

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

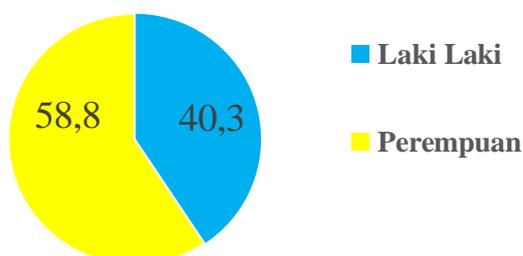
4.1.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah pengusaha dari setiap usaha kuliner pada Kabupaten Muara Bungo. Dari data 90 responden, melalui daftar pertanyaan mencakup, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, lama usaha dan penghasilan/pendapatan. Dalam penggolongan ini dilaksanakan kepada responden agar mengetahui secara jelas mengenai kondisi responden sebagai objek pada penelitian ini.

4.1.2 Karakteristik Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dengan penyebaran kuesioner, terdapat data tentang jenis kelamin responden sebagai berikut :

Gambar 4.1
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin



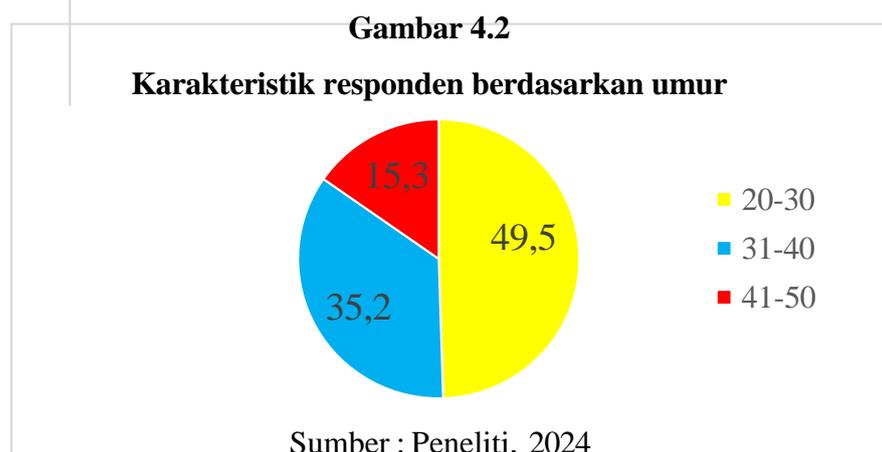
Sumber : Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, diketahui dari 90 responden pengusaha usaha kuliner kuliner Kabupaten Muara Bungo ada 58,8%

responden yang dengan jenis kelamin perempuan sejumlah 53 orang dibanding responden dengan jenis kelamin laki-laki yang hanya 40,3% atau sejumlah 37 orang. Hal ini disebabkan pada Kabupaten Bungo dari setiap jenis usaha, perempuan lebih dominasi dalam bidang kuliner dibandingkan laki-laki.

4.1.3 Karakteristik Umur

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dengan penyebaran kuesioner ditemukan data responden berdasarkan umur sebagai berikut :

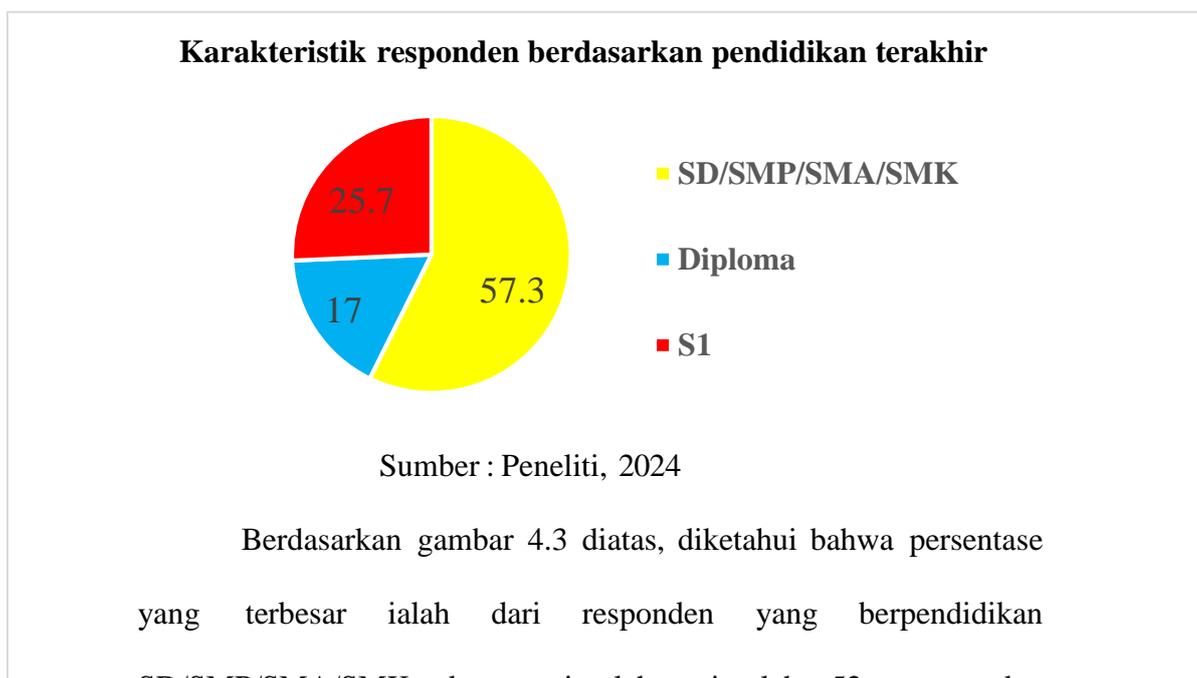


Berdasarkan gambar 4.2 diatas, terdapat 90 responden dari persentase usia responden paling banyak yang berusia 20-30 tahun persentase sejumlah 49,5% atau sejumlah 45 pengusaha, diikuti dengan usia 31-40 tahun sejumlah 35,2% atau sejumlah 32 pengusaha, serta yang berusia 41-50 tahun sejumlah 15,3% atau sebanyak 13 orang. Hal ini membuktikan mayoritas pengusaha usaha kuliner di Kabupaten Bungo berumur 20-30 tahun.

4.1.4 Karakteristik pendidikan terakhir

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari menyebarkan kuesioner, ditemukan data tentang responden berdasarkan pendidikan terakhir sebagai berikut:

Gambar 4.3

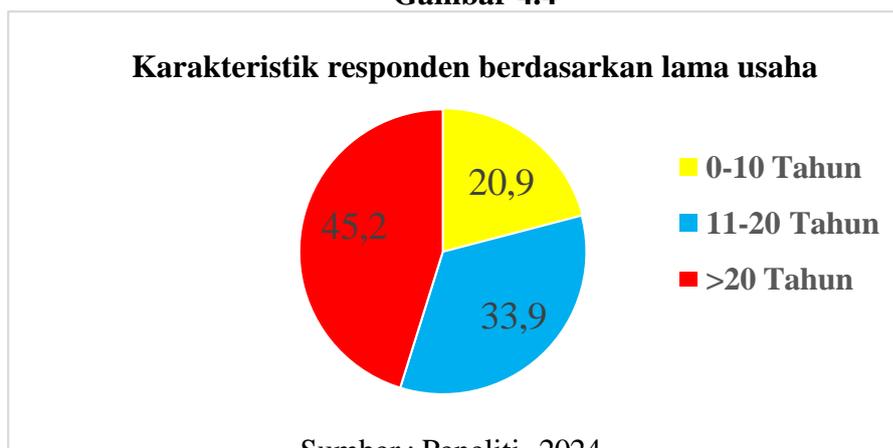


Berdasarkan gambar 4.3 diatas, diketahui bahwa persentase yang terbesar ialah dari responden yang berpendidikan SD/SMP/SMA/SMK dengan jumlah sejumlah 52 orang dan persentase 57,3% kemudian responden yang mendapat persentase yang sedikit ialah responden yang berpendidikan diploma yaitu hanya sejumlah 15 orang dan persentase 17%. Pada pendidikan S1 sejumlah 23 orang dan persentase 25,7%. Dapat disimpulkan proporsi yang paling banyak ialah pendidikan SD/SMP/SMA/SMK, hal ini membuktikan untuk menjadi seorang pengusaha yang paling diutamakan adalah skill dan keahlian dalam memimpin bisnisnya. Namun dalam menempuh pendidikan paling tinggi itu juga bagus yang mana bertujuan untuk menambah wawasan dalam dunia bisnis.

4.1.5 Karakteristik Lama Usaha

Berdasarkan penelitian yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner, terdapat data tentang responden berdasarkan lama usaha yang dipimpin pengusaha sebagai berikut:

Gambar 4.4

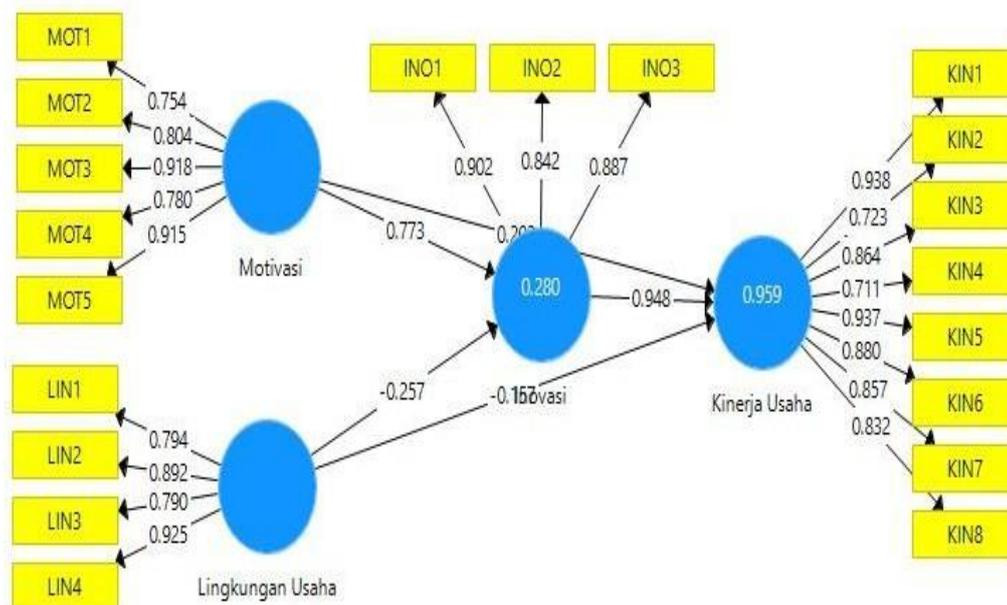


Berdasarkan gambar 4.4 diatas, diketahui bahwa persentase usaha yang paling lama yaitu > 20 Tahun sebanyak 41 usaha atau sebesar 45,2% . Kemudian porporsi dari 11-20 tahun sejumlah 30 usaha atau sejumlah 33,9%., dan porporsi 0-10 tahun sebanyak 19 usaha atau sejumlah 20,9%. Persentase yang paling banyak pada lama usaha ialah diatas 20 tahun karena pada usaha kuliner kabupaten Bungo masih lama dan bertahan sampai saat ini.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Evaluasi Pengukuran Model (*Outer Model*)

Outer model menunjukkan bagaimana hubungan antar variabel dengan indikatornya, dalam analisis model ini bagaimana valid atau tidaknya dalam sebuah hubungan antar variabel tersebut.



Gambar 4.5 Outer Model

Secara umum uji validitas mampu dihitung memakai skor loading di model penelitian $> 0,7$ dan memakai parameter AVE dengan skor $> 0,5$. Jika skor loading kecil $< 0,5$ maka mampu dihapus dari konstruknya dikarenakan indikator tersebut tidak terumat ke konstruk yang mewakili. Kemudian jika skor loading mencapai $0,5-0,7$, maka peneliti tidak menghapus indikator yang mendapati skor loading sepanjang skor $> 0,5$.

1. Hasil Analisis Uji Validitas

Untuk mengerjakan penelitian, uji ini menjadi perhitungan menyajikan setiap pertanyaan pada bentuk kuesioner bisa mewakili variabel yang akan diteliti. Pada pemakaian SMARTPLS pengukuran validitas dilaksanakan dengan 2 cara yakni, *Convergent validity* dan *Discriminant validity*.

a. *Convergent validity*

Convergent validity nilai yang menentukan nilai *loading factor* terhadap variabel dengan masing-masing indikator dari suatu variabel. Indikator dirasa valid jika mengandung nilai AVE diatas 0,5 atau melihatkan semua outer loading dimensi variabel mengandung nilai loading > 0,5. Namun jika nilai AVE dibawah 0,5 maka dianggap tidak valid dan tidak dianggap cukup yang artinya tidak memenuhi syarat. Tapi sebaliknya jika diatas 0,5 maka akan cukup dan memenuhi syarat :

Tabel 4.1
Loading Factor

Indikator	X₁	X₂	Y	Z
MOT1	0.754			
MOT2	0.804			
MOT3	0.918			
MOT4	0.780			
MOT5	0.915			
LIN1		0.794		
LIN2		0.892		
LIN3		0.790		
LIN4		0.925		
KIN1			0.938	
KIN2			0.723	
KIN3			0.864	
KIN4			0.711	
KIN5			0.937	
KIN6			0.880	
KIN7			0.857	
KIN8			0.832	
INO1				0.902
INO2				0.842
INO3				0.887

Sumber: Data Analisis Penulis, 2024

Berdasarkan hasil temuan pada tabel 4.2 melihat variabel pada penelitian ini yakni X₁ Motivasi, X₂ Lingkungan Usaha, Y Kinerja usaha dan Z Inovasi. Dari setiap pertanyaan yang mewakili setiap variabel mengandung

nilai loading factor $> 0,5$ maka bisa disebut pertanyaan yang mewakili masing-masing variabel memenuhi syarat untuk diteliti.

Tabel 4.2
Hasil Analisis *Average Variance Extruded* (AVE)

	<i>Average Variance Extruded</i> (AVE)
X ₁	0.700
X ₂	0.726
Y	0.717
Z	0.770

Sumber: Data Analisis Penulis, 2024

Berdasarkan uraian tabel diatas, didapati bahwasanya nilai AVE dari variabel X₁ $> 0,5$ atau sejumlah 0,700, untuk nilai variabel X₂ $> 0,5$ atau sejumlah 0,726, untuk nilai variabel Y $> 0,5$ atau sejumlah 0,717, serta untuk variabel Z $> 0,5$ atau sejumlah 0,770. Dari penjelasan tersebut disimpulkan bahwasanya masing-masing variabel mengandung *Convergent Validity* yang baik.

b. *Discriminant Validity*

Dalam pengukuran ini memakai nilai yang berdasarkan cross loading, untuk mengetahui nilai setiap variabel jika memperoleh nilai cross loading yang lebih tinggi $>$ saat melaksanakan perbandingan dengan variabel yang lain.

Tabel 4.3*Cross Loading*

Indikator	X₁	X₂	Y	Z
MOT1	0.754	0.698	0.362	0.314
MOT2	0.804	0.687	0.510	0.484
MOT3	0.918	0.919	0.479	0.468
MOT4	0.780	0.793	0.305	0.317
MOT5	0.915	0.925	0.561	0.538
LIN1	0.716	0.794	0.342	0.338
LIN2	0.873	0.892	0.432	0.417
LIN3	0.757	0.790	0.302	0.309
LIN4	0.915	0.925	0.561	0.538
KIN1	0.502	0.477	0.938	0.920
KIN2	0.402	0.354	0.723	0.646
KIN3	0.529	0.447	0.864	0.817
KIN4	0.395	0.328	0.711	0.613
KIN5	0.503	0.478	0.937	0.922
KIN6	0.473	0.448	0.880	0.902
KIN7	0.499	0.438	0.857	0.842
KIN8	0.403	0.394	0.832	0.887
INO1	0.473	0.448	0.880	0.902
INO2	0.499	0.438	0.857	0.842
INO3	0.403	0.394	0.832	0.887

Sumber: Data Analisis Penulis, 2024

Berdasarkan tabel 4.3, hasil yang didapat memperlihatkan bahwasanya nilai dari masing-masing item pertanyaan baik variabel X₁, X₂, Y dan Z memperoleh nilai cross loading yang lebih besar > saat melakukan perbandingan antar variabel dalam pertanyaan yang

mewakilinya.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Dalam perhitungan ini untuk memperlihatkan bagaimana tepatnya konstitensi jawaban responden pada variabel yang dipakai agar mengetahui konsisten atau tidaknya responden untuk menjawab pertanyaan tersebut. Ada 2 pengukuran dalam penelitian ini yaitu:

a. *Composite Reliability*

Composite Reliability menghitung nilai sejujurnya reliabilitas sebuah konstruk. Tetapi *Composite Reliability* dianggap lebih baik untuk memperhitungkan konsistensi internal sebuah konstruk. Suatu konstruk atau variabel disebut reliabel jika memberi nilai *Composite Reliability* > 0,7.

Tabel 4.4

Hasil Analisis *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
X ₁	0.921
X ₂	0.914
Y	0.953
Z	0.909

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Nilai *Composite Reliability* pada setiap variabel menghasilkan variabel X₁, X₂, Y Dan Z > 0,7 dimana nilai *Composite Reliability* dari variabel X₁ > 0,7 yaitu sejumlah

0,921, variabel $X_2 > 0,7$ yaitu sejumlah 0,914, Variabel $Y > 0,7$ yaitu sejumlah 0,953 serta variabel Z sejumlah 0,909. Dari uraian tersebut menunjukkan nilai *Composite Reliability* pada setiap variabel yang besarnya $> 0,7$ yang mana variabel-variabel tersebut reliable.

b. *Croanbach Alpha*

Dalam menggunakan ujia reliabilitas dengan *Composite Reliability* bisa diperkokoh jika memakai nilai *Croanbach Alpha* yang mana Sebuah konstruk atau variabel disebutkan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ dan *Composite Reliability* $> 0,7$. Berikut uraian tabel dari hasil analisis *Croanbach Alpha* :

Tabel 4.5

Hasil Analisis *Cronbach's Alpha*

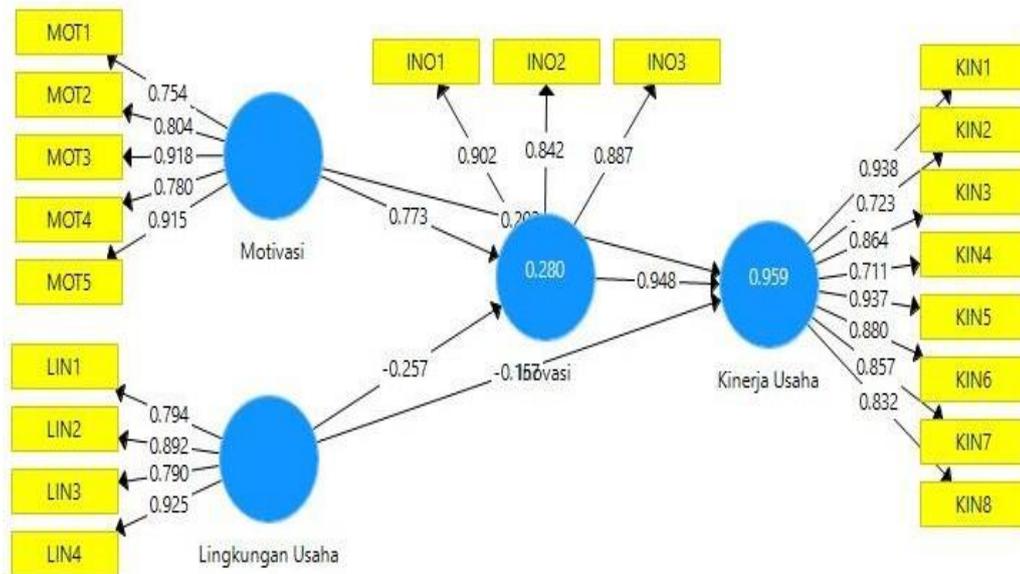
	<i>Cronbach's Alpha</i>
X_1	0.893
X_2	0.875
Y	0.942
Z	0.850

Sumber: Data primer analisis 2024

Berdasar pada tabel 4.5 diatas, menunjukkan hasil *Croanbach Alpha* Variabel X_1 , X_2 , Y dan $Z > 0,7$ yaitu X_1 sejumlah 0,893, X_2 sejumlah 0,875, Y sejumlah 0,942 serta Z sejumlah 0,850. Dari hasil ini memperlihatkan masing-masing variabel penelitian memenuhi syarat nilai *Croanbach Alpha* dan

mampu menyimpulkan keseluruhan variabel mengandung tingkat reliabilitas yang tinggi.

4.2.1 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)



Gambar 4.6 Inner Model

1. Analisis R^2

Nilai R^2 adalah nilai yang Cuma dimiliki variabel endogen yang mana agar mengetahui berapa besar dan kuat variabel eksogen dapat mempengaruhi variabel endogen, serta R^2 memiliki kriteria untuk mengetahui lemah atau kuatnya suatu variabel yang dapat dipengaruhi.

Tabel 4.6

R Square

	R Square	R square Adjusted
Variable 5	0.958	0.957

Sumber: Data Analisis, 2024

Berdasarkan hasil tabel diatas dengan perhitungan $0,958 \times 100\% = 95,8\%$, maka dapat disimpulkan variabel Y dipengaruhi sebesar

95,8% oleh variabel X_1 , X_2 dan Z , sedangkan kemungkinan 4,2% dari variabel Y dipengaruhi oleh variabel lainnya yang memungkinkan mempengaruhi variabel Y .

2. Analisis Q^2

Nilai Q^2 merupakan gambaran untuk menentukan kecocokkan relevan model secara struktural. Jika nilai $Q^2 > 0$ maka model tersebut memiliki *Predictive Relevance* yang baik, namun jika nilai $Q^2 < 0$ maka tidak memiliki *Predictive Relevance* yang buruk.

Tabel 4.7
Analisis Q^2

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SEE/SSO)$
Variabel 1 (X_1)	450.000	450.000	
Variabel 2 (X_2)	360.000	360.000	
Variabel 4 (Y)	720.000	247.426	0.656
Variabel 5 (Z)	270.000	214.442	0.206

Sumber: Data analisis, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa nilai dari Q^2 0,656 yang mana lebih besar dari 0, maka bisa dikatakan model ini memiliki variabel eksogen yang baik dalam memprediksi variabel lainnya.

3. *Effect Size* (f^2)

Effect size sangat berguna untuk mengetahui baik atau tidaknya model variabel independen dengan dependen. Jika nilai f^2 0,02 dikategorikan kecil, 0,15 menengah, dan 0,35 besar.

Tabel 4.8
Effect Size (f^2)

	X ₁	X ₂	X ₃	Y
X ₁				0.066
X ₂				0.042
Y				
Z				15.797

Sumber: Data analisis, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, memperlihatkan variabel X₁ memiliki nilai 0,066 yang mana menyimpulkan memiliki pengaruh kecil terhadap Y karena $> 0,02$, variabel X₂ memiliki nilai 0,042 yang mana menyimpulkan memiliki pengaruh yang kecil $> 0,02$, sedangkan variabel Z memiliki nilai 15.797 dimana dapat disimpulkan memiliki pengaruh yang besar karena $> 0,35$.

4.1 Analisis Uji Hipotesis

1. *Path Coefficients*

Berdasarkan penjelasan data analisis sebelumnya, hasilnya bisa dipakai dalam memberi jawaban hipotesis pada penelitian ini. Untuk mengetahui hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini bisa dilaksanakan dengan cara melihat hasil dari t Statistik $> 1,96$ dan P Value $< 0,05$. Hipotesis bisa diterima jika P Value $< 0,05$, namun untuk hasil pengolahan hipotesis pengaruh secara langsung dapat dilihat melalui tabel *Path Coeffecition* yang berada pada *bootstrapping* SmartPLS.

Tabel 4.9
Pengaruh Langsung (*Path Coefficient*)

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Variabel X1 – Variabel Y	0.764	8.437	0.003
Variabel X2 – Variabel Y	0.525	2.933	0.002
Variabel X1 – Variabel Z	0.782	1.153	0.001
Variabel X2 – Variabel Z	0.839	11.364	0.000
Variabel Z – Variabel Y	0.979	45.479	0.000

Sumber: Data analisis, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel 4.9 diatas, menunjukkan adanya pengaruh yang terbesar ditunjukkan pada pengaruh Variabel X₁ dengan nilai sejumlah 0,764. Variabel X₂ dengan nilai sejumlah 0,525, Variabel Z 0,797. Dimana pengaruh terkecil terdapat pada variabel X₁ dengan nilai 0,782 yang mana nilai T Statistik berada > 1,96. Berdasarkan dari hasil tersebut, menyimpulkan bahwa keseluruhan model pada variabel ini mengandung nilai Path Coeffection yang positif. Hal ini diketahui karena jika semakin tinggi nilai Path Coeffection maka semakin kuat juga pengaruh variabel independen dan dependen. Untuk menentukan signifikan atau tidaknya pada tabel 4.9 dapat dilihat dengan T statistik menurut Ghazali dan Laten (2015). Jika pada tingkat kepentingan $\alpha=5\%$ (0,05) menghasilkan koefisien batas dan kualitas faktual $t > 1,96$ dan kepentingan (p valued) $< 0,05$ maka pengaruh faktor bebas terhadap variabel ketergantungan ialah memadai dan jika koefisien batas y Apabila nilai t terukur adalah 0,05, maka pengaruh variabel otonom

terhadap variabel dependen dihilangkan.

- a. Motivasi terhadap Kinerja Usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Dalam hipotesis ini yang akan diuji adalah pengaruh Motivasi terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak ditemukan pengaruh secara langsung antar motivasi terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

H₁: Adanya pengaruh langsung antara motivasi terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Tabel 4.10
Hasil Uji Motivasi Terhadap Kinerja Usaha

Original Sampel (O)	t-Statistics	p- values	H₀	H₁
0.764	8.437	0.003	Ditolak	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data dari tabel diatas kepada analisis angka *Path Coeffection* pada tabel 4.10 mampu diketatahui bahwasnaya ditemukan adanya hubungan variabel morivasi terhadap variabel kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo mengandung nilai original sample yang positif yakni sejumlah 0,764. Selain itu juga diperoleh nilai T Statistik sejumlah 8,437 dan nila P Value kurang dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan bahwasanya motivasi mengandung pengaruh

yang positif terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo yaitu sebesar 0,764 dan mengandung pengaruh yang positif dan signifikan jika dilihat dari nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t statistik ($8,437 > 1,96$) dan P Value lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), dengan begitu disimpulkan H1 diterima dan Ho ditolak.

b. Lingkungan Usaha terhadap Kinerja Usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Dalam hipotesis ini yang akan diuji adalah pengaruh Lingkungan usaha kepada kinerja usaha pada usaha kuliner kabupaten Bungo, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh secara langsung antar lingkungan usaha terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

H₂: Adanya pengaruh langsung antara lingkungan usaha terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Tabel 4.11

Hasil Uji Lingkungan Usaha Terhadap Kinerja Usaha

Original Sampel (O)	t-Statistics	p- values	H₀	H₁
0.525	2.933	0.002	Ditolak	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data dari tabel diatas kepada analisis angka Path Coeffection pada tabel 4.11 bisa diketatahui bahwasanya terdapat adanya hubungan variabel lingkungan usaha

terhadap variabel kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo mengandung nilai original sample yang positif yaitu sebesar 0,525. Selain itu juga diperoleh nilai T Statistik sejumlah 2,933 dan nilai P Value kurang dari 0,05. Didasarkan penjelasan tersebut memperlihatkan bahwasanya lingkungan usaha mengandung pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo yaitu sejumlah 0,525 dan mengandung pengaruh yang positif dan signifikan jika disaksikan dari nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t statistik ($2,933 > 1,96$) dan P Value lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$), dengan demikian disimpulkan H_1 diterima dan H_0 ditolak.

- c. Motivasi terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo
Dalam hipotesis ini yang akan diuji adalah pengaruh Motivasi terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara langsung antar motivasi terhadap Inovasi pada usaha kuliner kabupaten Bungo

H_3 : Adanya pengaruh langsung antara motivasi terhadap Inovasi pada usaha kuliner kabupaten Bungo

Tabel 4.12
Hasil Uji motivasi terhadap inovasi

Original Sampel (O)	t- Statistics	p- values	H₀	H₁
0.782	1.153	0.001	Ditolak	Diterima

Sumber data primer diolah 2024

Berdasarkan hasil olah data dari tabel diatas kepada analisis angka Path Coeffection pada tabel 4.12 bisa diketatahui bahwasanya terdapat adanya hubungan variabel motivasi terhadap variabel Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo mengandung nilai original sample yang positif yaitu sejumlah 0,782. Selain itu juga diperoleh nilai T Statistik sejumlah 1,153 dan nila P Value kurang dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut memperlihatkan bahwasanya motivasi mengandung pengaruh yang positif kepada Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo yaitu sejumlah 0,782 dan mengandung pengaruh yang positif dan signifikan jika disaksikan dari nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t statistik ($1,153 > 1,96$) dan P Value lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dengan begitu disimpulkan H1 diterima dan Ho ditolak.

- d. Lingkungan Usaha terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Dalam hipotesis ini yang akan diuji adalah pengaruh Lingkungan usaha terhadap Inovasi pada usaha kuliner kabupaten Bungo, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh secara langsung antara lingkungan usaha terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

H₄: Adanya pengaruh langsung antara lingkungan usaha terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Tabel 4.13

Hasil Uji Lingkungan Usaha Terhadap Inovasi

Original Sampel (O)	t- Statistics	p- values	H₀	H₁
0.839	11.364	0.000	Ditolak	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data dari tabel diatas terhadap analisis angka Path Coeffection pada tabel 4.13 bisa diketatahui bahwasanya terdapat adanya hubungan variabel lingkungan usaha terhadap variabel Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo mengandung nilai original sample yang positif yaitu sejumlah 0,839. Selain itu juga diperoleh nilai T Statistik sejumlah 11,364 dan nila P Value kurang dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut memperlihatkan bahwasanya lingkungan usaha mengandung pengaruh yang positif kepada inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo yaitu sejumlah 0,839 dan mengandung pengaruh yang positif dan signifikan jika disaksikan dari nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t statistik ($11,364 > 1,96$) dan P Value lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan begitu disimpulkan H₁ diterima dan H₀ ditolak.

- e. Inovasi terhadap Kinerja Usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Dalam hipotesis ini yang akan diuji adalah pengaruh Inovasi terhadap kinerja usahapada usaha kuliner kabupaten Bungo, dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh secara langsung antar inovasi terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner kabupaten Bungo

H₅: Adanya pengaruh langsung antara inovasi terhadap kinerja usaha pada usaha kuliner kabupaten Bungo

Tabel 4.14

Hasil Uji inovasi terhadap kinerja usaha

Original Sampel (O)	t- Statistics	p- values	H₀	H₁
0.979	45.479	0.000	Ditolak	Diterima

Sumber data primer diolah 2024

Berdasarkan hasil olah data dari tabel diatas terhadap analisis angka Path Coeffection pada tabel 4.13 bisa diketatahui bahwasanya terdapat adanya hubungan variabel inovasi kepada variabel kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo mengandung nilai original sample yang positif yaitu sejumlah 0,979. Selain itu juga diperoleh nilai T Statistik sejumlah 45,479 dan nila P Value kurang dari 0,05. Berdasarkan penjelasan tersebut memperlihatkan bahwasanya inovasi mengandung pengaruh yang positif kepada kinerja usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo yaitu sejumlah 0,979 dan memiliki pengaruh yang positif dan

signifikan jika dilihat dari nilai t statistik yang lebih besar dari nilai t statistik ($45,479 > 1,96$) dan P Value lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dengan begitu disimpulkan H1 diterima dan Ho ditolak.

4.1.4 Pembahasan

Pada penelitian ini berjudul ‘‘Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Usaha terhadap Kinerja Usaha dengan Inovasi sebagai variabel intervening pada usaha kuliner Kabupaten Bungo’’. Berdasarkan dari hasil analisis data yang mencakup Outer Model, Inner Model dan Uji Hipotesis, maka diperoleh hasil yaitu;

1. Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Berdasarkan hasil dari data statistik, menunjukkan motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai T statisik $8,437 > t$ Tabel 1,96 dan P Value $0,003 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Dery Seftiansyah, Lestari Hamdani dan Habib Akbar Muhammad (2020) menyatakan Motivasi mempengaruhi Kinerja Perusahaan.

Hal ini membuktikan dengan meningkatkan motivasi maka kinerja usaha akan ikut meningkat, namun jika tidak bisa meningkatkan motivasi melalui 5 kebutuhan Maslow maka kinerja usaha akan menurun sehingga berdampak buruk terhadap usaha kuliner. Hal ini membuktikan penelitian yang dilakukan

Khairun Nisa dan Muhammad Ziyad (2019) menyatakan motivasi tidak mempengaruhi kinerja usaha. Dari pendapat inilah membuktikan betapa pentingnya meningkatkan motivasi dalam diri pengusaha dalam memimpin bisnisnya.

2. Pengaruh Lingkungan Usaha terhadap Kinerja Usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Berdasarkan hasil dari data statistik, menunjukkan lingkungan usaha berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai T statistik $2,933 > t$ Tabel $1,96$ dan P Value $0,002 < 0,05$). maka menurut statistik H1 diterima yang mana artinya X2 mengandung pengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Hasil penelitian ini juga didukung Muhammad Rijal dan Sri Zuliarni, S.sos, MBA (2016), yang mana hasil penelitian menunjukkan lingkungan bisnis berpengaruh kepada kinerja UMKM.

Hal ini membuktikan jika memiliki lingkungan usaha yang bagus dalam bisnis maka kinerja akan ikut baik, dan menunjukkan betapa pentingnya mengelola lingkungan dalam bisnis dengan baik, karena jika tidak dikelola dengan baik maka akan berdampak buruk terhadap kinerja usaha. Hal ini dibuktikan dengan penelitian Siti Rosyafah (2017) menyatakan lingkungan bisnis tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Dari inilah pentingnya bagi pemimpin mengelola lingkungan usaha

dalam bisnisnya untuk menciptakan kinerja yang optimal.

3. Pengaruh Motivasi terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Berdasarkan hasil dari data statistik, menunjukkan motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha dengan nilai T statistik $1,153 > t$ Tabel $1,96$ dan P Value $0,001 < 0,05$). Berdasarkan uraian diatas penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilaksanakan Fira Eka Wahyuni (2022) menyebutkan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya motivasi berpengaruh terhadap inovasi.

Hal ini juga dibuktikan oleh penelitian Esti Margiyanti Utami, Ridwan Baraba dan Runanto (2019) Motivasi mempengaruhi keberagaman produk. Untuk hal inilah pentingnya memiliki dorongan yang baik dalam bersemangat berinovasi sehingga menghasilkan produk yang bermutu, jika motivasinya bagus maka akan bisa berinovasi dalam produk jika memiliki dorongan yang dan semangat yang tinggi.

4. Pengaruh Lingkungan Usaha terhadap Inovasi pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Berdasarkan hasil dari data statistik, menunjukkan lingkungan bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi dengan nilai T statistik $11,634 > t$ Tabel $1,96$ dan P Value $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Siti

Almaidah (2021) menunjukkan hasil penelitian lingkungan bisnis berpengaruh terhadap inovasi. Hal ini juga sependapat dengan Maat Pono, Andi Reni, Isnawati Osman, Meutia A.S dan Rahmawati Harisa (2018) menyatakan lingkungan bisnis mempengaruhi inovasi produk.

Berdasarkan uraian di atas, dapat membuktikan bahwasanya jika bisa mengelola lingkungan dengan baik bahkan sampai menciptakan lingkungan bisnis yang positif maka akan bisa berinovasi dengan baik. Hal ini saling berhubungan dikarenakan dalam berinovasi, lingkungan berperan penting bagi seseorang dalam menghasilkan produk. Hal ini disetujui pendapat Alteza (2011) lingkungan bisnis ialah serangkaian hal atau kondisi diluar unit bisnis atau industri yang memberi pengaruh aktivitas organisasi.

5. Pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha pada usaha kuliner Kabupaten Bungo

Berdasarkan hasil dari data statistik, menunjukkan lingkungan bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap inovasi dengan nilai t Statistik 45,479 dan nilai P Value 0,000 telah dijelaskan nilai T statistik $45,479 > t$ Tabel 1,96 dan P Value $0,000 < 0,05$. Penelitian ini didukung Arin Indrawati dan Harti (2022) yang menyatakan dengan hasil penelitian memperlihatkan dengan parsial inovasi berpengaruh kepada kinerja usaha. Hal ini

juga dibuktikan dalam meningkatkan kinerja, harus memiliki inovasi yang bagus dan kreatif terhadap suatu produk hingga menghasilkan kinerja yang berkualitas. Namun jika memiliki inovasi yang buruk akan berdampak negatif terhadap kinerja usaha dalam bisnis. Hal ini dibuktikan melalui penelitian Indra Permana (2017) menyatakan inovasi tidak berdampak terhadap kinerja bisnis.

Di tengah pesatnya perkembangan industri kuliner di Kabupaten Bungo, inovasi telah menjadi kunci utama untuk meningkatkan kinerja usaha para pelaku industri kuliner lokal. Setiap hari, para pengusaha kuliner di Kabupaten Bungo berjuang untuk tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat dengan menghadirkan ide-ide segar dan kreatif dalam bisnis mereka. Salah satu contoh inovasi yang telah mengubah lanskap industri kuliner di Kabupaten Bungo adalah konsep restoran unik yang menyajikan hidangan lokal dengan sentuhan modern. Para pengusaha kuliner ini tidak hanya memperkenalkan menu-menu baru yang menggugah selera, tetapi juga menciptakan pengalaman kuliner yang menyenangkan dan berkesan bagi para pengunjung. Tak hanya itu, inovasi juga tercermin dalam penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas dan ramah lingkungan. Para pengusaha kuliner berkolaborasi dengan petani dan produsen lokal untuk mendapatkan bahan-bahan segar dan

berkualitas tinggi, sehingga tidak hanya mendukung perekonomian lokal, tetapi juga memberikan nilai tambah pada produk mereka.

Inovasi juga terwujud dalam strategi pemasaran yang cerdas dan kreatif. Para pengusaha kuliner menggunakan media sosial dan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka, menciptakan brand awareness yang kuat, dan menjaga interaksi yang positif dengan pelanggan mereka. Namun, inovasi tidak hanya terbatas pada aspek produk dan pemasaran, tetapi juga merambah ke dalam proses operasional dan manajemen usaha. Penggunaan teknologi untuk mengelola inventaris, pemesanan online, dan layanan pelanggan telah membantu meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Dengan adanya inovasi yang terus-menerus dalam berbagai aspek bisnis, para pengusaha kuliner di Kabupaten Bungo mampu meningkatkan kinerja usaha mereka secara signifikan. Mereka tidak hanya bertahan di tengah persaingan yang sengit, tetapi juga menjadi pelopor dalam menginspirasi industri kuliner lokal untuk terus berkembang dan berinovasi demi mencapai kesuksesan yang berkelanjutan.