovasi Produk (X2)	0,235
Digital Marketing (X3)	0,377

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Dengan demikian hasil analisis regresi linier berganda tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen, yaitu Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Digital Marketing memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hal ini dibuktikan dengan seluruh nilai koefisien regresi yang bernilai positif. Artinya, semakin baik kompetensi kewirausahaan, semakin tinggi inovasi produk, dan semakin optimal penggunaan digital marketing, maka akan semakin meningkat pula kinerja usaha yang dihasilkan oleh pelaku UMKM.

Uji Hipotesis

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	t Hitung	Sig.
Kompetensi Kewirausahaan (X1)	3,464	0,001
Inovasi Produk (X2)	2,217	0,029
Digital Marketing (X3)	4,689	0,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji t (uji parsial) pada Tabel 4.8, diketahui bahwa variabel Kompetensi Kewirausahaan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,464 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai tersebut menunjukkan bahwa signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar 1,983. Dengan demikian, H_1 diterima, yang berarti Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin meningkat pula kinerja usaha yang dihasilkan. Kompetensi kewirausahaan seperti kemampuan mengelola usaha, membaca peluang pasar, dan mengambil keputusan bisnis mampu mendukung perkembangan usaha secara optimal.

Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4.9, diperoleh nilai R sebesar 0,873. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Digital Marketing terhadap Kinerja Usaha memiliki hubungan yang sangat kuat. Selain itu, diperoleh nilai R Square sebesar 0,762 yang menunjukkan bahwa sebesar 76,2% variabel Kinerja Usaha dapat dijelaskan oleh variabel Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Digital Marketing dalam penelitian ini.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,754 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen dan jumlah sampel penelitian, kemampuan variabel Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Digital Marketing dalam menjelaskan Kinerja Usaha sebesar 75,4%. Sementara itu, sisanya sebesar 24,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian yang tidak dimasukkan dalam model regresi, seperti kualitas pelayanan, harga produk, lokasi usaha, loyalitas pelanggan, dan faktor lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Digital Marketing terhadap Kinerja Usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Kue Kering di Kaliwates Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, variabel kompetensi kewirausahaan memperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi bernilai positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha dapat diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin tinggi pula tingkat kinerja usaha yang dihasilkan. Kompetensi kewirausahaan dalam penelitian ini mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, membaca peluang pasar, serta menyelesaikan berbagai permasalahan usaha yang dihadapi. Pelaku usaha yang memiliki kompetensi kewirausahaan yang baik cenderung mampu menjalankan usaha secara lebih efektif dan efisien. Kemampuan tersebut dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk, mempertahankan pelanggan, serta menyesuaikan strategi usaha sesuai dengan kebutuhan pasar. Kondisi tersebut pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja usaha, baik dari segi penjualan, keuntungan, maupun perkembangan usaha secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *Resource-Based View* (RBV) yang menyatakan bahwa sumber daya internal yang dimiliki perusahaan, termasuk kompetensi dan kemampuan individu, merupakan faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja usaha. Kompetensi kewirausahaan menjadi salah satu sumber daya strategis yang dapat membantu pelaku usaha menghadapi persaingan bisnis dan perubahan kondisi pasar. Semakin baik kemampuan kewirausahaan yang dimiliki,

maka semakin besar peluang usaha untuk berkembang dan mencapai kinerja yang optimal. hasil penelitian ini juga didukung oleh konsep kewirausahaan yang menyatakan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan manajerial, kemampuan berinovasi, serta kemampuan mengambil keputusan yang tepat dalam menjalankan usaha. Kompetensi tersebut sangat diperlukan agar pelaku usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember, kompetensi kewirausahaan menjadi faktor penting karena pelaku usaha dituntut untuk mampu memahami kebutuhan konsumen, menjaga kualitas produk, serta menciptakan strategi pemasaran yang efektif (Rahmayanti et al., 2024).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki kemampuan kewirausahaan yang baik cenderung mampu meningkatkan produktivitas usaha, memperluas pasar, dan mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan dan kinerja suatu usaha. Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus meningkatkan kemampuan kewirausahaan melalui pengalaman, pelatihan, maupun pengembangan keterampilan usaha agar mampu meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha yang dijalankan (Irnawati et al., 2024)

Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha Kue Kering di Kaliwates Kabupaten Jember

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, variabel inovasi produk memperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi bernilai positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja usaha dapat diterima. Dengan demikian, semakin baik inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka semakin meningkat pula kinerja usaha yang dihasilkan. Inovasi produk dalam penelitian ini mencakup pengembangan rasa, bentuk, kemasan, dan variasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha kue kering. Inovasi tersebut menjadi salah satu strategi penting dalam menarik minat konsumen serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Pelaku usaha yang mampu menciptakan produk dengan rasa yang beragam, tampilan menarik, dan kemasan yang lebih modern cenderung lebih mudah menarik perhatian konsumen dibandingkan usaha yang tidak melakukan inovasi produk.

Variasi produk yang terus dikembangkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena memberikan lebih banyak pilihan sesuai dengan kebutuhan dan selera pasar. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya minat beli konsumen, loyalitas pelanggan, serta peningkatan penjualan usaha. Dengan demikian, inovasi produk tidak hanya berfungsi sebagai upaya pembaruan produk, tetapi juga menjadi faktor yang mampu memperkuat daya saing usaha dan meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember, inovasi produk menjadi faktor penting karena perubahan selera konsumen yang terus berkembang menuntut pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menciptakan produk yang unik dan berkualitas. Pelaku usaha yang mampu menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar akan lebih mudah mempertahankan eksistensi usahanya serta meningkatkan keuntungan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori inovasi yang menyatakan bahwa inovasi merupakan proses menciptakan pembaruan yang dapat memberikan nilai tambah bagi produk maupun usaha. Inovasi produk

menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif usaha karena dapat menciptakan perbedaan produk dibandingkan pesaing. Melalui inovasi produk, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta menciptakan kepuasan konsumen yang berdampak pada peningkatan kinerja usaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh teori kewirausahaan yang menyatakan bahwa kemampuan berinovasi merupakan salah satu karakteristik utama seorang wirausahawan dalam menghadapi persaingan bisnis. Pelaku usaha yang memiliki kemampuan inovasi yang baik cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan lebih mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Usaha Kue Kering di Kaliwates Kabupaten Jember

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, variabel digital marketing memperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi bernilai positif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan digital marketing berpengaruh terhadap kinerja usaha dapat diterima. Dengan demikian, semakin baik penerapan digital marketing yang dilakukan oleh pelaku usaha, maka semakin meningkat pula kinerja usaha yang dihasilkan. Digital marketing dalam penelitian ini mencakup penggunaan media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital lainnya sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Pemanfaatan teknologi digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Pelaku usaha yang aktif memanfaatkan media digital cenderung lebih mudah menjangkau konsumen baru, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memperluas pangsa pasar usaha.

Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business dapat membantu pelaku usaha dalam mempromosikan produk secara lebih menarik melalui foto, video, maupun informasi produk yang mudah diakses oleh konsumen. Selain itu, marketplace juga memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi pembelian produk secara online. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya penjualan, loyalitas pelanggan, serta kemudahan komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember, digital marketing menjadi strategi yang penting karena perubahan perilaku konsumen yang semakin memanfaatkan teknologi digital dalam mencari informasi dan melakukan pembelian produk. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan platform digital secara optimal akan lebih mudah bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya dibandingkan pelaku usaha yang masih menggunakan pemasaran konvensional secara terbatas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori digital marketing yang menyatakan bahwa pemasaran digital merupakan upaya pemasaran yang memanfaatkan teknologi internet dan media digital untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif dan efisien. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen melalui komunikasi dua arah yang cepat dan mudah. Selain itu, digital marketing juga mampu meningkatkan efektivitas promosi karena informasi produk dapat tersebar secara luas dalam waktu yang relatif singkat. Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori pemasaran modern yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dapat meningkatkan daya saing usaha dan memperkuat posisi usaha di pasar. Melalui digital marketing, pelaku usaha dapat memahami kebutuhan konsumen dengan lebih baik, melakukan promosi secara tepat sasaran, serta meningkatkan citra usaha di mata konsumen.

Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital mampu meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan

pasar, serta meningkatkan efektivitas promosi usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa digital marketing merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan dan kinerja suatu usaha. Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa digital marketing memiliki peranan penting dalam meningkatkan kinerja usaha kue kering di Kaliwates Kabupaten Jember. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu terus meningkatkan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran agar mampu memperluas pasar, meningkatkan penjualan, serta mempertahankan daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat (Al-Atsari et al., 2025).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan, inovasi produk, dan *digital marketing* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kue kering di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan kewirausahaan pelaku usaha, semakin tinggi inovasi yang dilakukan terhadap produk, serta semakin optimal pemanfaatan digital marketing, maka kinerja usaha yang dihasilkan akan semakin meningkat. Variabel digital marketing menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kinerja usaha dibandingkan variabel lainnya. Oleh karena itu, pelaku UMKM kue kering disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan kewirausahaan, melakukan pengembangan inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta memanfaatkan strategi pemasaran digital secara konsisten untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Septy Holisa Umamy, SM., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP. selaku dosen pembimbing I, serta Ibu Jekti Rahayu, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen atas ilmu yang telah diberikan, serta kepada responden Umkm kue kering kecamatan kaliwates Kabupaten Jember yang telah memberikan izin dan data pendukung dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Atsari, Z. S., Fitriani, L. K., & Djuniardi, D. (2025). Pengaruh digital marketing dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM melalui keunggulan bersaing. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 120–135. <https://doi.org/10.25134/digibe.v3i2.310>
- Amita, A., Akhmad, I., & Hinggo, H. T. (2023). Terhadap *Impulse Buying* Pada Produk *Famys Concept*. 2(3), 136–150.
- Arista, S. W., & Hermawan, S. (2025). Improving MSME performance based on digital marketing, intellectual capital, product innovation and competitive advantage. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 526–557. <https://doi.org/10.18196/mb.v16i2.25192>
- Chusumastuti, D., Zulfikri, A., & Rukmana, A. Y. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi ada UMKM di Jawa Barat). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(02), 22–32. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i02.334>

- Fitri, F., & Halik, R. A. F. (2023). Peran Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 556–563. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.67832>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, K. (2024). Pengaruh digital marketing terhadap kinerja UMKM di Indonesia. *Widya Amerta Jurnal Manajemen*, 3(2), 112–123.
- Gupta, A., & Batra, S. (2020). Drivers of MSME performance in the food sector: Innovation and marketing capabilities. *Journal of Business Research*, 114, 360–372.
- Hair et al. (2019). *BAB III heir theory*. 19–29.
- Heryanti, A., & Arnu, A. (2024). Kompetensi kewirausahaan dan kinerja UMKM. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 89–98.
- Hidayatullah, F., Sunarya, E., & Ramdan, A. M. (2023). Inovasi produk sebagai strategi keunggulan bersaing UMKM kue kering. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 221–231.
- Irnawati, D. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kabupaten Bojonegoro. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(2), 612–620. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i2.25394>
- John, W. C. (2015). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. *Mycological Research*, 94(3), 522.
- Kumar, V., Dixit, A., Javalgi, R. G., & Dass, M. (2020). Digital transformation of small businesses: Marketing implications. *Journal of Marketing*, 84(4), 94–113.
- Kuswardani, D., Santoso, A., Maulana, D. Y., Alfiana, A., & Gusmao, C. (2024). The Influence of Product Innovation, HR Competence, and Marketing Performance on The Financial Performance of MSMEs in The Agricultural. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 21(3), 307–318. <https://doi.org/10.17358/jma.21.3.307>
- Laksono, R., Toyib, M., Mardiah, A., Utomo, S. B., & Prihadi, D. J. (2024). Pengaruh Digital Marketing, E-Commerce Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2684–2684. <https://doi.org/10.54373/ifjeb.v4i5.2168>
- Luwiha, L., Astuti, W., & Ardianto, H. (2025). Leveraging digital product and promotion innovation to enhance competitiveness in SMEs. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 20–27. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v5i1.4599>
- Muchlas, Z. (2021). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Motivasi Kewirausahaan. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 17(1), 1–32. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i1.409>
- Nurdiyah, R. D. (2025). Analisis kinerja usaha kue kering skala rumah tangga. *Jurnal Media Akademik*, 6(1), 14–24.
- Nurhanafiyah, A., Santoso, B., & Puspitadewi, I. S. (2025). Efek kemampuan usaha, kompetensi berwirausaha dan kapabilitas digital terhadap pengembangan usaha bakery di Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 145–159. <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i1.4898>
- Rike Selviasari, & Sudarmiatin. (2024). The Role of Entrepreneurial Marketing, Digital Marketing Through Product Innovation on SMEs Business Performance. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 97–108. <https://doi.org/10.55927/jambak.v3i1.9245>
- Rukaiyah, S., Laan, R., & Bangaran, Y. L. (2025). Pengaruh Knowledge Management, Digital Marketing, Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Kecil Di Kota Makassar. *Jurnal Online Manajemen ELPEI*, 5(1), 1321–1333. <https://www.jurnal.stim-lpi.ac.id/index.php/Jomel/article/view/377>
- Saraswati, D., Rahmawati, R., & Pramudijo, A. (2021). Entrepreneurial competencies and competitive advantage in culinary SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(5), 1170–1188.