

The Influence of Entrepreneurial Orientation and Digital Transformation on Business Performance of MSMEs in Madura

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Madura

Eka Beryl Safaat^{1*}, Suyono²

Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura^{1,2}

210211100242@student.trunojoyo.ac.id¹, suyono@trunojoyo.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

MSMEs have a crucial contribution in driving Indonesia's economic growth. With the demographic bonus resulting in a large population, MSMEs play a significant role in creating new jobs. The development of information technology gave rise to the term e-commerce, a challenge for MSME players who have online businesses. Competition forces MSME players to continue to innovate in order to keep growing and strengthen digital literacy. This study aims to see whether entrepreneurial orientation and digital transformation affect business performance. The object of this research is MSME players who have online businesses in Madura. The sampling technique uses accidental sampling. This research adopts a quantitative approach using multiple regression analysis through SPSS software. The expected outputs of this research are progress and final research reports, posters, research logbooks and scientific publications in accredited national journals.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Digital Transformation, Business Performance, MSMEs

ABSTRAK

UMKM mempunyai kontribusi krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Adanya bonus demografi yang mengakibatkan jumlah penduduk yang besar, UMKM berperan signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru. Perkembangan teknologi informasi memunculkan istilah e-commerce, menjadi tantangan bagi pelaku UMKM yang mempunyai bisnis online. Persaingan memaksa pelaku UMKM untuk terus berinovasi agar tetap berkembang dan memperkuat literasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah orientasi kewirausahaan dan transformasi digital mempengaruhi kinerja bisnis. Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM yang mempunyai bisnis online di Madura. Teknik sampling menggunakan *accidental sampling*. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda melalui perangkat lunak SPSS. Luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah laporan kemajuan dan akhir penelitian, poster, *logbook* penelitian serta publikasi ilmiah di jurnal nasional terakreditasi.

Kata kunci: Orientasi Kewirausahaan, Transformasi Digital, Kinerja Bisnis, UMKM

1. Pendahuluan

UMKM atau “Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah” merupakan fondasi krusial perekonomian Indonesia. Peran strategis UMKM tercermin dari kontribusinya dalam menciptakan lapangan kerja, memajukan perekonomian, dan mengurangi tingkat kemiskinan (Salih et al., 2024). Peran penting tersebut ditinjau berdasarkan kemampuan UMKM dalam menciptakan berbagai kesempatan kerja baru. Namun, tingkat kompetitif yang semakin ketat mendorong pelaku UMKM untuk terus berinovasi agar tetap bertahan dan berkembang.

Mengembangkan suatu UMKM tentunya membutuhkan strategi khusus yang berdampak besar pada struktur, investasi, operasional, performa, dan hubungan pasar. Strategi tersebut mendukung UMKM untuk mengatasi berbagai tantangan, membangun kapabilitas baru, serta meningkatkan kinerja bisnis dengan tersedianya teknik pemanfaatan sumber daya yang efektif dan efisien (Masa'deh et al., 2018). Agar tujuan tersebut dapat

tercapai, UMKM perlu memberikan fokus terhadap orientasi kewirausahaan mereka. Hal tersebut penting dilakukan karena orientasi kewirausahaan memberikan arahan strategis bagi pelaku UMKM dalam mengawasi operasionalnya dalam mencapai kinerja bisnis yang lebih optimal (Masa'deh et al., 2018).

UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan sehingga membuat kinerja bisnisnya tidak stabil dan goyah. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM keterbatasan kemampuan dalam melakukan inovasi produk dan kemasan, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, serta kurangnya pemahaman mengenai pentingnya merek dan pengelolaan hubungan pelanggan (Anatan & Nur, 2023). Rendahnya literasi digital UMKM Indonesia menjadi permasalahan penting yang harus segera diselesaikan guna meningkatkan produktivitas dan kinerja bisnis UMKM. Beberapa strategi telah dilakukan Pemerintah Indonesia untuk memperkuat literasi digital UMKM di Indonesia, salah satunya adalah beberapa perguruan tinggi mengadakan kegiatan sosialisasi mengenai literasi digital kepada UMKM sehingga permasalahan yang ada dapat diatasi.

Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumenep dan Sampang menyampaikan bahwa sebagian pelaku UMKM di wilayahnya telah memanfaatkan penjualan online melalui akun marketplace pribadi seperti Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Tokopedia. Sementara itu di Pamekasan, UMKM lebih banyak menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan media lainnya untuk mempromosikan produk mereka. Berbeda dengan ketiga kabupaten tersebut, di Kabupaten Bangkalan mayoritas penjual masih mengandalkan metode penjualan offline, seperti melalui gerobak, toko, atau berjualan keliling (Herlina Kurniati; Yulistia Devi, 2022). Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumenep telah membangun marketplace resmi yang dikelola langsung oleh pemerintah daerah untuk mendukung kegiatan promosi dan penjualan online bagi pelaku UMKM di wilayah tersebut.

Meskipun memiliki potensi, UMKM Madura memiliki tantangan unik dalam transformasi digital. Penelitian menyoroti tingkat adopsi digital yang lebih rendah dibandingkan dengan mitra global, terutama karena infrastruktur digital yang terbatas, kurangnya literasi digital, dan investasi yang tidak memadai dalam teknologi. UMKM juga menghadapi kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru. teknologi dan alat, sehingga menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi dan tetap kompetitif. Keberhasilan sebuah UMKM bergantung pada teknologi dalam menjalankan bisnis. Semakin canggih dan terintegrasi teknologi yang digunakan, maka semakin efisien dan efektif pula kinerja bisnis UMKM.

Transformasi digital berdasarkan teknologi informasi, khususnya bentuk-bentuk digital yang dihasilkan oleh e-commerce dan teknologi terkait internet lainnya, masih sangat terbatas meskipun minat penelitian meningkat akhir-akhir ini (Besson & Rowe, 2012). Pertumbuhan yang cepat dan banyaknya informasi mengakibatkan tantangan bagi UMKM untuk mengelola dan memanfaatkan berbagai aplikasi di berbagai aspek, yang memengaruhi kinerja bisnis (Marei et al., 2023). Penggunaan aplikasi digital telah memungkinkan pelaku usaha untuk melakukan transaksi dengan mudah sehingga menghemat biaya dan waktu. Berbagai penelitian membuktikan bahwa UMKM semakin memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk meraih keunggulan kompetitif di pasarglobal.

Menurut penelitian terdahulu (Hartato & Handoyo, 2021) menggarisbawahi pentingnya orientasi kewirausahaan dalam mendorong kinerja bisnis karena memberikan dampak yang signifikan. Mengadopsi pendekatan yang lebih kewirausahaan akan berdampak pada perusahaan dalam hal peningkatan daya saing dan kelangsungan usahanya karena orientasi kewirausahaan dibutuhkan sebagai akibat tren global yang semakin menekankan pada inovasi dan adaptasi. Namun hasil tersebut bertentangan dengan temuan Suryaningsih (2018) yang mengindikasikan bahwa tidak ada pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Sementara itu, penelitian Mushtaq et al. (2024) memberikan perspektif yang

lebih luas dengan menunjukkan bahwa transformasi digital juga berperan krusial dalam membentuk kinerja bisnis masa kini.

Melalui penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel orientasi kewirausahaan dan transformasi digital terhadap kinerja bisnis UMKM di Madura. Penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap pengembangan UMKM dengan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat meningkatkan kinerja bisnis serta mampu menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan dan program yang mendukung pertumbuhan UMKM di Madura.

2. Tinjauan Pustaka

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan arah untuk meningkatkan kelangsungan hidup dan kontinuitas (Marei et al., 2023). Ciri-ciri dari sebuah wirausaha meliputi sikap proaktif dan mengumpulkan informasi mengenai pelanggan dan kompetitor, serta memberikan respons terhadap risiko dan ketidakpastian. Selain itu, usaha tersebut juga menciptakan peluang untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya melalui kreativitas dan inovasi (Batara et al., 2023). (Ur Rehman et al., 2019) percaya bahwa orientasi kewirausahaan merupakan salah satu orientasi strategis untuk mengembangkan dan berinovasi dalam layanan baru dan menciptakan perilaku baru untuk memandu pelanggan guna memperoleh keunggulan kompetitif. Orientasi kewirausahaan merupakan cara, praktik, dan gaya pengambilan keputusan yang diterapkan oleh para entrepreneur untuk berperilaku kewirausahaan (entrepreneurial). Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur orientasi kewirausahaan menurut (Sharif & Arif, 2021) adalah: inovasi, proaktivitas, pengambilan risiko, dan fleksibilitas.

Transformasi Digital

Transformasi bisnis digital melibatkan pemanfaatan teknologi guna mengembangkan proses, model bisnis, perangkat lunak, dan sistem yang inovatif yang mengarah pada peningkatan profitabilitas, peningkatan keunggulan kompetitif, peningkatan efisiensi, dan kemampuan untuk menghasilkan produk dan layanan baru sambil mengoptimalkan operasi bisnis (Schwertner, 2017). Menurut (Stich et al., 2020) Transformasi digital memiliki tiga indikator, yaitu: sumber daya, mencakup kekuatan struktural yang terintegrasi optimal antara berbagai aset fisik perusahaan, mulai dari mesin produksi hingga infrastruktur pendukung. Sistem informasi mencakup semua sistem komputer dan perangkat lunak yang digunakan oleh berbagai departemen dalam perusahaan. Gabungan budaya dan struktur organisasi, meliputi semua langkah untuk menyusun kembali tugas, mengembangkan sumber daya manusia, dan secara efektif mendorong perubahan digital. Pentingnya transformasi digital terletak pada kapasitasnya untuk berkontribusi pada pemecahan masalah, mengaktifkan pembangunan, dan meningkatkan keberlanjutan. Transformasi digital telah menjadi hal yang penting bagi UMKM yang ingin meningkatkan dan menyempurnakan penjualan dalam memudahkan konsumen untuk proses transaksi.

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis adalah cerminan dari seberapa baik suatu perusahaan beroperasi. Hal tersebut bisa diukur melalui berbagai indikator seperti jumlah barang yang terjual, pertumbuhan basis pelanggan, dan peningkatan pendapatan (Haryono & Marniyati, 2018). Pertumbuhan penjualan mencerminkan sejauh mana peningkatan penjualan suatu produk dari waktu ke waktu. Penjualan produk akan terus bertambah untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Pertumbuhan yang memuaskan didefinisikan sebagai peningkatan pembelian konsumen, yang diukur melalui tingkat konsumsi rata-rata dan volume penjualan, serta dikenal sebagai pertumbuhan pelanggan.

Hipotesis Penelitian

- H1:** Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Madura.
- H2:** Transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Madura.
- H3:** Orientasi Kewirausahaan dan transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di Madura

Kerangka Konseptual

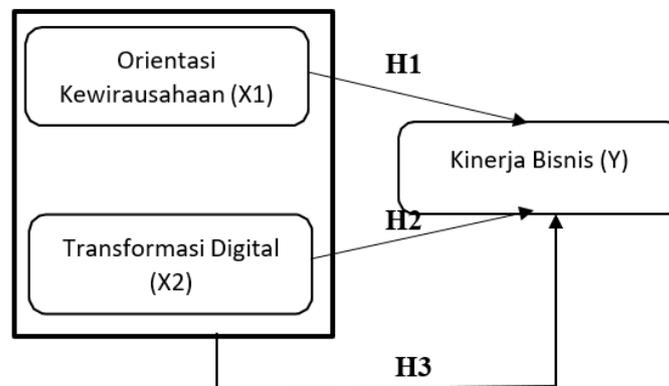
Variabel dalam penelitian adalah suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti mempunyai variasi antara satu dan lainnya dalam kelompok tersebut (Sugiyono: 2009). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 macam yaitu Variabel Dependen dan Variabel Independen, yakni:

1. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau Variabel yang dipengaruhi (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independent (Sugiyono, 2009:59). Variabel (Y) dalam penelitian ini adalah Kinerja Bisnis.

2. Variabel Independen

Variabel Independen atau Variabel yang mempengaruhi (X) adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhinya variabel dependen (Umar, 2002). Variabel (X1) Orientasi Kewirausahaan dan variabel (X2) Transformasi Digital.



3. Metode Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah pelaku UMKM yang mempunyai bisnis online di Madura. Pemilihan sampel menggunakan *non probability sampling* yang berbentuk *purposive sampling* sesuai dengan karakteristik, yakni pelaku usaha yang berusia 17-45 tahun. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 sampel. Pengumpulan data melalui penyebaran instrument berbentuk kuisisioner secara online menggunakan aplikasi platform Google Form. Kuisisioner ini disusun dalam bahasa Indonesia dengan menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis pendekatan penelitian asosiatif kausalitas. Variabel – variabel penelitian yang digunakan dijelaskan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
Orientasi Kewirausahaan(X1)	Orientasi kewirausahaan merupakan arah untuk meningkatkan kelangsungan hidup dankontinuitas (Marei et al.,	Inovasi Proaktivitas pengambilan risiko 4. fleksibilitas. (Sharif &

	2023).	Arif, 2021)
Transformasi Digital (X2)	Transformasi digital merujuk pada perubahan mendasar dalam perusahaan yang dipicu oleh penerapan teknologi digital dalam menciptakan produk, model bisnis, atau struktur organisasi yang baru (Putra et al., 2023)	Sumber daya Sistem informasi culture (budaya) dan organization structure (struktur organisasi) (Stich et al., 2020)
Kinerja Bisnis (Y)	Kinerja bisnis pada dasarnya merupakan prestasi yang diraih oleh suatu organisasi yang dapat diukur melalui hasil yang dicapai.	volume penjualan pertumbuhanpelanggan rtumbuhanpenjualan (Haryono & Marniyati, 2018)

4. Hasil dan Pembahasan Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden

Demografi	Responden	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	26	26%
Perempuan	74	74%
Jumlah Total	100	100%
Domisili		
Sumenep	30	30%
Pamekasan	9	9%
Sampang	5	5%
Bangkalan	56	56%
Jumlah Total	100	100%
Kriteria UMKM		
Kuliner	40	40%
Fashion	29	29%
Kerajinan	9	9%
Dan lain-lain	22	22%
Jumlah Total	100	100%

Uji Validitas

Variabel		R Hitung	R Tabel	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan	X1.1	0,62	0,195	Valid
	X1.2	0,62	0,195	Valid
	X1.3	0,72	0,195	Valid
	X1.4	0,69	0,195	Valid
	X1.5	0,67	0,195	Valid
Transformasi Digital	X2.1	0,65	0,195	Valid
	X2.2	0,49	0,195	Valid
	X2.3	0,71	0,195	Valid
	X2.4	0,78	0,195	Valid
	X2.5	0,55	0,195	Valid
	X2.6	0,75	0,195	Valid
Kinerja Bisnis	Y1.1	0,67	0,195	Valid
	Y1.2	0,44	0,195	Valid
	Y1.3	0,56	0,195	Valid
	Y1.4	0,61	0,195	Valid
	Y1.5	0,62	0,195	Valid

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Transformasi Digital (X2), dan Kinerja Bisnis (Y) memiliki 16 item pertanyaan dengan r hitung yang lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, tabel tersebut mengindikasikan bahwa setiap satu dari 16 item pertanyaan variabel ini dapat digunakan sebagai instrumen penelitian karena dinyatakan valid.

UJI REALIBILITAS

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,692	Reliabel
Transformasi Digital (X2)	0,747	Reliabel
Kinerja Bisnis (Y)	0,602	Reliabel

Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1), Transformasi Digital (X2), dan Kinerja Bisnis (Y) dianggap reliabel karena memiliki nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60, seperti yang ditunjukkan dalam tabel di atas. Hal tersebut mengindikasikan bahwa alat atau kuesioner dapat digunakan untuk penelitian ini.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.30819820
Most Extreme Differences	Absolute	0.069
	Positive	0.058
	Negative	-0.069
Test Statistic		0.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1(Constant)	6.718	1.302			5.158	0.000		
X1	0.447	0.087	0.509		5.118	0.000	0.412	2.429
X2	0.230	0.073	0.315		3.169	0.002	0.412	2.429

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Berdasarkan Tabel diatas, hasil uji multikolinieritas diketahui nilai tolerance Variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) adalah sebesar 0,412, Variabel Transformasi Digital (X2) adalah sebesar 0,412. Karena nilai tolerance dari kedua variabel tersebut > 0,10, maka diindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini juga diperkuat dengan nilai VIF Variabel Orientasi

Kewirausahaan (X1) adalah sebesar 2,429, Transformasi Digital (X2) adalah sebesar 2,429 sehingga nilai VIF dari kedua variabel tersebut < 10.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

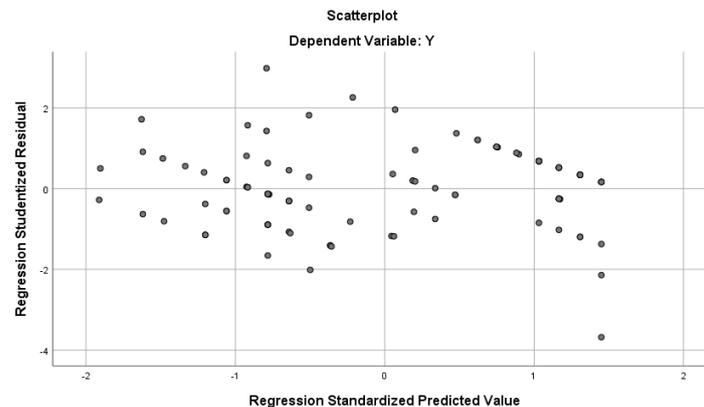
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	0.803	0.822		0.978	0.331
	Orientasi Kewirausahaan	-0.032	0.055	-0.092	-0.583	0.561
	Transformasi Digital	0.034	0.046	0.119	0.752	0.454

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel orientasi kewirausahaan (X1) sebesar 0,561 dan transformasi digital (X2) sebesar 0,454 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, analisis heteroskedastisitas melalui grafik scatter plot tidak menunjukkan pola yang teratur. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik, khususnya asumsi homoskedastisitas.

UJI MULTIKOLINEARITAS



Gambar di atas menunjukkan bahwa hasil tes heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi karena titik-titik menyebar di atas angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola yang teratur. Oleh karena itu, dapat diinterpretasikan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas dan uji tersebut layak untuk dilakukan.

UJI REGRESI BERGANDA

Uji regresi berganda mengukur pengaruh variabel independen dan dependen dengan mengidentifikasi hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih. Rumus ini mengukur hubungan antara Orientasi Kewirausahaan (X1), Transformasi Digital (X2), dan Kinerja Bisnis (Y).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	6.718	1.302		5.158	0.000		
X1	0.447	0.087	0.509	5.118	0.000	0.412	2.429
X2	0.230	0.073	0.315	3.169	0.002	0.412	2.429

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

$$Y = 6.718 + 0.447 X1 + 0.230 X2$$

Berdasarkan Tabel diatas, persamaan model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian adalah $Y = 6.718 + 0.447 X1 + 0.230 X2$. Model tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Konstanta menunjukkan nilai sebesar 0,803, artinya jika variabel bebas yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Transformasi Digital (X2) bernilai 0, maka variabel terikat yaitu Kinerja Bisnis (Y) adalah sebesar 0,803.
2. Nilai koefisien untuk Orientasi Kewirausahaan (X1) adalah 0,561 yang mengartikan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,561 pada variabel Kinerja Bisnis (Y). Karena koefisien tersebut bernilai positif, maka disimpulkan bahwa Orientasi Kewirausahaan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis (Y).
3. Nilai koefisien untuk Transformasi Digital (X2) tercatat sebesar 0,454 yang berarti setiap kenaikan satu satuan pada variabel Transformasi Digital (X2) akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,454 pada variabel Kinerja Bisnis (Y). Karena koefisien ini bernilai positif, maka disimpulkan bahwa Transformasi Digital (X2) memberikan pengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis (Y).

UJI HIPOTESIS

Hipotesis yang telah diajukan kemudian diuji kebenarannya melalui uji hipotesis yang dilakukan secara statistik baik secara parsial maupun simultan. Pengujian ini melibatkan uji t dan uji F.

UJI PARSIAL (UJI T)

Guna menentukan apakah variabel bebas (X) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) maka uji statistik t digunakan pada penelitian ini.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	6.718	1.302		5.158	0.000		
Orientasi Kewirausahaan	0.447	0.087	0.509	5.118	0.000	0.412	2.429
Transformasi Digital	0.230	0.073	0.315	3.169	0.002	0.412	2.429

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel orientasi kewirausahaan adalah 5,118, sedangkan untuk variabel transformasi digital adalah 3,169. Kedua nilai ini lebih besar dari nilai t tabel (1,984) pada tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan dan transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM di Madura.

UJI SIMULTAN (UJI F)

Guna menentukan apakah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki pengaruh yang signifikan satu sama lain, uji statistik F secara simultan digunakan. Test ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 95 persen dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$ (5%). Kriterianya ialah jika F tabel lebih besar dari F hitung, maka variabel-variabel tersebut berdampak bersamaan.

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.213	2	129.607	74.202	0.000 ^b
	Residual	169.427	97	1.747		
	Total	428.640	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

b. Predictors: (Constant), Transformasi Digital, Orientasi Kewirausahaan

Tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat signifikansi uji simultan adalah 0,000, lebih rendah dari 0,05, dan nilai F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu 74,202 lebih besar dari 3,09. Dapat diartikan bahwa Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Transformasi Digital (X2) secara bersamaan berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis (Y).

KOEFISIEN DETERMINASI

Guna mengetahui seberapa besar kontribusi gabungan dari orientasi kewirausahaan dan transformasi digital dalam menjelaskan kinerja bisnis UMKM, dilakukan uji determinasi. Hasil uji ini akan memberikan gambaran mengenai seberapa kuat model regresi yang telah dibangun. Tabel berikut menyajikan hasil analisis tersebut:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.778 ^a	0.605	0.597	1.32162

a. Predictors: (Constant), Transformasi Digital, Orientasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Bisnis

Berdasarkan tabel di atas, nilai Adjusted R Square tercatat sebesar 0,597 atau 59,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Transformasi Digital (X2) dalam penelitian ini mampu menjelaskan 59,7% dari variabilitas Kinerja Bisnis (Y). Sisa 40,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model regresi atau faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis

Pengujian statistik menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis bernilai positif dan signifikan secara statistik. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan sebab-akibat yang positif antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis dapat diterima.

Temuan ini konsisten dengan literatur sebelumnya yang dilakukan oleh (Kevin & Puspitowati, 2020) yang menyoroti pentingnya orientasi kewirausahaan dalam mendorong inovasi, fleksibilitas, dan pertumbuhan bisnis.

2. Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bisnis

Hipotesis bahwa penerapan teknologi digital dalam operasional bisnis akan berdampak positif pada kinerja perusahaan dapat dibuktikan melalui hasil penelitian ini. Analisis data menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang kuat antara tingkat adopsi teknologi digital dengan berbagai indikator kinerja bisnis. Temuan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga membuka peluang bisnis baru dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pertiwi, W., & Nurhikmah, 2018) yang menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dampak positif terhadap kinerja.

3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Transformasi Digital Terhadap Kinerja Bisnis

Dengan adanya orientasi kewirausahaan dan transformasi digital yang baik akan memberikan kinerja bisnis yang bisa menjadikan pelaku UMKM tersebut bersaing dengan pesaing yang lain. Dari hasil penelitian yaitu orientasi kewirausahaan dan transformasi digital secara bersama – sama atau simultan berpengaruh terhadap kinerja bisnis. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikan F yaitu adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai *t* hitung lebih besar dari pada *t* tabel yaitu $74,202 > 3,09$, dari hasil pengelolaan data maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1), Transformasi Digital (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis (Y) pada UMKM di Madura.

Hasil Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Salih et al., 2024) Dengan Judul Penelitian Orientasi Kewirausahaan dan Transformasi Digital Sebagai Pendorong Kinerja Organisasi Yang Tinggi. (Mora et al., 2019) Dengan Judul Penelitian Peran Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Informasi, dan Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan.

5. Penutup

Kesimpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis pada UMKM di Madura.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Transformasi Digital dan Kinerja Bisnis pada UMKM di Madura.
3. Hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa secara simultan, Orientasi Kewirausahaan dan Transformasi Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM di Madura.

Daftar Pustaka

- Anatan, L., & Nur. (2023). Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia. *Economies*, 11(6). <https://doi.org/10.3390/economies11060156>
- Arikunto, S. (2013). (2013). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Batara, M., Pundissing, R., & Uddu, L. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Training Dan Kemampuan Manajemen Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(1), 139–154. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i1.9643>
- Bereket Mamo Buli. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry: evidence from Ethiopian enterprises Bereket. *Management Research Review*, 40(3).
- Besson, P., & Rowe, F. (2012). Strategizing information systems-enabled organizational transformation: A transdisciplinary review and new directions. *Journal of Strategic Information Systems*, 21(2), 103–124. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2012.05.001>
- Ghozali. 2011. (n.d.). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang:

- Handayani, A., & Sarwono, A. E. (2021). Buku Ajar Manajemen Strategis. In *UNISRI Press*.
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Herlina Kurniati; Yulistia Devi. (2022). Jurnal Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 67–76.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.*
- Kevin, K., & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 612. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9573>
- Mora, E., Villa-Lopez, N., & Boluda, I. es K.-. (2019). *Jurnal Internasional Manajemen Informasi*. 47(xxxx), 88–100.
- Pertiwi, W., & Nurhikmah, F. (2018). Pengaruh Perubahan Sistem Digitalisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Seminar Nasional Multidisiplin 2018*, 1(September), 187–191. <http://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/snami/article/view/288/244>
- Salih, A. A., Alsalhi, L., & Abou-Moghli, A. (2024). Entrepreneurial orientation and digital transformation as drivers of high organizational performance: Evidence from Iraqi private banks. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 9–18. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.022>
- Marei, A., Abou-Moghli, A., Shehadeh, M., Salhab, H. A., & Othman, M. D. (2023). Entrepreneurial competence and information technology capability as indicators of business success. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 339–350. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.9.008>
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking*, 25(8), 3117–3142. <https://doi.org/10.1108/BIJ-02-2017-0024>
- Mushtaq, N., Hussain, F., Dad, A., Rehman, S. U., & Waseem, M. (2024). Digital Transformation and Its Impact on Business Performance in SMEs of Pakistan: An Empirical Study. *The Asian Bulletin of Big Data Management*, 3(2), 103–114. <https://doi.org/10.62019/abbdm.v3i2.92>
- Phil T. Kotler, K. (2019). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Putra, T. W. A., Solechan, A., & Hartono, B. (2023). Transformasi Digital Pada UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar. *Jurnal Informatika Upgris*, 9(1), 7–12. <https://doi.org/10.26877/jiu.v9i1.15096>
- Kevin, K., & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 612. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9573>
- Mora, E., Villa-Lopez, N., & Boluda, I. es K.-. (2019). *Jurnal Internasional Manajemen Informasi*. 47(xxxx), 88–100.
- Pertiwi, W., & Nurhikmah, F. (2018). Pengaruh Perubahan Sistem Digitalisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Seminar Nasional Multidisiplin 2018*, 1(September), 187–191. <http://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/snami/article/view/288/244>
- Salih, A. A., Alsalhi, L., & Abou-Moghli, A. (2024). Entrepreneurial orientation and digital transformation as drivers of high organizational performance: Evidence from Iraqi

- private banks. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 9–18. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.022>
- Salih, A. A., Alsalhi, L., & Abou-Moghli, A. (2024). Entrepreneurial orientation and digital transformation as drivers of high organizational performance: Evidence from Iraqi private banks. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 9–18. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.022>
- Schwertner, K. (2017). Digital transformation of business. *Trakia Journal of Science*, 15(Suppl.1), 388–393. <https://doi.org/10.15547/tjs.2017.s.01.065>
- Sharif, Z. F., & Arif, K. F. (2021). The role of entrepreneurial orientation in achieving organizational prosperity: An analytical study of a sample of administrative leaders in private universities in the Kurdistan region. *Review of International Geographical Education*, 11(10), 1516–1538.
- Stich, V., Zeller, V., Hicking, J., & Kraut, A. (2020). Measures for a successful digital transformation of SMEs. *Procedia CIRP*, 93(March), 286–291. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.03.023>
- Ur Rehman, S., Bhatti, A., & Chaudhry, N. I. (2019). Mediating effect of innovative culture and organizational learning between leadership styles at third-order and organizational performance in Malaysian SMEs. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–24. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0159-1>