

PENINGKATAN PROFITABILITAS UKM: SEBUAH PERSPEKTIF ANALISIS EKOSISTEM BISNIS

IMPROVING SME PROFITABILITY: A BUSINESS ECOSYSTEM ANALYSIS PERSPECTIVE

Deden Abdul Wahab Sya'roni

Universitas Komputer Indonesia
wahab@email.unikom.ac.id

Sri Dewi Anggadini

Universitas Komputer Indonesia
sri.dewi@email.unikom.ac.id*

Rio Yunanto

Universitas Komputer Indonesia
rio.yunanto@email.unikom.ac.id

Dedi Sulistiyo Soegoto

Universitas Komputer Indonesia
dedissoegoto@email.unikom.ac.id

Egi Fahrana

Universitas Kristen Maranatha
egifahr@gmail.com

Achmad Rosyad

Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Propinsi Jawa Barat
achmadrosyad21@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of the business ecosystem on increasing the profitability of Small and Medium Enterprises (SMEs) as a form of business success. The method used is descriptive and verification with several methods. The unit of analysis in this study is small businesses, then the observation unit is business actors, with a sample of 90 small culinary business units in West Java. The data processing method uses SEM, and the data used is primary data. The results of the study indicate the influence of the applicable business ecosystem on increasing profitability which has an impact on business success. The results of the study indicate that a good business ecosystem can affect increased profitability. This study is expected to provide benefits in the form of being valid for business actors, as well as users in making decisions to realize long-term business success.

Keywords: Business Ecosystem, Profitability, Business Success

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekosistem bisnis terhadap peningkatan profitabilitas Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai bentuk keberhasilan

usaha. Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan beberapa metode. Unit analisis dalam penelitian ini adalah usaha kecil, kemudian unit observasinya adalah para pelaku usaha, dengan jumlah sampel sebanyak 90 unit usaha kecil kuliner di Jawa Barat. Metode pengolahan data menggunakan SEM, dan data yang digunakan adalah data primer. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh ekosistem bisnis yang berlaku terhadap peningkatan profitabilitas yang berdampak pada keberhasilan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekosistem bisnis yang baik dapat mempengaruhi peningkatan profitabilitas. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berupa dapat menjadi valid bagi pelaku usaha, juga pengguna dalam mengambil keputusan untuk mewujudkan keberhasilan usaha untuk jangka panjang.

Kata kunci: Ekosistem Bisnis, Profitabilitas, Keberhasilan Usaha

I. PENDAHULUAN

Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia telah menunjukkan kontribusi yang besar dalam perekonomian terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang selanjutnya mengurangi jumlah pengangguran. Secara umum UMKM di negara berkembang termasuk di Indonesia memiliki banyak ragam jenis usaha, ragam karakteristik, dengan jumlah yang sangat banyak secara kuantitas dan tersebar di seluruh daerah. UKM juga memiliki posisi sebagai pemain utama kegiatan ekonomi dalam lingkup yang luas pada berbagai sektor, dan seringkali pula dikatakan sebagai pengembang kegiatan ekonomi lokal dan pemberdaya masyarakat sebagai pencipta pasar baru dan sumber inovasi. Demikian pula ketika krisis ekonomi dan keuangan terjadi di Indonesia, perannya dalam memberikan sumbangan untuk menjaga keseimbangan neraca pembayaran secara makro, demikian besar. Ditambah lagi produk ini banyak dibutuhkan oleh pasar yang lebih luas melalui kegiatan ekspor baik produknya sebagai bahan baku ataupun produk jadi dan setengah jadi (Nur Wanita, 2015).

Tidak dapat dipungkiri pula bahwa hingga saat ini pun UKM merupakan salah satu sektor yang memiliki keunggulan dan dapat menopang perekonomian Indonesia yaitu dengan banyaknya memanfaatkan sumber bahan baku dalam negeri yang relative melimpah akan produknya serta variasi kekhasan dan keunikan produk yang dimiliki. Namun demikian perbaikan dari berbagai sektor yang satu sama lainnya terkoneksi sepertinya masih mengalami kendala, hal ini diakibatkan oleh banyak faktor dari mulai ekosistem bisnis yang ada, kendala internal manajerial hingga perubahan selera konsumen terhadap produk kuliner itu sendiri dari mulai penyajian hingga pengemasan produk dan layanan (Wibowo, 2022). Melihat lebih jauh salah satunya dalam aspek yang terkait dengan masalah pemasaran bahwa produk UKM yang dihasilkan mengalami tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa yang dihasilkan usaha besar dan impor dari negara lainnya, maupun pasar ekspor (Ludiya, 2020). Demikian pula seringkali UKM memiliki keterbatasan akan informasi, termasuk dalam transportasi manakala mendistribusikan produknya dikarenakan lokasi Usaha umumnya berada pada wilayah dimana infrastruktur jalan belum terbangun dengan baik. Demikian pula umumnya produk yang dihasilkan juga mengalami kesulitan/hambatan untuk memenuhi standar terlebih standar internasional yang terkait dengan produksi dan perdangan. Terkait hal tersebut urgen dilakukan penelitian dikarenakan keberhasilan usaha kecil menengah seringkali tidak berdaya dan tidak siap menghadapi perubahan bisnis (Ayustia dkk, 2023). Demikian pula akan hal ekosistem bisnis sebagai kekuatan organisasi/perusahaan yang dapat saling melengkapi secara sinergis guna membangun kemitraan dalam memberikan nilai bagi pengguna akhir atau pelanggan seringkali tidak mendukung keberadaannya yang dapat menentukan usaha kecil untuk survive. Melihat lebih jauh pula bahwa ekosistem bisnis bagi usaha kecil memungkinkan mendatangkan peluang namun seringkali menjadi ancaman (Dewi Anggadini et al, 2023). Ketidakmampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dan

berelasi membangun jaringan dengan pemasok, distributor, pelanggan, bahkan pesaing menjadikan Usaha kecil mengalami kemunduran dan bahkan kebangkrutan sehingga tidak tercapainya profitabilitas yang diharapkan, merupakan suatu permasalahan yang seringkali dihadapi pada usaha kecil kuliner.

Hal ini tidak dipungkiri bahwa keberadaannya seperti tidak beranjak dari permasalahan klasik yang ada seperti akses pasar, akses pada sumber pembiayaan/pendanaan, manajemen, termasuk dalam memanfaatkan perkembangan informasi teknologi seiring kemajuan digitalisasi system saat ini, serta kelemahan membangun jaringan usaha dalam ekosistem bisnis (Nurhasanah & Maryono, 2021). Dari berbagai kelemahan yang ada, permasalahan yang muncul dalam kaitannya dengan penelitian ini dapat meliputi ; (1). Ketidakmampuan pelaku usaha kecil bidang kuliner olahan makanan untuk berelasi, dengan sekumpulan perusahaan bersinergi dalam membangun kemitraan strategis guna memberikan nilai bagi pengguna akhir atau pelanggan, merupakan tantangan yang demikian besar. (2). Ketidakmampuan beradaptasi dalam suatu ekosistem bisnis, saling melengkapi memasok produk satu sama lain, menggabungkan produk/layanan guna memberikan nilai tambah, bahkan menemukan saluran yang lebih baik dalam mencapai target pasar yang lebih besar, kemungkinan para pelaku usaha tidak dapat mempertahankan bahkan memperkuat keberhasilan usahanya berupa pencapaian profitabilitas (Fadillah & Handoyo, 2024).

Berdasarkan hal di atas tersebut tujuan penelitian dilakukan, dalam upaya meningkatkan profitabilitas para pelaku dengan mengidentifikasi, mengkaji dan menganalisis ekosistem bisnis sebagai factor penentu yang melingkupinya. Penelitian merujuk terhadap konsep-konsep, ide-ide terkait ekosistem bisnis. Ekosistem Bisnis merujuk pada hubungan yang kompleks antara perusahaan, pelanggan, mitra, pesaing, regulator, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja dan keberhasilan suatu bisnis. Oleh karenanya dibutuhkan interaksi antara semua pihak yang terlibat dalam menciptakan nilai tambah dan keuntungan. Bahwa ekosistem bisnis ditandai oleh ketergantungan dan evolusi perusahaan, institusi, dan pelanggan dalam penciptaan dan pemanfaatan nilai. Sebuah perusahaan mungkin bergantung pada pemasok untuk menyediakan bahan baku atau produk akhir, dan pada mitra bisnis untuk memperluas jangkauan pasar atau meningkatkan efisiensi operasional (Dentoni, et al., 2020). Selain itu, ekosistem bisnis juga melibatkan pelanggan, yang merupakan sumber pendapatan utama bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan preferensi dan kebutuhan pelanggan untuk dapat menghasilkan produk atau layanan yang relevan dan berkualitas juga bahwa inovasi ekosistem memerlukan pendekatan holistik terhadap strategi bisnis, yang mempertimbangkan interaksi dari beberapa pelaku dan faktor dalam penciptaan dan pemanfaatan nilai (Bouncken, R. B., & Kraus, S, 2022). Seiring perkembangan ekosistem bisnis yang beragam, penelitian dalam ruang lingkup UKM di Bandungjawa yang memiliki keragaman jenis usaha sebagai produk khas oleh karenanya dilakukan pada cakupan yang memiliki area wilayah yang luas yang dapat mengeneralisasi dengan jumlah populasi yang lebih sesuai.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Ekosistem Bisnis

Operasi lintas industri, mirip dengan ekosistem biologis, membentuk ekosistem bisnis (Bachri & Setiani, 2018). Ekosistem bisnis adalah komunitas ekonomi di mana perusahaan dan individu berinteraksi satu sama lain untuk menghasilkan barang dan jasa bernilai. Menurut Garousi et al. (2022), ekosistem bisnis adalah kondisi yang selalu berubah di mana sekelompok pemain ekonomi yang sebagian besar berbeda bekerja sama untuk membuat produk atau layanan secara bersama-sama dan menghasilkan solusi yang koheren dan terpadu. Ekosistem bisnis memiliki dua ciri utama, menurut Herrera (2016). Yang pertama adalah jaringan yang tidak kuat di

antara elemen anggota dalam lingkungan yang saling berhubungan. Kedua, jaringan biasanya memiliki kekuatan karena banyaknya koneksi, dan oleh karena itu memiliki kapasitas untuk mengembangkan dan memelihara ekosistemnya, yang meningkatkan kinerja elemen dan peserta (Ilmafa'ati, 2021). Karena semua anggota organisasi berbeda, ekosistem bisnis sangat penting untuk menggunakan pendekatan kolaboratif di sepanjang jaringan nilai. Salah satu tujuan ekosistem bisnis adalah untuk menciptakan dan menangkap nilai melalui inovasi (Höllen et al., 2020). Ekosistem bisnis didorong oleh kerja sama dan persaingan, selalu berubah, dan berorientasi jaringan. Namun, karena tidak ada anggota ekosistem yang memiliki kepemilikan atau kontrol penuh, bisnis harus menyebarkan berbagai kemampuan baru untuk mengorganisasi dan meningkatkan nilai (Damayanti et al., 2023). Selain itu, ekosistem bisnis menyediakan infrastruktur umum yang mendorong pertukaran sumber daya dan informasi dan memungkinkan proses kolaboratif (Fellnhöfer, 2017).

Profitabilitas sebagai Bentuk Keberhasilan Usaha

Profit, secara sederhana, merujuk pada selisih antara pendapatan yang diperoleh oleh suatu bisnis dengan biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan operasionalnya. Namun, di balik istilah yang tampak begitu umum ini, terdapat struktur yang kompleks dan nuansa yang memengaruhi bagaimana suatu perusahaan tumbuh dan berkembang. Tingkat keberhasilan usaha, salah satunya dapat dihitung berdasarkan laba yang didapatkan. Profitability ini merupakan bagian dari financial business yang digunakan untuk menilai, apakah keuangan usaha sehat atau tidak. Perhitungan ini akan menunjukkan efektivitas dan efisiensi proses dalam bisnis. Setiap perusahaan tentunya menginginkan keuntungan yang optimal (Manages dkk, 2023). Dari keuntungan itulah suatu perusahaan bisa dianggap berhasil atau tidak, bisa berkembang atau tidak. Selain itu masih banyak hal lain lagi terkait dengan keputusan bisnis. Profitability adalah rasio yang menunjukkan kemampuan usaha dalam mendapatkan profit dari semua aktivitas bisnis. Aktivitas yang dimaksud seperti pendapatan, penjualan, aset, hingga ekuitas. Perhitungan ini memiliki konsep yang hampir sama dengan perhitungan laba. Hanya saja banyak faktor yang harus dimasukkan dalam model perhitungan tersebut. Tentunya hal itu membutuhkan berbagai faktor pembanding yang harus bisa dihitung secara jelas. Dari perhitungan ini nantinya, akan mendapatkan nilai efisiensi dari usaha (Rahmadani dkk, 2023). Apakah usaha sudah efisien dalam menjalankan setiap prosesnya, bagaimana prospeknya, hingga menyediakan data yang diperuntukkan bagi investor jika ada. Ada banyak sekali pengertian profitabilitas menurut para ahli, namun semuanya menunjukkan perspektif yang sama. Seperti potensi pertumbuhan, prospek di masa mendatang, hingga seberapa besar keuntungan yang bisa didapatkan secara optimal (Judijanto dkk, 2023).

Ekosistem Bisnis Berdampak Pada Peningkatan Profitabilitas Sebagai Bentuk Keberhasilan Usaha

Target pencapaian profitabilitas, akan membawa usaha semakin mendekati arus kas operasional positif. Hal ini merupakan hasil dari rencana strategis bagi usaha kecil menengah yang meliputi optimisasi pendapatan (revenue optimization), pengelolaan beban usaha (cost management), serta pengembangan produk dan layanan berbasis ekosistem terintegrasi (ecosystem product growth) untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang yang berkesinambungan. Keberhasilan bisnis dimaknai sebagai pertumbuhan pesat, didorong kemampuan memecahkan masalah dalam skala kecil dan besar, serta memberikan dampak positif pada pelanggan, pedagang, mitra serta masyarakat (Barkhatov et al, 2016). Setelah memenuhi target usaha, UKM harus menempuh langkah baru yang memprioritaskan profitabilitas secara berkesinambungan di atas pertumbuhan yang pesat. Hal ini dicapai dengan terus melakukan inovasi produk yang mampu memberikan nilai bagi para pemangku kepentingan. Penerapan rencana yang jelas untuk mempercepat

langkah menuju profitabilitas, dapat dilakukan melalui peningkatan monetisasi, pengelolaan beban usaha secara disiplin, serta pengembangan berbagai produk dan layanan berbasis ekosistem bisnis lainnya (D. J. Teece, 2016).

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini juga bersifat penjelasan atau kausalitas, artinya tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana satu variabel memengaruhi variabel lain (Sekaran & Bougie, 2020). Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi dan mempelajari bagian-bagian ekosistem bisnis; faktor-faktor penentu ekosistem ini termasuk faktor pendorongnya; dan keberhasilan usaha dari perspektif profitabilitas. Data kuantitatif dan kualitatif keduanya dianggap sebagai data yang diolah. Kegiatan ini dilakukan melalui berbagai langkah. Ini termasuk pembuatan desain studi, pembuatan instrumen, penarikan sampel, pengumpulan data lapangan, tabulasi, pemilihan dan pemilahan data, analisis dan interpretasi data, dan penyusunan saran dan laporan.

Keakuratan data menjadi salah satu pertimbangan dalam teknik penarikan sampel berfungsi dengan baik untuk bisnis Bandung. Fokus penelitian ini adalah usaha kecil yang dimiliki oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, yang terdiri dari sembilan puluh unit usaha kecil. Mereka dipilih dengan teknik probabilitas sampling setelah cluster sampling terlebih dahulu. Usaha kecil juga digunakan sebagai unit observasi dalam penelitian ini. Setelah data dikumpulkan, proses tabulasi, penyusunan, dan pemilihan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dipilih benar dan relevan untuk tujuan analisis (Sekaran & Bougie, 2020).

Peneliti menggunakan Partial Least Square (PLS) karena variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel laten (tidak terukur langsung) yang dapat diukur berdasarkan indikatornya (variable manifest) dan juga melibatkan tingkat kekeliruan pengukuran (error). Dengan demikian, peneliti dapat menganalisis indikator variabel laten secara lebih rinci, yang menunjukkan nilai terkuat dan terlemah dari variabel laten. Metodologi Penelitian: Teknik dan Metode, 2004 Proses SEM dimulai dengan tabulasi data dari kuesioner. Setelah itu, metode SEM digunakan untuk menganalisis model melalui fase identifikasi, estimasi, spesifikasi, validitas, reliabilitas, dan uji kecocokan.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Alat ukur penelitian terdiri dari beberapa analisis kuantitatif yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Penulis menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) untuk menganalisis data mereka. SEM membentuk dua model: model pengukuran, atau model luar, dan model struktur, atau model dalam. Dua variabel laten dalam penelitian ini adalah variabel laten ekosistem bisnis (X1) dan variabel laten peningkatan profitabilitas (Y). Tujuan model pengukuran adalah untuk menentukan apakah variabel teramati benar-benar merupakan ukuran atau representasi dari variabel laten. Oleh karena itu, analisis model pengukuran ini juga dikenal sebagai analisis faktor konfirmasi (CFA). Analisis CFA mencakup analisis kecocokan seluruh model, analisis validitas model, dan analisis reliabilitas model. Hasil CFA adalah hasil yang dihasilkan. Koefisien variabel manifestasi adalah ukuran kekuatan hubungan antara variabel laten dan variabel manifestasi dalam SEM. Faktor penampungan adalah faktor yang sangat berkorelasi antara indikator dan konstruk latennya. Indikator dengan faktor penampungan yang tinggi lebih banyak berkontribusi untuk menjelaskan konstruk latennya (Kothari, 2004).

Sebaliknya, indikator dengan faktor penampungan rendah tidak berhasil menjelaskan konstruk latennya. Menurut sebagian besar referensi, bobot loading faktor sebesar 0,50 atau lebih dianggap memiliki validitas yang cukup untuk menjelaskan konstruk laten (Hair et al, 2010; Ghozali, 2008). Namun, referensi lain menyatakan bahwa bobot loading faktor yang paling rendah dapat diterima adalah

0,40. Nilai koefisien ini juga dapat berkisar antara -1 dan 1. Nilai yang positif menunjukkan bahwa variabel manifestasi dan variabel laten bergerak ke arah yang sama, sedangkan nilai yang negatif menunjukkan bahwa variabel manifestasi dan variabel laten bergerak ke arah yang berlawanan. Tabel 1 menunjukkan bagaimana masing-masing variable manifes berkontribusi terhadap variable laten Ekosistem Bisnis.

Kontribusi variable pada Tabel 1 tersebut memperlihatkan bahwa Complexity of Multiple Ecosystem, Diversity of Industries memiliki kontribusi yang lebih rendah terhadap variable laten Ekosistem bisnis, dibanding variable manifes yang lainnya. sedangkan Form of Value Exchange, Types of Relationship, Engagement of Diverse Participants, Ecosystem strategy cukup moderat kontribusinya terhadap variable laten Ekosistem bisnis, dan yang sangat tinggi kontribusinya terhadap variable laten terdapat pada Technologies serta Degree Of Openess pada ekosistem bisnis tersebut.

Tabel 1
Kontribusi variable manifes terhadap variable laten terhadap Ekosistem Bisnis

| No | Variable Manifes | Koefisien Loading Factor |
|----|---|--------------------------|
| 1. | X1.1 (Ecosystem strategy) | 0.45 |
| 2. | X1.2 (Degree Of Openess) | 0.81 |
| 3. | X1.3 (Engagement of Diverse Participants) | 0.34 |
| 4. | X1.4 (Types of Relationship) | 0.62 |
| 5. | X1.5 (Form of Value Exchange) | 0.48 |
| 6. | X1.6 (Diversity of Industries) | 0.47 |
| 7. | X1.7 (Complexity of Multiple Ecosystem) | 0.49 |
| 8. | X1.8 (Technologies) | 0.65 |

Dari variabel manifes ekosistem bisnis tersebut menunjukkan besaran loading factor yang dapat diterima dan valid. Selanjutnya pada table 2 dapat dilihat variable indikator sebagai variable manifes dari variable laten peningkatan profitabilitas.

Tabel 2
Kontribusi variable manifes terhadap variable laten terhadap Peningkatan Profitabilitas

| No | Variable Manifes | Koefisien Loading Factor |
|----|---------------------------|--------------------------|
| 1 | Y1.1 (Quality) | 0.48 |
| 2 | Y1.2 (Business Expansion) | 0.67 |
| 3 | Y1.3 (Market Extent) | 0.59 |
| 4 | Y1.4 (Product Quality) | 0.72 |

Dari tabel tersebut bahwa terdapat korelasi atau kontribusi dari quality, business expansion, market extent dan prodct quality terhadap variable laten peningkatan profitabilitas yang menunjukkan loading facto yang dapat diterima dan valid.

Metode pengukuran mengevaluasi model struktural, biasa disebut uji inner model, yang meliputi r-square (R^2), koefisien jalur, dan pengukuran uji t-statistik. Nilai R^2 atau koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar variabel eksogen yang dihipotesiskan dalam persamaan dapat menjelaskan variabel endogen. Lebih jelasnya pada Tabel 3 :

Tabel 3
Pengaruh Variabel Laten Eksogen Terhadap Variabel Laten Endogen

| | Structural Path Coefficient | R-Square Value | Effect with Exogenous Latent Variables | | Sig. (%) |
|---|-----------------------------|---------------------------------|--|-------|----------|
| | | | X1 | X2 | |
| Ekosistem Bisnis (X1): Peningkatan Profitabilitas (Y) | 0.48 | $(0.48)^2 \times 100 = 23,04\%$ | | 4,85% | 28,41% |

Dengan kontribusi total sebesar 28,41%, ekosistem bisnis (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas (Y), dengan nilai nilai yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa ekosistem bisnis (X1) memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap profitabilitas. Pengaruh langsungnya terhadap profitabilitas mencapai 23,04%, menunjukkan bahwa elemen-elemen ekosistem bisnis seperti infrastruktur, jaringan, dan kolaborasi antar pelaku usaha memberikan kontribusi yang Selain itu, terdapat pengaruh tidak langsung sebesar 4,85% yang disebabkan oleh peran transformasi digital; ini menunjukkan bahwa digitalisasi berfungsi sebagai mediator dalam proses bisnis, memperkuat hubungan antara profitabilitas dan ekosistem bisnis. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan akses pasar, dan memperbaiki interaksi dengan pelanggan adalah beberapa contoh transformasi digital yang dapat membantu perusahaan menghasilkan lebih banyak uang.

Uji Koefisien Jalur

Koefisien jalur merupakan koefisien regresi standar (standar Z) yang menunjukkan pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang telah disusun dalam diagram jalur. Berikut hasil perhitungan koefisien jalur sebagaimana terlihat pada table 4, berikut:

Table 4
Path Coefficient Test Results

| | Peningkatan Profitabilitas (Y) |
|-----------------------|--------------------------------|
| Ekosistem Bisnis (X1) | 0,28 |

Hasil uji koefisien jalur pada Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel ekosistem bisnis berkontribusi hampir setengah dari total variabel yang mempengaruhi profitabilitas; dengan nilai koefisien 0,48, atau setara dengan 48%, variabel ekosistem bisnis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan profitabilitas. Ini menunjukkan bahwa elemen seperti kerjasama antar pelaku bisnis, regulasi yang mendukung, dan infrastruktur yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Akibatnya, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ekosistem bisnis sangat penting, tetapi juga menunjukkan bahwa variabel lain perlu diteliti lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik.

Uji T-Statistik

Ini ditujukan untuk menemukan hipotesis parsial dan mampu membuat hipotesis hubungan antara variabel ekosistem bisnis dengan peningkatan profitabilitas, terlihat pada table 5 berikut:

Table 5
Statistical T-Test Results

| | Path Coefficient | P Values | T table | T statistics | Decision | Conclusion |
|----------------------------|------------------|----------|---------|--------------|-------------|-------------|
| Ekosistem bisnis (X1), (Y) | 0.48 | 0.00001 | 2,035 | 3,15 | H0 Rejected | Significant |

Berdasarkan Tabel 5, untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh ekosistem bisnis terhadap peningkatan profitabilitas diperoleh nilai T-stat 3,15 > T-tab 2,035; maka H0 ditolak untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh ekosistem bisnis terhadap peningkatan profitabilitas dengan diperoleh nilai yang signifikan.

Bahwa perusahaan yang sukses tidak beroperasi sebagai entitas individu dalam industri yang ditentukan negara, namun sebaliknya, dianalogikan dengan organisme pada ekosistem yang alami. Perusahaan bertindak bersamaan dengan organisasi yang berbeda baik secara kooperatif dan berdaya saing serta mengembangkan kemampuan. Masing-masing organisasi mempunyai fungsi dan peran tertentu dalam satu ekosistem. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengembangkan produk dan layanan baru dan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sebaik mungkin. Ekosistem bisnis, serupa dengan ekosistem alami, juga dapat runtuh sepenuhnya jika mereka tidak beradaptasi atau bereaksi dengan cukup cepat terhadap perubahan eksternal. Dengan demikian, kinerja individu, yaitu keberhasilan atau penurunan perusahaan dalam jangka panjang, ditentukan oleh tindakan adaptif ekosistem (J. F. Moore, 1993; E. Anggraeni et al, 2007). Hasil penelitian Christens (2012) bahwa ekosistem bisnis menentukan wujud pembaruan dan iterasi produk yang berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. dan ekosistem bisnis akan mengalami siklus penciptaan, perluasan, dan kepunahan (Kohar & Tahang, 2023). Hal tersebut sebagaimana dikemukakan diatas menunjukkan bahwa baik ekosistem bisnis telah memberikan pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas sebagai bentuk keberhasilan usaha.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Ekosistem bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan profitabilitas usaha kecil menengah di Bandung. Dengan semakin baiknya ekosistem bisnis yang ada, maka peningkatan profitabilitas sebagai bentuk keberhasilan usaha akan semakin meningkat. Penelitian ini mengungkapkan bahwa permasalahan seperti keberagaman industry dalam jenis usaha, ekosistem yang kompleks dari elemen yang ada seperti pelanggan, pemasok dan kebijakan pemerintah termasuk pesaing masih ditemukan dalam ekosistem bisnis yang ada, dimana hal tersebut merupakan indikator dari ekosistem bisnis yang ada dan riil, sehingga diperlukan ekosistem bisnis yang menyeluruh dan efektif. Demikian pula budaya merupakan penentu dari ekosistem bisnis dimana kebiasaan yang semakin adaptif terhadap perubahan inovasi akan memperkuat profitabilitas dalam menentukan keberhasilan usaha baik dihat dari sisi Quality, Business Expansion, Market Extent dan Product Quality.

Saran yang dapat diberikan atas penelitian ini adalah bahwa usaha kecil kuliner memanfaatkan lingkungan, budaya serta fasilitas yang diberikan pihak-pihak tertentu untuk membangun relasi dan bekerja sama dengan pihak pemasok dan produsen dalam penyediaan bahan baku serta pihak ketiga dalam memasarkan produk dalam upaya pencapaian profitabilitas yang ditargetkan untuk mewujudkan sustainable business.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Ayustia, R., Nadapdap, J. P., & Salfarini, E. M. (2023). Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Bumi Sebalu Melalui Metode Score Plus. ABDI MOESTOPO:

- Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 6(2), 257-267.
<https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v6i2.2385>
- Bachri, A. S., & Setiani, A. (2018). The Influence of Creativity and Learning Innovation on Entrepreneurial Mentality and its Implications for Learning Outcomes. *Dinamika Pendidikan*, 12(2), 148-158.
<https://doi.org/10.15294/dp.v12i2.13563>
- Barkhatov, V., Pletnev, D., & Campa, A. (2016). Key success factors and barriers for small businesses: Comparative analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 29-38. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.087>
- Bouncken, R. B., & Kraus, S. (2022). Entrepreneurial ecosystems in an interconnected world: emergence, governance and digitalization. *Review of Managerial Science*, 16(1), 1-14. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00444-1>
- Christens, B.D. (2012). Toward relational empowerment. *Am. J. Community Psychol.*, 50, 114–128. [CrossRef] [PubMed]
- D. J. Teece. (2016). *The Palgrave Encyclopedia Of Strategic Management. Business Ecosystem*. London: Palgrave Macmillan.
- Damayanti, F. N., Dewi Anggadini, S., & Aldila, A. (2023). Affecting Factors Success of Accounting Information System (AIS). *Journal of Engineering Science and Technology*, 18(5).fell.
- Dentoni, D., Pinkse, J., & Lubberink, R. (2020). Linking sustainable business models to socio-ecological resilience through cross-sector partnerships: A complex adaptive systems view. *Business & Society*, 60(5), 1216-1252.
<https://doi.org/10.1177/0007650320935015>
- Dewi Anggadini, S., A Wahab, D., Sulistiyo Soegoto, D., Yunanto, R., & Rosyad, A. (2023). Designing An MSMES Integrated Information System Model Through Zakat Management. *Journal of Engineering Science and Technology*, 18(2).
- E. Anggraeni, E. Den Harthigh and M. Zegveld, (2007). *Business Ecosystem As A Perspective For Studying Thechris Relations Between Firms And Their Business Networks*. Delft.
- Fadillah, A., & Handoyo, S. E. (2024). Peran Dana Pemulihan Ekonomi Nasional Terhadap Profitabilitas Bank Dan Ketahanan Ekonomi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(1), 2994-3003. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i1.598>
- Fellnhofer, K. (2017). Drivers of innovation success in sustainable businesses. *Journal of Cleaner Production*, 167, 1534-1545.
- Garousi Mokhtarzaddeh, N., Jafarpanah, I., & Zamani Babgohari, A. (2022). Knowledge management capability, entrepreneurial creativity, entrepreneurial intensity and firm performance: the mediating role of ambidexterity. *British Food Journal*, 124(7), 2179-2208. <https://doi.org/10.1108/bfj-08-2021-0942>
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modelling, Edisi II*, Universitas Diponegoro, Semarang.sharma
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. In *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (Vol. 7)*.
- Herrera, M. E. B. (2016). Innovation for impact: Business innovation for inclusive growth. *Journal of Business Research*, 69(5), 1725-1730.
<https://ci.nii.ac.jp/ncid/BB03463866>
- Höllen, M., Lengfeld, C., & Konrad, E. D. (2020). Business Success for Creative and Cultural Entrepreneurs: Influences of Individual-and Firm-Related Factors on Revenue and Satisfaction. *International Journal of Arts Management*, 22(2).
- Ilmafa'ati, R. (2021). The influence of entrepreneurship, creativity and business location on business success. *Innovation Research Journal*, 2(1), 51-64.
<https://doi.org/10.30587/innovation.v2i1.2397>
- J. F. Moore, (1993). *Predators And Prey. A New Ecology of Competition in Harvard Business Review*, pp. 75 – 86, anggra
- Judijanto, L., Sandy, S., Yanti, D. R., Kristanti, D., & Hakim, M. Z. (2023). Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Berbasis Inovasi Teknologi Untuk

- Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12500-12507.
- Kohar, A., & Tahang, M. (2023). Pengaruh Pendanaan Eksternal dan Inovasi Produk terhadap Pertumbuhan Usaha. *Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 206-217.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*.
- Ludiya, E. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Cimahi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 141-154.
- Manages, R., Puspitasari, F., Syafarilla, D. B., & Ulfah, R. A. (2023). Penilaian Kinerja Keuangan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berdasarkan Analisis Rasio Profitabilitas Pada UMKM D'lekker. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(5), 11-20.
- Nur Wanita (2015). Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Palu. *Jurnal Penelitian Ilmiah LP2M IAIN Palu*. Vol 3. <https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/ist/article/download/220/147>
- Nurhasanah, D., & Maryono, M. (2021). Analisa pengaruh rasio keuangan terhadap profitabilitas pada perusahaan perbankan periode 2016–2018. *Keunis*, 9(1), 85-95. <https://doi.org/10.32497/keunis.v9i1.2317>
- Rahmadani, R., Muntaha, Y. S., Amalia, R., & Wijandari, A. (2023). Peningkatan Pemahaman dan Perhitungan Produksi pada UMKM di Desa Pasir Tanjung, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Bogor. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 20-24.
- Sekaran, Uma & Bougie, (2020). *Roger. Research Methods For Business : A Skill Building Approach : 8th ed. (Asia Edition)*. Hoboken: Wiley.
- Wibowo, A. (2022). Penguatan Produk Unggulan dan Ekosistem Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berorientasi Ekspor dari Sudut Pandang Manajemen Keuangan. In *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC) (Vol. 6, No. 1, pp. 424-438)*.