
Keberhasilan Usaha Yang Dimediasi Omzet Penjualan Opak Di Cikembar Sukabumi

(Business Success Mediated By Opak Sales Turnover In Cikembar Sukabumi)¹

Aska Nurrohman²; Joko Mulyono³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan antara produk dan sumber daya manusia terhadap keberhasilan usaha yang dimediasi omzet penjualan usaha opak di Cikembar Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling (sampel bertujuan) adalah cara mengambil sampel yang didasarkan karena tujuan tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan peneliti sendiri sehingga dapat mewakili populasi. Jumlah sampel yang memenuhi kriteria adalah sebanyak 104 pengusaha. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis linear berganda dibantu dengan menggunakan Microsoft Excel 2019 dan System Lisrel.

Hasil penelitian diketahui uji parsial atau uji t menunjukkan variabel produk dan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan. Variabel produk dan sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Variabel mediasi omzet penjualan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha. Variabel produk, sumber daya manusia dan variabel mediasi omzet penjualan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Kata kunci: Keberhasilan Usaha, Produk, Sumber Daya Manusia, Omzet Penjualan

Abstract

This research aims to understand the partial and simultaneous influence of products and human resources on business success mediated by sales turnover of Opak businesses in Cikembar Sukabumi. The research method used is quantitative methods. The sampling method uses a purposive sampling method (purposive sampling) is a way of taking samples based on certain objectives based on the researcher's own considerations so that they can represent the population. The number of samples that met the criteria was 104 entrepreneurs. The analytical methods used are validity testing, reliability testing, classical assumption testing, hypothesis testing and multiple linear analysis assisted by using Microsoft Excel 2019 and the Lisrel System. The research results show that the partial test or t test shows that product and human resource variables have a positive and significant effect on sales turnover. Product and human resource variables have a positive and significant effect on business success. The mediating variable sales turnover simultaneously has a significant positive effect on business success. Product variables, human resources and sales turnover mediating variables simultaneously have a significant positive effect on business success.

Keywords: Business Success, Products, Human Resources, Sales Turnover

PENDAHULUAN

Kuliner lokal merupakan produk yang telah diproduksi, dikembangkan, dan dikonsumsi di suatu daerah, dan diolah atau diproduksi dari bahan baku lokal, teknologi lokal dan pengetahuan lokal. Adapun penelitian ini akan fokus ke usaha kuliner di Sukabumi. Sukabumi sebagai salah satu daerah terbesar yang ada di Jawa Barat yang memiliki potensi wisata kuliner yang cukup banyak. Kuliner yang dimiliki adalah mochi, rampang pala, paladang, opak, dan lain-lain. Selain menggunakan bahan dasar yang sederhana namun memiliki cita rasa yang cukup khas.

Opak singkong merupakan kuliner yang terbuat dari singkong yang telah melalui proses pamarutan, pencampuran bumbu, dimasak, dicetak lalu dijemur dibawah terik matahari. Opak yang bermutu baik menggunakan singkong jenis manggu yang cukup tua sekitar umur 7-9 bulan dan baru dipanen. Pada periode tahun 2018 omset yang cukup lumayan banyak. Kemudian pada tahun 2019 omset meningkat 10% dari tahun lalu. Dan ditahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis sebesar 50% dikarenakan pandemi covid-19, sebab akses distribusi sempat terhalang akan adanya pembatasan aktifitas oleh pemerintah.

Banyak juga bisnis yang harus gulung tikar dikarenakan pandemi ini. Ditahun 2021 sedikit mengalami kenaikan 5%, dengan sedikit turunnya kasus pandemi namun cukup sulit untuk menjangkau pasar pada masa pemulihan pandemi bagi pelaku bisnis opak. Pada tahun 2022 bencana covid-2019 sudah mereda dan bisnis mengingkat cukup pesat sebesar. Dari keterangan diatas terhitung untuk UMKM opak ini layak dan mampu berkelanjutan dengan dibuktikannya saat covid-2019.

Pembuatan opak singkong membutuhkan alat relatif sederhana, yaitu: pisau, bak atau ember untuk mencuci singkong, parut, panci atau dandang untuk meribus singkong, tungku kayu bakar, pengilingan dan alas plastik, cetakan plastik untuk mencetak opak singkong, irig dari bambu untuk alas menjemur opak. Cita rasa opak tidak konsisten atau berubah antar opak, disebabkan pengeolahan secara manual. Untuk kemasan yang digunakan masih sederhana dan banyak persamaan dengan usaha mikro kecil menengah (UMKM) lain. kurang adanya inovasi dan terkesan monoton hanya berbentuk bulat.

Pengusaha opak di Cikembar secara umum karyawan masih tergolong keluarga. Lingkungan kerja yang panas dan juga tingkat kebisingan yang tinggi dapat mempengaruhi konsentrasi karyawan. Keterbatasan bahan baku (singkong), kemasan yang sederhana, kurangnya motivasi dalam bekerja, dan inovasi produk, sebagian besar penjualan tidak terpenuhi itu akan menghambat pertumbuhan usaha opak. Pada rata-rata angka penjualan pada tabel di atas menunjukkan bawah usaha opak layak untuk lanjutkan, terbukti mampu bertahan di era COVID - 19 , namun kondisi target penjualan yang tidak pasti akan menjadi kendala besar untuk keberlangsungan usaha opak tersebut, artinya usaha opak hanya mampu memenuhi kebutuhannya sendiri.

Menurut (Drummond & Brefere, 2020) dalam bukunya yang berjudul “*Nutrition for foodservice and culinary professionals*” cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Messa & Yahya, 2022) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Pada Dapur Lamongan Tolotoli” Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Dapur Lamongan Tolitoli.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2021) dalam bukunya yang berjudul *Principles of marketing* bahwa: “Kemasan melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk. Pada dasarnya, fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk.” Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ibadurrahman & Hafid, 2022) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya Kota Makasar” Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, cita rasa dan kemasan produk secara simultan memiliki pengaruh kuat dan searah terhadap keputusan pembelian konsumen pada minuman ringan.

Inovasi produk menurut (Kotler & Armstrong, 2021) adalah pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk dan merek baru melalui usaha R & D perusahaan itu sendiri. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Permatasari & Maryana, 2021) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung)” hasil menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Menurut (Sutrisno, 2016) mengemukakan motivasi adalah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Motivasi sering diartikan sebagai faktor pendorong perilaku manusia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Natasha et al., 2021) dalam penelitiannya berjudul “Motivasi Berwirausaha Pada Pengusaha Muda Di Kota Makasar” hasil menunjukkan bahwa motivasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Menurut (Sedarmayanti, 2017) lingkungan kerja merupakan keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seseorang bekerja, metode kerjanya serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun kelompok. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurjaya, 2021) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Hazara Cipta Pesona” hasil menunjukkan bahwa lingkungan kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Menurut (Tjiptono, 2019) definisi mengenai omzet penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu: pertama, tingkat volume penjualan yang ingin dicapai, kedua, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan ketiga, adalah keuntungan atas volume penjualan. definisi mengenai volume penjualan, esensinya diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu: pertama, tingkat volume penjualan yang ingin dicapai, kedua, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan ketiga, adalah keuntungan atas volume penjualan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Williem et al., 2022) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Modal Kerja, Omzet Penjualan Dan Jam Kerja Operasional Terhadap Laba (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Rumah Makan Mitra GoFood Di Kabupaten Sukoharjo)” hasil menunjukkan bahwa omzet penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

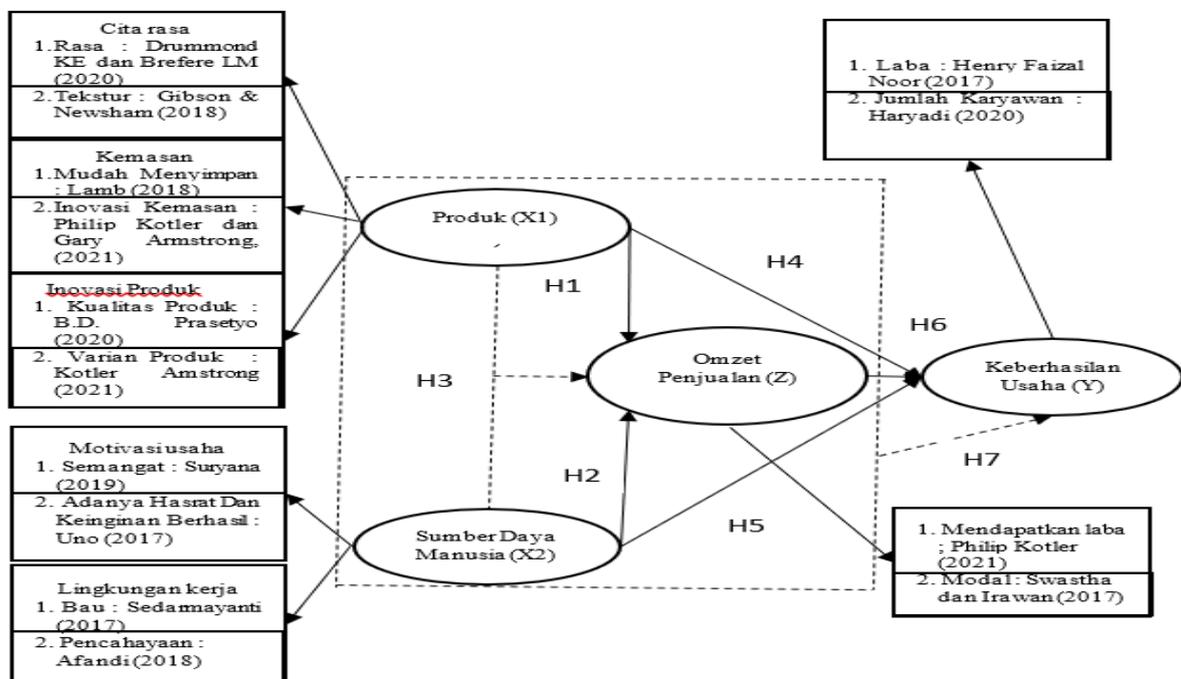
Melalui observasi awal penelitian maka ada masalah dengan produk dan sumber daya manusia, untuk bidang produk yaitu cita rasa yang belum stabil, proses produksi yang masih manual, proses pengemasan yang masih sederhana, dan inovasi produk yang kurang. Dari bidang sumber daya manusia yaitu kekurangan tenaga kerja dan masih cenderung melakukan semuanya sendiri, hal ini membuat ketergantungan proses usaha dan

menjadikan sulit untuk berkembang secara cepat. Kondisi lingkungan kerja yang kurang memadai atau belum standar nasional membuat kesehatan dan keselamatan kerja harus lebih diperhatikan.

METODOLOGI

Metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiyono (2020) adalah Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikarenakan data yang akan diolah merupakan data rasio dan yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti yaitu peran produk (X1) dan Sumber Daya Manusia (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y) yang di mediasi omzet penjualan (Z) diperoleh berupa data kuantitatif. Objek observasi dalam penelitian ini adalah para pengusaha opak di Cikembar Sukabumi. Penelitian ini dilakukan pada para pengusaha opak yang memenuhi Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu: 1. menempati tempat usaha permanen. 2. rumah produksi masih aktif. Berdasarkan hasil survey peneliti, jumlah sampel yang memenuhi kriteria adalah sebanyak 104 pengusaha. Dengan demikian jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 104 pengusaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, angket (kuesioner), wawancara dan survei. Penelitian ini digunakan alat bantu pengolahan data berupa *software* komputer yaitu program Lisrel versi 8.8.



Sumber: Data diolah penulis, 2024

Gambar 1. Desain penelitian

Berdasarkan variabel-variabel indikator dalam penelitian ini, peneliti mengembangkannya menjadi instrumen penelitian dan menggunakan teknik pengumpulan data melalui pertanyaan-pertanyaan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2018) kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang berisi pernyataan atau pertanyaan tertulis bersifat tertutup atau terbuka yang ditujukan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner disusun dari kisi-kisi instrumentasi variabel berupa kuesioner tertutup. Bentuk jawaban yang digunakan adalah skala Bipolar Adjectif 10 mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Produk (X1) pada sudut pandang citarasa. Cita rasa merupakan suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (<i>taste</i>) makanan tersebut. (Drummond & Brefere, 2020)	P1-P2 Rasa P3-P4 Tekstur	
Produk (X1) pada sudut pandang kemasan. Kemasan yaitu melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk. (Amstrong & Philip, 2021)	P5-P6 Mudah menyimpan P7-P8 Inovasi kemasan	
Produk (X1) Pada sudut pandang inovasi produk. Inovasi produk adalah pengembangan dari produk orisinil, peningkatan produk, modifikasi produk dan merek baru melalui usaha R & D perusahaan itu sendiri (Kotler & Armstrong, 2021)	P9-P10 Kualitas produk P11-P12 Varian produk	
Sumber daya manusia (X2), pada sudut pandang motivasi usaha. Motivasi adalah kondisi atau energi yang menggerakkan diri seseorang yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi. (Mangkunegara, 2020)	S1-S3 Semangat S4-S5 Ada hasrat dan keinginan berhasil	
Sumber daya manusia (X2), pada sudut pandang lingkungan kerja. Lingkungan kerja adalah keseluruhan alat perkakas dan bahan yang dihadapi, lingkungan sekitarnya dimana seorang pekerja, metode kerjanya, serta pengaturan kerjanya baik sebagai perseorangan maupun sebagai kelompok. (Sedarmayanti, 2017)	S6-S7 Bau S8-S10 Pencahayaan	Bipolar 1 - 10
Omzet penjualan (Z), omzet penjualan merupakan total uang yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa perusahaan selama suatu periode waktu tertentu. (Kotler & Keller, 2018)	Z1-Z5 Mendapatkan laba Z6-Z10 Modal	
Keberhasilan usaha (Y), keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Atau suatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik dari sebelumnya. (Wiranawata, 2019)	Y1-Y5 Laba Y6-Y10 Jumlah karyawan	

Sumber: Diolah penulis, 2024

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik model persamaan struktural atau structural equation modeling (SEM). Model persamaan struktural diperlukan untuk mengetahui hubungan kausal antar variabel laten yang terdapat dalam persamaan struktural.

Proses pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi statistik LISREL yang merupakan paket dalam program SEM (Structural Equation Model). System lisrel dipergunakan untuk menganalisis data hasil survei, menginterpretasi hasil penelitian serta untuk menguji hipotesis. Analisis deskriptif, pengujian model pengukuran, pengujian model overall, pengujian model struktural serta pengujian hubungan variabel terobservasi.

Analisis deskriptif dipakai untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa adanya maksud untuk menyimpulkan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penyajian data didalam analisis ini dapat disajikan melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan dengan desil, persentil, perhitungan penyebaran data dan standar deviasi, perhitungan persentase.

Model pengukuran Menurut (Latan, 2018) evaluasi model pengukuran atau disebut outer model dilaksanakan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Pengujian model pengukuran dilakukan untuk melihat validitas dan reabilitas. Pengujian model pengukuran dilakukan untuk melihat validitas dan reabilitas. Hasil uji validitas melalui program Lisrel 8.8 dalam model SEM dapat dilakukan dengan menggunakan model pengukuran Confirmatory Factor Analysis (CFA). Confirmatory Factor Analysis (CFA) ini untuk memvalidasi dan menguji struktur faktor yang diamati. Kriteria pengujian validitas model pengukuran dengan model pengukuran Confirmatory Factor Analysis (CFA) yaitu apabila t-value dari standardized loading factor dari variabel teramati memenuhi syarat yaitu $> 1,96$ dan Standarized solution dari variabel teramati memenuhi syarat yaitu $> 0,50$ (Wijanto, 2008). Maka data dinyatakan valid. Dan apabila t-value dari standardized loading factor dari variabel teramati memenuhi syarat yaitu $< 1,96$ dan Standarized solution dari variabel teramati memenuhi syarat yaitu $< 0,50$ (Wijanto, 2008). Maka data dinyatakan tidak valid.

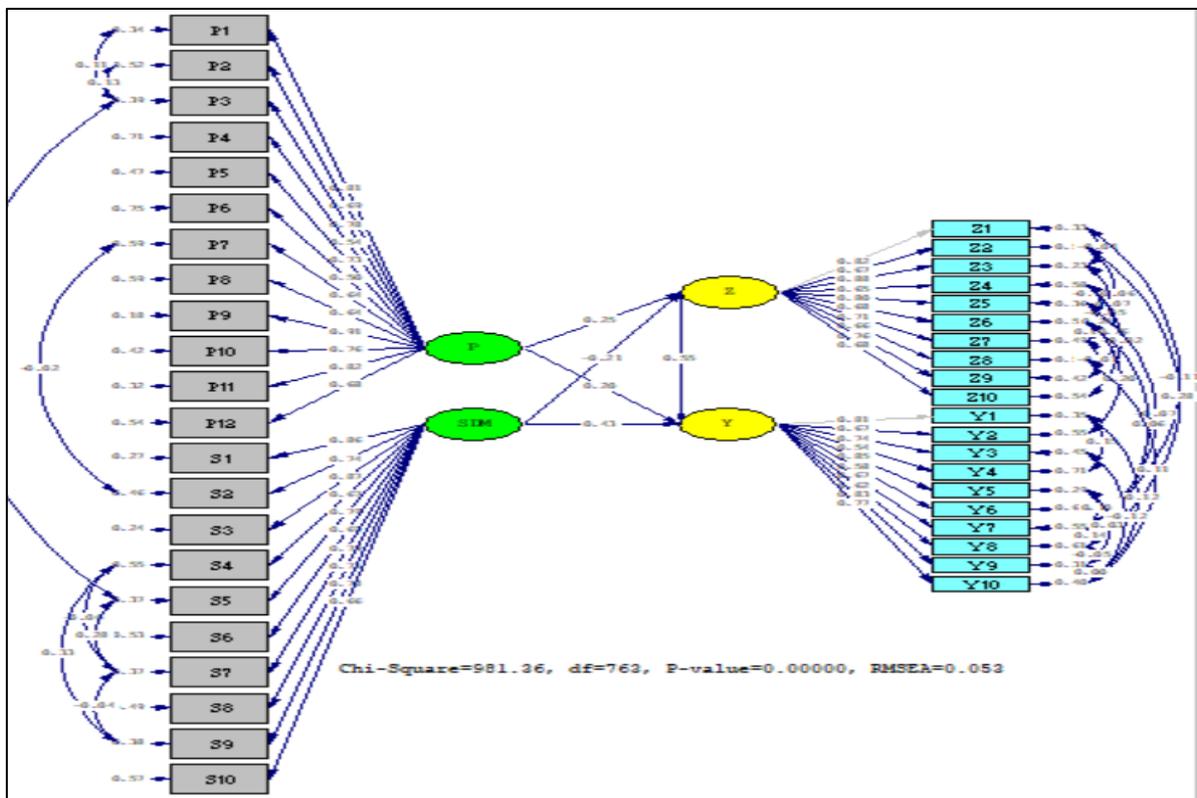
Hasil uji reabilitas dilakukan dengan mengukur nilai Composite Reliability Measure atau Contruk Reiability Measure (CR) dan variance Extract Measure (VE), menurut (Hair et, al, 2006) menyatakan bahwa suatu kontruk memiliki reabilitas yang baik adalah jika Memenuhi Syarat Nilai CR Harus $> 0,7$, Dan Nilai VE harus $> 0,5$. Analisis model struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten dengan variabel teramati. Menurut wijayanto (2018) variabel laten teramati merupakan variabel yang dapat diamati dan sering disebut sebagai indikator. Dalam tahap evaluasi ini bertujuan untuk mengestimasi hubungan antar variabel laten untuk memperoleh gambaran keseluruhan. Dalam analisis model struktural terdapat dua bentuk pengujian yaitu uji kecocokan keseluruhan model (GOF) dan uji kesesuaian model struktural.

Pada uji kecocokan keseluruhan model memiliki keterikatan terhadap analisis Goodness of Fit (GOF) digunakan untuk menilai model yang sesuai atau fit pada pengolahan data. Sedangkan uji kesesuaian model struktural merupakan uji untuk menilai kualitas fit model dari persamaan struktural. Model structural dirancang antar variabel laten berdasarkan pada rumusan masalah dan hipotesis didalam sebuah penelitian. Pada bagian ini akan ditentukan model path/jalur/inner model, yang akan mendeskripsikan hubungan antar variabel laten beserta urutannya.

HASIL

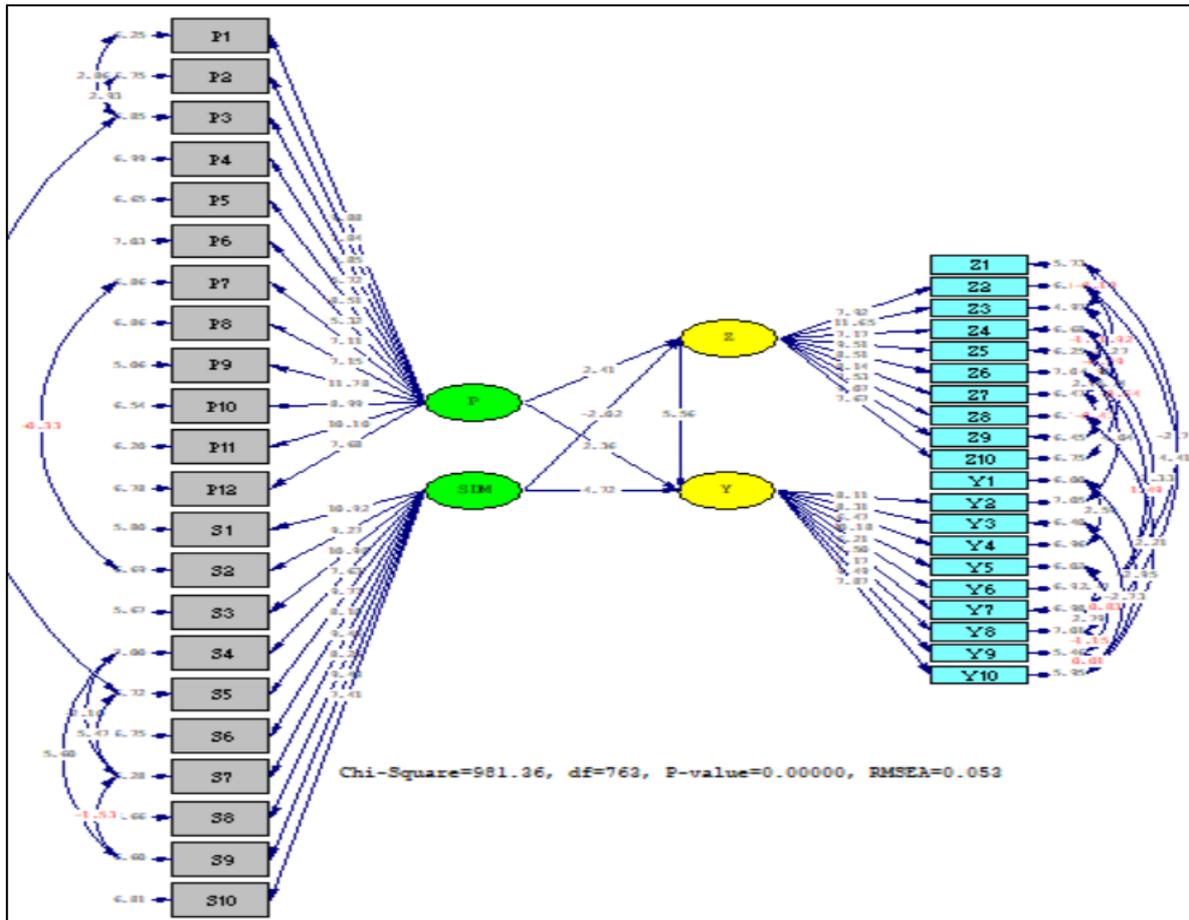
Analisis data dalam penelitian menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menguji hubungan antara banyak variabel dalam model yang kompleks dan memperhitungkan pengaruh variabel laten. Structural Equation Modeling (SEM) memiliki dua jenis model yaitu measurement model (model pengukuran) dan structural model. Measurement model dilakukan untuk menganalisa penilaian mengenai validitas dan validitas diskriminan, sedangkan model structural menggambarkan hubungan-hubungan antar variabel yang dihipotesakan.

Pengujian model pengukuran dilakukan untuk melihat validitas dan reabilitas. Hasil uji validitas melalui program Lisrel 8.8 dalam model SEM dapat dilakukan dengan menggunakan model pengukuran Confirmatory Factor Analysis (CFA). Analisis model pengukuran pada konstruk dengan format CFA dilakukan melalui pengukuran validitas dan reabilitas, dimana dilakukan CFA terhadap sub konstruk (indikator).



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2024

Gambar 2. Model (Standardized) CFA Konstruk full model



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2024

Gambar 3. Model (T-Value) CFA Konstruk full model

Berikut adalah hasil uji kecocokan variabel laten yang memiliki keterikatan terhadap analisis Goodness of Fit (GOF) untuk menilai model yang sesuai atau fit pada pengolahan data.

Tabel 2. Uji kecocokan Variabel Laten

Produk			
Indikator GOF	Ukuran yang diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,92	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,053	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,97	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,85	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
Sumber Daya Manusia			
Indikator GOF	Ukuran yang diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,93	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,066	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,98	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,86	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,96	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data dengan lisrel 8.8, 2024

Tabel 2. Uji kecocokan Variabel Laten (lanjutan)

Omzet Penjualan			
Indikator GOF	Ukuran yang diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,048	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,98	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,88	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,96	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	1,00	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	1,00	<i>Good Fit</i>
Keberhasilan Usaha			
Indikator GOF	Ukuran yang diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,069	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,98	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,97	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,85	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,94	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,99	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data dengan lisrel 8.8, 2024

Catatan: Menurut (Hair et al., 2019) Marginal Fit merupakan kondisi kesesuaian model pengukuran dibawah kriteria ukuran absolute fit, maupun incremental fit. Namun, masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut karena dekat dengan kriteria ukuran good fit. Berdasarkan tabel 2 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang good fit, yaitu: GFI, RMSEA, NNFI, NFI, AGFI, IFI, RFI dan CFI.

Tabel 3. Uji kecocokan Full Model

Full Model			
Indikator GOF	Ukuran yang diharapkan	Hasil Estimasi	Kesimpulan
<i>Ukuran Absolute Fit</i>			
GFI	GFI > 0,90	0,69	<i>Marginal Fit</i>
RMSEA	RMSEA < 0,08	0,053	<i>Good Fit</i>
<i>Ukuran Incremental Fit</i>			
NNFI	NNFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
NFI	NFI > 0,90	0,87	<i>Good Fit</i>
AGFI	AGFI > 0,90	0,63	<i>Marginal Fit</i>
RFI	RFI > 0,90	0,85	<i>Good Fit</i>
IFI	IFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>
CFI	CFI > 0,90	0,95	<i>Good Fit</i>

Sumber: Hasil olah data dengan lisrel 8.8, 2024

Catatan: Menurut (Hair et al., 2019) Marginal Fit merupakan kondisi kesesuaian model pengukuran dibawah kriteria ukuran absolute fit, maupun incremental fit. Namun, masih dapat diteruskan pada analisis lebih lanjut karena dekat dengan kriteria ukuran good fit. Berdasarkan tabel 3 diatas, seluruh ukuran kesesuaian yang diperoleh memiliki indeks kesesuaian model pengukuran yang good fit, yaitu: RMSEA, NNFI, NFI, IFI, RFI dan CFI.

Hasil uji reabilitas dilakukan dengan mengukur nilai Composite Reliability Measure atau Contruk Reiability Measure (CR) dan variance Extract Measure (VE), menurut (Hair et, al, 2006) menyatakan bahwa suatu kontruk memiliki reabilitas yang baik adalah jika Memenuhi Syarat Nilai CR Harus > 0,7, Dan Nilai VE harus > 0,5. Berdasarkan model pengukuran *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* hasil uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. Uji kecocokan Full Model

Subkonstruk	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan		
Cita rasa	P1	0,81	0,34	9,88	0,92	0,51	Valid dan Reliabel		
	P2	0,69	0,52	7,84			Valid dan Reliabel		
	P3	0,78	0,39	9,85			Valid dan Reliabel		
	P4	0,54	0,71	5,72			Valid dan Reliabel		
Kemasan	P5	0,73	0,47	8,51					Valid dan Reliabel
	P6	0,50	0,75	5,32					Valid dan Reliabel
	P7	0,64	0,59	7,11					Valid dan Reliabel
	P8	0,91	0,59	7,15					Valid dan Reliabel

Subkonstruk	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan		
Inovasi Produk	P9	0,91	0,18	11,78	0,93	0,57	Valid dan Reliabel		
	P10	0,76	0,42	8,99			Valid dan Reliabel		
	P11	0,82	0,32	10,10			Valid dan Reliabel		
	P12	0,68	0,54	7,68			Valid dan Reliabel		
Motivasi Usaha	SDM1	0,86	0,27	10,92			0,93	0,57	Valid dan Reliabel
	SDM2	0,74	0,46	9,27					Valid dan Reliabel
	SDM3	0,87	0,24	10,98					Valid dan Reliabel
	SDM4	0,67	0,55	7,62					Valid dan Reliabel
	SDM5	0,79	0,37	9,77					Valid dan Reliabel
Lingkungan Kerja	SDM6	0,69	0,53	8,18					0,93
	SDM7	0,79	0,37	9,46	Valid dan Reliabel				
	SDM8	0,71	0,49	8,26	Valid dan Reliabel				
	SDM9	0,78	0,38	9,48	Valid dan Reliabel				
	SDM10	0,66	0,57	7,41	Valid dan Reliabel				
Mendapatkan Laba	Z1	0,82	0,33		0,92	0,54	Valid dan Reliabel		
	Z2	0,67	0,55	7,92			Valid dan Reliabel		
	Z3	0,88	0,23	11,68			Valid dan Reliabel		
	Z4	0,65	0,58	7,17			Valid dan Reliabel		
	Z5	0,80	0,36	9,51			Valid dan Reliabel		
Modal	Z6	0,68	0,54	8,51			0,92	0,54	Valid dan Reliabel
	Z7	0,71	0,49	8,14					Valid dan Reliabel
	Z8	0,66	0,56	7,53					Valid dan Reliabel
	Z9	0,76	0,42	9,07					Valid dan Reliabel
	Z10	0,68	0,54	7,67					Valid dan Reliabel
Laba	Y1	0,81	0,35		0,91	0,51			Valid dan Reliabel
	Y2	0,67	0,55	8,11					Valid dan Reliabel
	Y3	0,74	0,45	8,31					Valid dan Reliabel
	Y4	0,54	0,71	6,47					Valid dan Reliabel
	Y5	0,85	0,29	10,18					Valid dan Reliabel
Jumlah Karyawan	Y6	0,58	0,66	6,21			0,91	0,51	Valid dan Reliabel
	Y7	0,67	0,55	7,50					Valid dan Reliabel

Subkonstruk	Indikator	SLF	Error	t-values	CR	VE	Keterangan
	Y8	0,62	0,61	7,17			Valid dan Reliabel
	Y9	0,83	0,31	9,49			Valid dan Reliabel
	Y10	0,77	0,40	7,87			Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil olah data dengan lisrel 8.8, 2024

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas diketahui bahwa indikator pembentukan variabel laten eksoge Produk, Sumber Daya Manusia dan Omzet Penjualan serta variabel laten endogen Keberhasilan Usaha adalah baik, hal ini terlihat pada indikator mempunyai standardized load factor (SLF) $\geq 0,5$ atau nilai thitung $\geq 1,96$ (pada $\alpha = 0,05$) (Hair, at.all., 2010).

Demikian pula variabel laten eksogen dan endogen mempunyai reliabilitas model yang baik, hal ini ditunjukkan oleh seluruh variabel dengan nilai *construct reliability* lebih besar dari 0,70 (CR > 0,70) dan nilai *variance extract* lebih besar dari 0,50 (VE > 0,50).

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten produk, menjadikan indikator cita rasa sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,91. Sementara setiap indikator memiliki nilai *standardized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,50. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel produk adalah sebesar 0,92 dan 0,51.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator signifikan dalam membentuk variabel laten produk dengan indikator cita rasa sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten produk.

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten sumber daya manusia, menjadikan indikator motivasi usaha sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,87 dan memiliki nilai *standarized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,66. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel sumber daya manusia adalah sebesar 0,93 dan 0,57.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator–indikator signifikan dalam membentuk variabel laten sumber daya manusia dengan indikator motivasi usaha sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten sumber daya manusia.

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten omzet penjualan, menjadikan indikator modal sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,88. Dan memiliki nilai *standarized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,65. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel omzet penjualan adalah sebesar 0,92 dan 0,54.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator signifikan dalam membentuk variabel laten omzet penjualan dengan indikator modal sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten omzet penjualan.

Validitas indikator dalam pembentukan variabel laten keberhasilan usaha, menjadikan indikator laba sebagai indikator dengan validitas terbesar dengan nilai *standardized loading factor* 0,85. Sementara indikator jumlah karyawan memiliki nilai *standarized loading factor* terkecil yaitu sebesar 0,54. *Construk reliability* dan *variance extract* variabel keberhasilan usaha adalah sebesar 0,91 dan 0,51. Hal ini menunjukkan bahwa indikator – indikator signifikan dalam membentuk variabel laten keberhasilan usaha dengan indikator laba sebagai indikator yang paling dominan dalam membentuk variabel laten keberhasilan usaha.

Berdasarkan gambar 2 dan gambar 3 dapat dilihat adanya hubungan antara variabel bebas, variabel mediasi dan variabel terikat. Hasil dari pengujian signifikansi dari hubungan

antar variabel laten atau lintasan antara tiga variabel laten, dapat dilihat pada tabel 5 dibawah. Pada tabel 5 dapat dilihat nilai koefisien yang dihasilkan beserta nilai t_{value} . Apabila lintasan struktural memiliki nilai $t_{value} \geq 1,96$, maka koefisiensi dari lintasan tersebut dinyatakan signifikan, dan apabila $t_{value} \leq 1,96$, maka disimpulkan bahwa koefisien dari lintasan tidak signifikan. Kemudian signifikansi secara simultan dapat dikatakan signifikan apabila $f_{hitung} \geq 2,45$ dan tidak signifikan apabila $f_{hitung} \leq 2,45$. Nilai dari 2,45 didapat dari f_{tabel} dengan menggunakan 4 variabel penelitian dan 104 responden.

Tabel 5. Uji kecocokan Full Model

No	Lintas Struktural	t-value	t-table	Hasil Uji
1	Produk => Keberhasialan Usaha	2,36	1,96	Signifikan
2	Sumber Daya Manusia => Keberhasialan Usaha	4,72	1,96	Signifikan
3	Produk => Omzet Penjualan	2,41	2,45	Signifikan
4	Sumber Daya Manusia => Omzet Penjualan	-2,02	1,96	Signifikan
5	Produk dan Sumber Daya Manusia => Omzet Penjualan	5,06	1,96	Signifikan
6	Omzet Penjualan => Keberhasialan Usaha	5,56	1,96	Signifikan
7	Produk, Sumber Daya Manusia , Omzet Penjualan =>Keberhasialan Usaha	4,49	2,45	Signifikan

Sumber: Hasil olah data dengan lisrel 8.8, 2024



Sumber: Data penelitian yang diolah, 2024

Gambar 3. Model Sub Struktural

Berdasarkan model hybrid dan hasil pengujian hipotesis di atas, maka besar pengaruh langsung dan tidak langsung variabel produk, sumber daya manusia terhadap omzet penjualan dan implikasinya terhadap keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Besar Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Keberhasilan Usaha

Pengaruh	Langsung (L) Terhadap Keberhasilan Usaha	Tidak Langsung (TL) Melalui Omzet Penjualan	Kesimpulan
Produk Terhadap keberhasilan	$(0,20)^2 \times 100$ = 4%	$0,20 \times 0,55 \times$ $100 = 11\%$	TL > L <i>(Mediating)</i>
SDM Terhadap Keberhasilan	$(0,43)^2 \times 100$ = 18,49%	$0,43 \times 0,55 \times$ $100 = 23,65\%$	TL > L <i>(Mediating)</i>

Sumber: Hasil olah data dengan lisrel 8.8, 2024

Berdasarkan dari hasil persentase diatas menunjukkan bahwa Produk dan Sumber Daya Manusia dapat meningkatkan Keberhasilan Usaha baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui Omzet Penjualan. Dengan demikian variabel Produk dan Sumber Daya Manusia merupakan variabel mediating.

PEMBAHASAN

Hasil Uji Hipotesis yang diolah dengan system LISREL mampu membuktikan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini terjawab dengan akurat dan dapat dinarasikan sebagai berikut: Hipotesis pertama (H_1) menyatakan bahwa Produk berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $2,36 \geq 1,96$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 1 (H_1) diterima. Hipotesis kedua (H_2) menyatakan bahwa Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $4,72 \geq 1,96$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Sumber Daya Manusia terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 2 (H_2) diterima. Hipotesis ketiga (H_3) menyatakan bahwa Produk berpengaruh terhadap Omzet Penjualan. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $2,47 \geq 1,96$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis ketiga (H_3) diterima. Hipotesis keempat (H_4) menyatakan bahwa Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Omzet Penjualan. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $-2,21 \geq 1,96$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Sumber Daya Manusia terbukti berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Omzet Penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis keempat (H_4) diterima. Hipotesis kelima (H_5) menyatakan bahwa Produk dan Sumber Daya Manusia berpengaruh terhadap Omzet Penjualan. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $5,19 \geq 2,45$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Produk dan Sumber Daya Manusia terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Omzet Penjualan atau dengan kata lain bahwa Hipotesis kelima (H_5) diterima. Hipotesis keenam (H_6) menyatakan bahwa Omzet Penjualan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $5,16 \geq 1,96$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Omzet Penjualan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 6 (H_6) diterima. Hipotesis ketujuh (H_7) menyatakan bahwa Produk, Sumber Daya Manusia dan Omzet Penjualan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha. Diketahui bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai t_{tabel} yaitu sebesar $4,49 \geq 2,45$ sehingga dapat dikatakan signifikan. Dengan demikian maka Produk, Sumber Daya Manusia dan Omzet Penjualan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha atau dengan kata lain bahwa Hipotesis 7 (H_7) diterima. Dan diketahui bahwa Produk dan Sumber Daya Manusia dapat meningkatkan Keberhasilan Usaha baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui Omzet Penjualan. Dengan demikian variabel Produk dan Sumber Daya Manusia merupakan variabel mediating.

KESIMPULAN

Kesimpulan merupakan sebuah gagasan yang tercapai pada akhir pembicaraan. Dengan kata lain, kesimpulan adalah hasil dari suatu pembicaraan. Berdasarkan hasil penelitian yang terurai secara runtut dan di akhiri uji hipotesis di atas, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Terbukti bahwa variable produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. 2. Terbukti bahwa variable sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. 3. Terbukti bahwa variable produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan. 4. Terbukti bahwa variable sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan. 5. Terbukti bahwa variable produk dan sumber daya manusia secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan. 6. Terbukti bahwa variable omzet penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. 7. Terbukti bahwa variable produk, sumberdaya manusia dan omzet penjualan secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Philip, K. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Prehalindo.
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2020). *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's* (6th ed.). Kementrian Kesehatan RI.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.

- Ibadurrahman, I., & Hafid, A. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Ringan Di Kelurahan Sudian Raya Kota Makassar. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.91>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran edisi 13 Jilid 1 & 2*. PT Indeks.
- Latan, H. (2018). *Structural Equation Modelling : Konsep Dan Aplikasi Menggunakan Program Lisrel 8.80*. Alfabeta.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia Instansi*. (XIV). PT Remaja Rosdakarya.
- Messa, S. B., & Yahya. (2022). Pengaruh cita rasa terhadap minat beli ulang pada dapur lamongan tolitoli. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 1(2), 139–160.
- Natasha, T. P., Safar, I., & Nurdin, N. (2021). Motivasi Berwirausaha Pada Pengusaha Muda Di Kota Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(2), 61–66. <https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandar/article/view/1102>
- Nurjaya, N. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja, Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Hazara Cipta Pesona. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 3(1), 60–74. <https://doi.org/10.54783/jin.v3i1.361>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), 62. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Refika Aditama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (8th ed.). Prenada Media Group.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Andi.
- Wijanto, S. H. (2008). *Structural equation modeling dengan lisrel 8.8 konsep dan tutorial*. Graha Ilmu.
- Williem, J., Hendarti, Y., & Prasetyaningrum, N. E. (2022). Pengaruh modal kerja, omzet penjualan dan jam kerja operasional terhadap laba (Studi Kasus Pada UMKM Usaha Rumah Makan Mitra GoFood Di Kabupaten Sukoharjo). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 20(1), 38–43.
- Wiranawata, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.