

***THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSIFICATION, ENTREPRENEURIAL
COMPETENCY AND PACKAGING DESIGN ON THE SUCCESS OF HERBAL
BEVERAGE MSME BUSINESSES IN BEKASI DISTRICT***

**PENGARUH DIVERSIFIKASI PRODUK, KOMPETENSI WIRAUSAHA DAN
DESAIN KEMASAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM
MINUMAN HERBAL DI KABUPATEN BEKASI**

Eka Lestari^{1*}, Junedi²

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Kabupaten Bekasi^{1,2}

ekalestari5599@gmail.com¹, junedi@pelitabangsa.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari kepedulian terhadap tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha minuman herbal di Kabupaten Bekasi, Indonesia. Sebagai negara yang kaya akan kekayaan rempah-rempah, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor pertanian, termasuk produksi minuman herbal. Dalam menghadapi tantangan tersebut, diversifikasi produk menjadi strategi kunci untuk meningkatkan penjualan dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, dengan memanfaatkan kompetensi pelaku usaha serta desain kemasan yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh diversifikasi produk, kompetensi wirausaha, dan desain kemasan terhadap keberhasilan usaha minuman herbal di Kabupaten Bekasi. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan diversifikasi produk, kompetensi wirausaha dan desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha.

Kata Kunci: Diversifikasi Produk, Kompetensi Wirausaha, Desain Kemasan, Keberhasilan Usaha

ABSTRACT

This research originated from a concern for the challenges faced by herbal drink entrepreneurs in Bekasi Regency, Indonesia. As a country rich in spices, Indonesia has significant potential to develop its agricultural sector, including the production of herbal beverages. To address these challenges, product diversification becomes a key strategy to increase sales and develop effective marketing strategies by leveraging the entrepreneurs' competencies and attractive packaging designs. This study aims to describe the influence of product diversification, entrepreneurial competencies, and packaging design on the success of herbal drink businesses in Bekasi Regency. A quantitative research approach was employed. The results indicate that product diversification, entrepreneurial competencies, and packaging design have a positive and significant impact on business success.

Keyword: Product Diversification, Entrepreneurial Competence, Packaging Design, Business Success

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia telah dikenal sebagai negara yang kaya akan sumber daya pertanian terutama dalam produksi rempah-rempah. Keberlimpahan ini dapat diatribusikan pada keberadaan tanah yang subur dan luas, menciptakan kondisi ideal untuk budidaya berbagai jenis tanaman. Dalam keragaman tanaman yang tumbuh di Indonesia, meliputi kehutanan, perkebunan, pangan, dan hortikultura, terdapat sejumlah besar tanaman buah-buahan,

sayur-mayur, rempah-rempah, serta tanaman obat dan aromatik (Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian, 2016). Penelitian ini menyoroti penurunan minat konsumsi jamu tradisional yang disebabkan oleh keraguan akan kualitas penyajian. Meskipun banyak penjual melakukan inovasi dengan menciptakan minuman herbal modern, seperti penggunaan botol sekali pakai, penjualan produk jamu tradisional tetap menurun karena masyarakat meragukan kesehatannya. Faktor-faktor seperti penggunaan wadah

penyimpanan yang mempengaruhi kualitas rasa dan manfaat jamu, serta kurangnya label pada kemasan, turut berperan dalam penurunan minat konsumsi. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul "Pengaruh Diversifikasi Produk, Kompetensi Wirausaha, dan Desain Kemasan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Minuman Herbal di Kabupaten Bekasi".

Seiring dengan keberagaman tanaman yang tumbuh di Indonesia, penting untuk mengamati peran kabupaten-kabupaten dalam mengelola dan memajukan sektor pertanian. Salah satu contoh adalah Kabupaten Bekasi yang memiliki kontribusi dalam panorama pertanian Indonesia. Terletak di tengah-tengah gemerlap kota metropolitan Jabodetabek, Bekasi juga menyimpan potensi dalam inovasi dan diversifikasi produk pertanian salah satunya adalah rempah yang di produksi menjadi minuman herbal yang modern atau biasa disebut jamu.

Jamu, sebuah minuman bermanfaat asli dari Indonesia yang dikenal sebagai minuman penyembuh dan pencegah berbagai penyakit, disajikan dalam beragam varian sesuai dengan kekayaan tanaman herbal di Indonesia (Indonesia.go.id.,2019). Setiap wilayah memiliki jenis jamu yang khas, mengadaptasi dengan tanaman herbal yang tumbuh di lingkungannya.

Proses pembuatan jamu tidak terlalu rumit, umumnya melibatkan ekstraksi sari dari berbagai tanaman herbal, baik dengan cara perasan maupun penumbukan. Bahan-bahan utama seperti kunyit, temulawak, lengkuas, jahe, kencur, dan kayu manis sering digunakan, ditambah dengan gula jawa, gula batu, dan jeruk nipis untuk menambahkan rasa segar dan manis. Yang menarik, dalam pembuatan jamu, takaran bahan, suhu, durasi penumbukan atau perebusan, serta faktor-faktor

lainnya disesuaikan dengan cermat, karena hal ini memengaruhi kualitas dan khasiat akhir dari jamu tersebut. Kurangnya perhatian terhadap proses pembuatan dapat mengakibatkan kehilangan manfaat kesehatan dari bahan-bahannya. Demikian juga dengan evolusinya, kebiasaan minum Jamu telah mengalami fluktuasi sejalan dengan perubahan zaman.

(ekon.go.id, 2020) Saat ini, sektor industri obat tradisional di Indonesia secara mayoritas dikelola oleh pelaku UMKM, mencapai 87,2%. Industri ini memiliki keterkaitan yang erat dengan sektor pertanian, yang sering disebut sebagai backward linkage. Meskipun demikian, UMKM dalam industri jamu masih menghadapi sejumlah tantangan dalam pengembangannya. Tantangan-tantangan yang sering dihadapi oleh UMKM di sektor ini termasuk keterbatasan akses terhadap peralatan, modal, dan tenaga kerja terampil. Deputy Rudy menyoroti bahwa "Tantangan juga timbul dalam penerapan Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik. Kendala-kendala ini seringkali membatasi kapasitas produksi dan pemasaran." Berdasarkan permasalahan tersebut, fokus utama yang ditekankan adalah bagaimana meningkatkan daya saing dan kesejahteraan Pelaku Usaha Minuman Herbal melalui Diversifikasi Produk secara berkelanjutan. Ini mencakup pengembangan kreativitas yang sesuai dengan permintaan pasar dan kemampuan untuk mempromosikan produk.

Menurut (Fitriyah, 2022) Diversifikasi produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk dari suatu perusahaan dengan tujuan meningkatkan penjualan. Perusahaan berusaha memenuhi preferensi dan kebutuhan konsumen dengan menghadirkan beragam produk,

sehingga tidak hanya terpaku pada satu jenis produk saja. Adanya variasi produk membuat konsumen yakin bahwa perusahaan dapat memenuhi berbagai kebutuhan mereka. Menurut (Nurchayati, Sukardi, Bambang Riyadi, 2023) diversifikasi usaha memberikan peluang untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Dengan mengembangkan berbagai produk Minuman Herbal dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, Pelaku Usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk segmen pasar yang sebelumnya belum tersentuh seperti anak-anak, ibu hamil, atau orang dengan kondisi kesehatan tertentu.

Menurut (Lubis, 2021) Kompetensi wirausaha merujuk pada kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan atribut pribadi seseorang yang mencakup sikap, motivasi, nilai, dan perilaku yang diperlukan untuk berhasil dalam menjalankan kegiatan bisnis atau usaha. Tingkat kompetensi wirausaha yang tinggi menandakan bahwa seorang pelaku usaha memiliki kemampuan yang cukup baik untuk mengoperasikan usahanya dengan efisien, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan mendukung pencapaian kesuksesan usahanya.

Proses pembuatan minuman herbal seringkali dilakukan oleh ibu-ibu secara mandiri, dimulai dari mencari bahan baku, meracik, hingga memasarkan produk tersebut (Primiani et al., 2021). Mengutip dari jurnal (Maulan & Fikriah, 2020) Banyak penjual masih menjalankan usaha mereka dengan cara tradisional, yaitu dengan berkeliling dari satu tempat ke tempat lainnya dan menawarkan minuman herbal secara langsung ke rumah-rumah. Namun, seiring dengan kemajuan zaman, semakin banyak penjual yang beralih ke metode pemasaran digital, yang memungkinkan mereka untuk

menjalankan bisnis dari rumah tanpa harus berkeliling.

Menerangkan bahwa peran kemasan saat ini tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen. Kemasan berperan dalam menyampaikan informasi seperti rasa, berat, tanggal kadaluarsa, dan hal-hal lainnya kepada konsumen. (Widyasari & Sumitro, 2021) kemasan produk minuman herbal dari UMKM yang menarik dan informatif diharapkan dapat menjadi faktor daya tarik dalam bersaing merebut perhatian konsumen, terutama dalam konteks di mana konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan merek dan jenis minuman di pasaran.

Keberhasilan usaha pada dasarnya merupakan pencapaian tujuan bisnis yang diinginkan. Keberhasilan ini menjadi fokus utama bagi sebuah perusahaan, di mana semua kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk mencapai pencapaian tersebut. Secara umum, keberhasilan menandakan kemajuan atau keunggulan dibandingkan dengan masa sebelumnya (Junita, 2020). Keberhasilan suatu usaha dapat dinilai dari berbagai aspek, seperti peningkatan modal, pendapatan, volume penjualan, output produksi, dan jumlah tenaga kerja dalam bisnis tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Diversifikasi Produk, Kompetensi Wirausaha dan Desain Kemasan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Minuman Herbal di Kabupaten Bekasi”.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif karena menggunakan pendekatan yang berfokus pada perhitungan data berupa angka dan menggunakan pendekatan asosiatif.

Menurut (Sugiyono, 2018) Pendekatan kuantitatif dalam penelitian mengikuti prinsip-prinsip positivisme, digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data dilakukan dengan metode kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menjelaskan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Dalam penelitian ini, teknik non probability sampling digunakan dengan jenis sampel jenuh, di mana semua anggota populasi dijadikan sampel. Hasilnya, terdapat 122 responden yang menjadi sampel penelitian atau peneliti mengambil semua populasi menjadi sampel.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini memanfaatkan instrumen seperti angket dan data-data berupa angka, yang kemudian diolah melalui tabulasi dan perhitungan menggunakan berbagai metode analisis matematik atau statistik. Hasil dari analisis ini menjadi landasan untuk mengambil keputusan atau menyimpulkan hasil penelitian.

Dalam kerangka penelitian ini, digunakan dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui kuesioner dan observasi.

Data sekunder atau data tangan kedua Data sekunder merupakan data yang sifatnya mendukung data primer. Data Sekunder berasal dari sumber informasi yang telah ada, seperti studi pustaka atau hasil pengolahan data sebelumnya (Abdika et al., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji Validitas

1. Indikator Diversifikasi Produk (DP)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Diversifikasi Produk (DP)	Keragaman Manfaat Produk	0,913	0,179	Valid
	Varian Rasa Produk	0,911	0,179	Valid
	Tampilan dan Bentuk Produk	0,909	0,179	Valid

Sumber: data penelitian 2024

Terlihat bahwa indikator dari Diversifikasi Produk (DP) dinyatakan valid karena semua nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

2. Indikator Kompetensi Wirausaha (KW)

Wirausaha (KW)				
Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kompetensi Wirausaha (KW)	Kompetensi Praktek Produksi	0,805	0,179	Valid
	Kompetensi Pemasaran	0,796	0,179	Valid
	Kompetensi Mengelola Keuangan	0,818	0,179	Valid

Sumber: data penelitian 2024

Terlihat bahwa keenam indikator dari Kompetensi Wirausaha (KW) dinyatakan valid karena semua nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

3. Indikator Desain Kemasan (DK)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Desain Kemasan (DK)	Keterlihatan Produk	0,736	0,179	Valid
	Informasi Produk	0,758	0,179	Valid
	Daya Kemampuan Kemasan	0,735	0,179	Valid

Sumber: data penelitian 2024

Dapat disimpulkan bahwa keenam indikator dari Desain Kemasan (DK) dianggap valid karena semua nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

4. Indikator Keberhasilan Usaha (KU)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Keberhasilan Usaha (KU)	Laba Usaha	0,832	0,179	Valid
	Peningkatan Produksi	0,697	0,179	Valid
	Pertumbuhan Outlet Penjualan	0,770	0,179	Valid

Sumber: data penelitian 2024

Dapat disimpulkan bahwa keenam indikator dari

Keberhasilan Usaha (KU) dianggap valid karena semua nilai r hitung $>$ nilai r tabel. Kesimpulan dari hasil validitas adalah bahwa semua indikator dari keempat variabel memperoleh nilai r hitung $>$ nilai r tabel, menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas Kolmogorof Smirnof

Didapatkan nilai signifikansi hasil uji normalitas sebesar $0,200 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada semua variabel berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Colinierity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Diversifikasi Produk (DP)	0,397	2,521	Tidak terjadi multikolinieritas
2	Kompetensi Wirausaha (KW)	0,381	2,627	Tidak terjadi multikolinieritas
3	Desain Kemasan (DK)	0,498	2,006	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: olah data penelitian 2024

Diketahui bahwa semua variabel independen yaitu variabel diversifikasi produk, kompetensi wirausaha dan desain kemasan memiliki nilai toleransi $> 0,10$ dan $VIF < 10,0$ sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolinieritas antar variabel independen (variabel bebas).

Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.754	.552		1.366	.175
	Diversifikasi Produk (DP)	.016	.030	.080	.553	.581
	Kompetensi Wirausaha (KW)	.006	.032	.030	.200	.842
	Desain Kemasan (DK)	.004	.035	.016	.126	.900

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: olah data penelitian 2024

diketahui bahwa seluruh variabel bebas yaitu diversifikasi produk, kompetensi wirausaha dan desain kemasan memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa

dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.824	.922		4.148	.000
	Diversifikasi Produk (DP)	.214	.050	.275	4.300	.000
	Kompetensi Wirausaha (KW)	.310	.054	.377	5.771	.000
	Desain Kemasan (DK)	.361	.058	.356	6.247	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data penelitian 2024

Model tersebut menunjukan arti bahwa:

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		122
Normal Parameters ^a , ^b	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.6950863
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.042
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai Konstanta sebesar 3,824 berarti bahwa setiap variabel independen (Diversifikasi Produk, Kompetensi Wirausaha dan Desain Kemasan) maka keberhasilan usahanya 3,824. Koefisien regresi variabel diversifikasi produk (DP) nilai koefisien sebesar 0,214 (positif) maka dinyatakan bahwa akan terjadinya kenaikan 1 skor dan akan diikuti terjadi kenaikan keberhasilan usaha sebesar 0,214. Koefisien regresi variabel kompetensi wirausaha (KW)

nilai koefisien sebesar 0,310 (positif) maka dinyatakan bahwa akan terjadinya kenaikan 1 skor dan akan diikuti terjadi kenaikan keberhasilan usaha sebesar 0,310. Koefisien regresi variabel desain kemasan (DK) nilai koefisien sebesar 0,361 (positif) maka dinyatakan bahwa akan terjadinya kenaikan 1 skor dan akan diikuti terjadi kenaikan keberhasilan usaha sebesar 0,361.

Uji Hipotesis

Hasil Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh antara masing-masing variabel independen (X) secara parsial (sendiri – sendiri) terhadap variabel dependen (Y).

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.824	.922		4.148
	Diversifikasi Produk (DP)	.214	.050	.275	4.300
	Kompetensi Wirausaha (KW)	.310	.054	.377	69/116
	Desain Kemasan (DK)	.361	.058	.356	6.247

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data penelitian 2024

Hasil perhitungan variabel diversifikasi produk disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $4,300 > 1,980$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka artinya secara parsial H1 diterima. Hasil perhitungan variabel kompetensi wirausaha disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $5,771 > 1,980$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka artinya secara parsial H2 diterima. Hasil perhitungan variabel desain kemasan disimpulkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $6,247 > 1,980$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka artinya secara parsial H3 diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.809	.804	1.71650

a. Predictors: (Constant), DP, KW, DK

Sumber: olah data penelitian 2024

Diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh yaitu 0,809 atau 80,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa diversifikasi produk (DP), kompetensi wirausaha (KW) dan desain kemasan (DK) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keberhasilan usaha (KU) sebesar 80,9% dan sisanya 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diuji.

Pembahasan

Pada penelitian ini membahas pengaruh diversifikasi produk terhadap keberhasilan usaha, kompetensi wirausaha terhadap keberhasilan usaha dan desain kemasan terhadap keberhasilan usaha.

Berdasarkan penelitian pada variabel diversifikasi produk dapat dilihat bahwa Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima berdasarkan analisis uji hipotesis secara parsial atau uji t, hal ini dapat dibuktikan hasil $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yaitu $4,300 > 1,980$ dan $\text{sig.} < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Terbukti bahwa pada variabel diversifikasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini relevan dengan temuan peneliti sebelumnya (Iffan, 2022) yang meneliti tentang The Influence Of Entrepreneurship Orientation and Product Diversification on Business Success, yang menyatakan bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini juga sama dengan (Azzahra et al., 2021) yang menyatakan bahwa diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.

Pengaruh Kompetensi Wirausaha (KW) terhadap Keberhasilan Usaha (KU). Berdasarkan penelitian pada variabel kompetensi wirausaha dapat dilihat bahwa Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima berdasarkan analisis uji hipotesis secara parsial atau uji t, hal ini dapat dibuktikan hasil t hitung $> t$ tabel yaitu $5,771 > 1,980$ dan sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Terbukti bahwa pada variabel kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini relevan dengan temuan peneliti sebelumnya (Rahmi, 2019) yang meneliti tentang Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Kemandirian Pribadi terhadap Keberhasilan Usaha (Studi pada Usaha Mikro di Kecamatan Galesong Utara Kabupaten Takalar, yang menyatakan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini juga sama dengan (Kurniawan et al., 2019) yang menyatakan kompetensi wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pengaruh Desain Kemasan (DK) terhadap Keberhasilan Usaha (KU) Berdasarkan penelitian pada variabel desain kemasan dapat dilihat bahwa Hipotesis pada penelitian ini dapat diterima berdasarkan analisis uji hipotesis secara parsial atau uji t, hal ini dapat dibuktikan hasil t hitung $> t$ tabel yaitu $6,247 > 1,980$ dan sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Terbukti bahwa pada variabel desain kemasan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Hasil ini relevan dengan temuan peneliti sebelumnya (Anggreni, 2023) yang meneliti Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk, Desain Interior, Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue

yang menyatakan bahwa desain kemasan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian ini juga sama dengan (Permatasari & Melinda, 2023) yang menyatakan desain kemasan berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis, terdapat temuan yang menunjukkan bahwa variabel diversifikasi produk (DP) secara signifikan berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha (KU). Nilai t hitung yang signifikan secara statistik (4,300) mengungkapkan bahwa lebih besar daripada nilai t tabel yang telah ditetapkan. Dengan signifikansi sebesar 0,000, yang jauh lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05), dapat disimpulkan bahwa peran diversifikasi produk (DP) dalam meningkatkan keberhasilan usaha (KU) terbukti positif dan signifikan. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel kompetensi wirausaha (KW) menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (KU). Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung yang signifikan secara statistik (5,771), yang melebihi nilai t tabel yang telah ditetapkan. Dengan signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi (0,05), dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi wirausaha (KW) berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (KU). Sementara itu, hasil uji hipotesis untuk variabel desain kemasan (DK) juga menunjukkan bahwa variabel ini memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (KU). Dengan nilai t hitung (6,247) yang jauh melebihi nilai t tabel yang telah ditetapkan, dan signifikansi sebesar

0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi, dapat disimpulkan bahwa variabel desain kemasan (DK) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha (KU).

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan diatas maka peneliti dapat memberikan saran untuk mengembangkan produk dengan keragaman manfaat yang lebih luas, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen yang beragam, mengikuti pelatihan yang fokus pada peningkatan keterampilan produksi, termasuk teknik pembuatan produk minuman herbal yang berkualitas dan efisien, memperbarui desain kemasan untuk meningkatkan keterlihatan produk di rak penjualan, sehingga produk lebih menonjol dan mudah ditemukan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Abdika, Y., Arham, M. A., & Sudirman. (2019). *PENGARUH METODE TANYA JAWAB TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA*.
 Anggreni, L. (2023). *Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk, Desain Interior, Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*.
 Azzahra, C. I., Suyanto, S., & Darmayanti, E. F. (2021). Pengaruh Kreativitas, Modal Usaha, Diversifikasi Produk Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm (Studi Pada Umkm Bidang Perdagangan

Di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 104–112.
<https://doi.org/10.24127/akuntansi.v2i1.903>

ekon.go.id. (2020). *Konsumsi Jamu Meningkat, Pemerintah Berdayakan UMKM dengan Pendekatan Klaster Obat Tradisional*. KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA.

<https://ekon.go.id/publikasi/detail/493/konsumsi-jamu-meningkat-pemerintah-berdayakan-umkm-dengan-pendekatan-klaster-obat>

Fitriyah, D. (2022). *ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI PRODUK DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PENJUALAN PRODUK (STUDI KASUS UD AKAR DEWA JATI KABUPATEN SITUBONDO)*.

Iffan, M. (2022). the Influence of Entrepreneurship Orientation and Product Diversification on Business Success. *Anggita Klabat Journal of Management* |, 3(2), 46–55.

Indonesia.go.id. (2019). *Sejarah dan Perkembangan Jamu, Minuman Tradisional Indonesia*. Portal

- Inforemasi Indonesia.
<https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/sosial/sejarah-dan-perkembangan-jamu-minuman-tradisional-indonesia>
- Junita, F. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Batu Bata Di Desa Tangkit Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(4), 166–179.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian. (2016). *Sinergi Aksi untuk Ekonomi Rakyat: Tingkatkan Posisi Tawar Petani – Nelayan*. Ekon.Go.Id.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/1531/sinergi-aksi-untuk-ekonomi-rakyat-tingkatkan-posisi-tawar-petani-nelayan>
- Kurniawan, I., Hadi, S., Sakitri, W., & Artikel, I. (2019). *PENGARUH KOMPETENSI WIRAUSAHA, SKALA USAHA DAN SALURAN PEMASARAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA*. 8(1), 209–224.
- Lubis, R. S. (2021). Pengaruh Modal Sosial, Human Capital, dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Kesuksesan UMKM di Kota Medan. In *Repository UIN Sumatera Utara* (Vol. 5, Issue 3).
- Maulan, R., & Fikriah, V. (2020). Edukasi pengemasan dan pemasaran bagi penjual jamu gendong di Lebak Bulus, Cilandak Jakarta Selatan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1–10.
- Nurchaya, D. R., & Novianti, W. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Kawasan Pengrajin Kaos Gg. Pesantren-Jamika Kota Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–13.
<http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/822>. Diakses pada 1 Februari 2022.
- Nurchayati, Sukardi, Bambang Riyadi, C. A. N. (2023). *MOTIVASI USAHA MELALUI DIVERSIFIKASI PRODUK JAMUNE BUK'E YANG BERKELANJUTAN*. 2(7), 1583–1592.
- Permatasari, D., & Melinda, T. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Moccaf di PT Ayo Tani*

Berjaya. 2(1), 14–24.

Primiani, C. N., Pujiati, P., & Setiawan, M. A. (2021). Peningkatan Mutu Produk Jamu Home Industry pada Kelompok Jamu Gendong Desa Karangrejo Kabupaten Magetan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 2(2), 142. <https://doi.org/10.33394/jpu.v2i2.4128>

Rahmi, R. (2019). Pengaruh Kompetensi Wirausaha Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Di Kecamatan *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 1–6. <http://eprints.unm.ac.id/14310/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/14310/1/JURNAL-RAHMI.pdf>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Widyasari, & Sumitro, H. O. (2021). *DESAIN KEMASAN PRODUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) 'POKAK' SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK MASYARAKAT TERHADAP MINUMAN HERBAL DI MASA PANDEMI COVID-19*. 346–351.