

The Influence Of Entrepreneurial Orientation, Innovation Capability And Payment Gateway On The Business Performance Of MSMEs Culinary Electronic Payment System Merchants In Bekasi District

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner Merchant Elektronik Payment System Di Kabupaten Bekasi

Ameliana^{1*}, Junedi²

Pelita Bangsa University, Bekasi, Indonesia

ameliana204@gmail.com^{1*}, junedi@pelitabangsa.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

Business competition is getting tighter today, especially in the increasing culinary field. This study aims to analyze how the influence of Entrepreneurial Orientation, Innovation Capability and Payment Gateway on business performance in MSMEs Culinary Electronic Merchant Payment System in Bekasi Regency. The sample in this study was 100 MSME business actors Culinary Electronic Payment System Merchants in Bekasi Regency. Data collection method through the distribution of questionnaires to respondents as research objects. Data analysis techniques use multiple linear regression tests, hypothesis tests using t tests and determination coefficient tests. The results of this study are (1) There is an influence of entrepreneurial orientation on business performance obtained $t_{count} = (16.772) > t_{table} (1.986)$ so that H_1 is accepted. (2) There is no effect of innovation capability on business performance obtained $t_{count} (0.154) < t_{table} (1.986)$ so that H_2 is rejected. There is an influence of payment gateways on business performance obtained $t_{count} (2,313) > t_{table} (1,986)$ so that it can be concluded that H_3 is accepted. The conclusion of this study is that the variables of entrepreneurial orientation and payment gateway affect business performance, while innovation capabilities do not affect the business performance of MSMEs Culinary Electronic Merchant Payment System in Bekasi Regency.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Innovation Capability, Payment Gateway, Business Performance.

1. Pendahuluan

Munculnya era globalisasi kontemporer telah menyebabkan meningkatnya tingkat persaingan perusahaan yang ketat dalam skala dunia. Perubahan dalam struktur persaingan, tanpa adanya alternatif, memaksa usaha ekonomi untuk menyesuaikan diri dengan tren global yang terus berubah. Entitas-entitas ini harus secara konsisten memantau perubahan yang terjadi sebagai bagian dari peran mereka. Persaingan usaha adalah realitas yang tak terelakkan yang harus didekati dengan kecerdasan dan keseriusan. Dalam konteks lanskap perusahaan global, persaingan menghadirkan ancaman yang signifikan bagi entitas ekonomi. Kegagalan untuk mengatasi tantangan ini dengan segera dan memadai, tanpa meremehkan signifikansinya, dapat mengakibatkan kejatuhan perusahaan di pasar yang kompetitif dan potensi kebangkrutan. Oleh karena itu, sangat penting bagi para pelaku ekonomi yang terlibat dalam produksi barang atau jasa untuk secara konsisten menghasilkan konsep-konsep inventif, memprioritaskan pertimbangan pasar dan komersial, dan terus menerus melakukan inovasi untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Sektor UMKM di Indonesia merupakan pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, terdapat 64,2 juta UMKM pada Maret 2021. UMKM ini berkontribusi 61,07% terhadap produk domestik bruto (PDB), yaitu sebesar Rp8,57 triliun. Meskipun menghadapi tantangan yang signifikan selama wabah Covid-19, UMKM telah menunjukkan ketangguhan yang luar biasa dan telah muncul sebagai salah satu perusahaan yang paling tangguh. UMKM di Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dengan mempekerjakan 97% dari total sumber daya manusia dan menarik 60,4% dari total investasi. Terlepas dari dampak pandemi, sektor UMKM telah menunjukkan ketangguhannya dengan mempertahankan kontribusinya terhadap PDB pada tingkat yang sama seperti sebelumnya. Pada tahun 2018, terdapat 64,18 juta unit UMKM yang menyumbang 61% dari PDB. Kutipan "Mimiasri et al., 2022" mengacu pada publikasi oleh Mimiasri dan rekan-rekannya pada tahun 2022. Sangatlah penting bagi setiap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mengembangkan rencana strategis dalam rangka meningkatkan kinerja usaha mereka. Struktur usaha, kegiatan operasional, keputusan investasi, hubungan pasar, dan kinerja UMKM secara keseluruhan sangat dipengaruhi oleh strategi yang diikuti oleh usaha-usaha tersebut. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat memperoleh manfaat dari kemampuannya untuk membantu mereka dalam mengatasi tantangan, mengembangkan kompetensi baru, dan meningkatkan efektivitas usaha mereka secara keseluruhan. Usaha kecil dan menengah (UMKM) diberikan kemampuan untuk memperoleh akses ke sumber daya khusus, mendeteksi kemungkinan untuk menawarkan produk dan layanan yang berharga, dan secara efisien memberikan penawaran ini untuk meningkatkan keuntungan melalui pemanfaatan pendekatan tertentu (Sondra et al., 2021).

Rencana strategis adalah sesuatu yang perlu dipersiapkan oleh setiap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memenuhi tujuan mereka dan memberikan keunggulan kompetitif. Untuk mencapai tujuan tersebut, kinerja usaha yang luar biasa merupakan faktor pendukung yang sangat penting. Kinerja sebuah usaha merupakan faktor krusial yang memiliki dampak besar terhadap pergerakan dan perluasan usaha. Istilah "kinerja" berkaitan dengan tingkat keberhasilan suatu program kegiatan dalam mencapai sasaran, tujuan, visi, dan misi yang telah dituangkan dalam perencanaan strategis usaha (Rengganis et al., 2017).

Kesadaran UMKM untuk terus tumbuh seiring perkembangan teknologi saat ini menjadi kunci keberhasilan di masa mendatang. Masih ada banyak UMKM di bidang kuliner yang menghadapi hambatan dalam hal orientasi kewirausahaan karena setiap pelaku usaha memiliki karakteristik daya saing yang beragam. Bagi mereka yang memiliki daya saing rendah, usaha mereka cenderung mengalami stagnasi karena kalah bersaing dengan pesaing lainnya dan hanya menjalankan stand jualan harian. Di sisi lain, bagi pelaku UMKM yang mampu bersaing, mereka memiliki potensi untuk meningkatkan penjualan, mengembangkan usaha mereka, dan meningkatkan tingkat kesejahteraan hidup. Hal ini disebabkan karena orientasi kewirausahaan membuka jalan bagi arah strategis UMKM guna memantau kegiatannya untuk mencapai kinerja usaha yang lebih baik (Sondra et al., 2021). Pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki mental kewirausahaan yang kuat dihimbau untuk aktif mencari prospek baru, berhasil mengelola risiko, dan segera mengambil tindakan guna mengembangkan usahanya. Kecenderungan individu untuk menunjukkan daya cipta, proaktif,

dan kemauan mengambil risiko untuk mendirikan atau mengoperasikan perusahaan (Farhan et al., 2022). Kinerja suatu usaha yang baik sangat tergantung pada mentalitas wirausaha yang dimiliki oleh pengusaha, yang mempunyai pengaruh besar terhadap perkembangan usaha tersebut. Selain itu, kapasitas berinovasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja suatu usaha (Fauzi & Priyono, 2022).

Kapabilitas inovasi merupakan faktor penting untuk mencapai kesuksesan dalam persaingan industri kuliner. Inovasi tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menghadapi persaingan, tetapi juga sebagai kemampuan untuk mempertahankan operasi usaha dan meningkatkannya untuk perbaikan. Inovasi adalah konseptualisasi yang mengalami serangkaian langkah berurutan untuk menjadi produk atau layanan yang nyata. Setiap usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner harus memprioritaskan untuk melakukan inovasi, dengan menyadari bahwa kemampuan setiap usaha akan berbeda. Kemampuan inovasi mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk baru dengan secara efektif membangun proses yang selaras dengan kemajuan teknis dan tantangan tak terduga dari pesaing, untuk memenuhi permintaan konsumen. Untuk mencapai inovasi, baik di tingkat manusia maupun usaha, perusahaan harus meningkatkan kemampuannya untuk berinovasi. Kapasitas perusahaan untuk berinovasi adalah kriteria terpenting untuk bersaing di pasar yang ditandai dengan meningkatnya persaingan dan kondisi pasar yang tidak menentu.

Kabupaten Bekasi, yang terletak di Provinsi Jawa Barat, memiliki beragam kuliner yang menarik dan beragam. Wilayah ini memiliki potensi besar dalam bidang kuliner karena berbagai faktor, termasuk populasi yang besar, beragam etnis dan budaya, serta lokasinya yang strategis. Industri kuliner di Kabupaten Bekasi mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu, yang sejalan dengan pertumbuhan populasi, perubahan gaya hidup, dan kemajuan ekonomi di daerah tersebut. Dalam era digitalisasi yang sedang berlangsung, GoFood telah menjadi platform yang paling diminati untuk penjualan makanan UMKM. Saat ini, GoFood memiliki lebih dari 1,4 juta mitra usaha, dengan 99 persennya merupakan UMKM di sektor kuliner (Prodjo, 2022).

Menurut databoks.katadata.co.id (2022) pada tersedia Platform E- wallet untuk menjual makanan UMKM pada tahun 2022, diantaranya yaitu Gofood, Grabfood, Shopeefood dan platform E-wallet lainnya. Berdasarkan data tersebut GoFood telah menjadi platform paling diminati oleh pedagang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, mencapai proporsi sebesar 99,3%. Layanan pesan-antar online GoFood memimpin sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh pelaku UMKM. Di urutan kedua, terdapat GrabFood dengan penguasaan pasar sebesar 98,8%. Sementara itu, ShopeeFood menempati posisi ketiga dengan proporsi yang cukup jauh berbeda, yaitu 70,2%. Platform lainnya mencapai proporsi sekitar 10,8%. Seiring dengan banyaknya pengguna E-wallet saat ini telah terjadi adanya perubahan signifikan yaitu adopsi pembayaran digital dan penggunaan *payment gateway* dalam operasional sehari-hari. *Payment gateway* seperti GoPay, OVO, Dana, dan lainnya telah menjadi semakin mendapatkan popularitas di kalangan penduduk Indonesia. Fenomena ini mencerminkan perubahan dari penggunaan uang tunai ke pembayaran digital. *Payment Gateway* merupakan fasilitas penerimaan pembayaran untuk transaksi digital. *Payment Gateway* beroperasi secara otomatis dan mempermudah proses transaksi, dengan semua transaksi keuangan diproses secara aman dan instan. (Maysaroh & Diansyah, 2022).

Penggunaan *payment gateway* memiliki potensi untuk memengaruhi kinerja usaha UMKM kuliner dengan berbagai cara (Nursansiyi & Armiani, 2022). Pemanfaatan teknologi keuangan (fintech) berjenis *payment gateway* Go-Pay dalam operasional UMKM dapat mendorong peningkatan profitabilitas bagi UMKM tersebut. Hal ini berpotensi mengantarkan UMKM yang menggunakan *payment gateway* pada pertumbuhan dan kemajuan yang lebih baik.

Pada penelitian ini berfokus pada UMKM yang membuka usahanya pada aplikasi GoFood. Go-Food merupakan layanan pengantaran makanan dan platform marketplace makanan berbasis aplikasi yang berasal dari Indonesia, dikembangkan oleh PT Gojek Indonesia. Layanan Go-Food pertama kali diperkenalkan di Jakarta pada tahun 2015 dan selanjutnya diperluas ke berbagai kota di Indonesia seiring dengan perkembangan Go-Jek.

2. Tinjauan Pustaka

Kinerja Usaha

Menurut (Cho dan Lee; Sondra et al., 2021) kinerja usaha mencakup kapasitas usaha untuk secara efektif menangani variasi variabel lingkungan. Elemen-elemen ini mencakup profitabilitas, produktivitas, kepuasan karyawan, tanggung jawab sosial, dan keberlanjutan perusahaan. Memahami kinerja melibatkan pertimbangan sejumlah dimensi yang berbeda. Istilah "kinerja" didefinisikan oleh Rezki Indah et al., (2023) sebagai tingkat keberhasilan yang dicapai dalam proses pelaksanaan suatu program kegiatan dengan maksud untuk mencapai sasaran, tujuan, visi, dan misi usaha yang telah ditetapkan melalui perencanaan strategis. Peningkatan penjualan, perluasan laba, dan peningkatan pangsa pasar menjadi ciri khas keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sandra & Purwanto, (2015) menyatakan bahwa evaluasi kinerja suatu usaha dapat dilakukan dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Menurut Phelan dan (Tsani Farhan et al., 2022), pertumbuhan pendapatan perusahaan, perluasan volume penjualan, dan perluasan cakupan pemasaran merupakan beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut Lofian (2016) dalam Siagian et al., (2019) indikator yang mempengaruhi kinerja usaha diantaranya pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan sdm, pertumbuhan pangsa pasar, dan pertumbuhan laba.

Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan sendiri didefinisikan sebagai proses, pelatihan dan pengambilan keputusan yang menuntun penciptaan usaha baru (Lumpkin, 1996). Hult et al. (2004:3) dalam jurnal (Soelaiman, 2022) juga mendefinisikan orientasi kewirausahaan adalah suatu proses, praktik dan suatu pengambilan keputusan yang mengarah pada kewirausahaan, juga mengarah pada perspektif yang disediakan. Jika suatu perusahaan mengadopsi orientasi kewirausahaan, maka tingkat keberhasilan usaha tinggi dan perusahaan akan memiliki kinerja yang baik (Wiklund, 2005). Orientasi kewirausahaan merujuk pada langkah-langkah, metode, dan keputusan yang mendorong penerapan ide-ide baru, dan memiliki tiga dimensi kewirausahaan, yaitu keberanian mengambil risiko, tindakan proaktif, dan selalu inovatif (Lumpkin, 1996). Orientasi kewirausahaan diperlukan oleh setiap pelaku usaha untuk melanjutkan usahanya. Menurut (Lee dan Tsang dalam Suhartini, 2021) Orientasi kewirausahaan dapat ditentukan berdasarkan pada 4 dimensi yaitu need for achievement, internal locus of control, self reliance, dan extrovision.

Kapabilitas Inovasi

Menurut (Hall dan Williams (2008) dan Hjalager (2010) dalam (Mohammad et al., 2019). Kemampuan inovasi digambarkan sebagai kemampuan untuk secara konsisten mengubah pengetahuan dan ide menjadi produk, proses, dan sistem baru yang bermanfaat bagi perusahaan dan para pemangku kepentingannya (Lawson dan Samson (2001) dalam (Mohammad et al., 2019). Melakukan inovasi dalam pengembangan ide dan informasi UMKM

dapat membantu meningkatkan keberlanjutan kinerja UMKM. Kapabilitas inovasi dapat menekankan upaya dalam berinovasi, dengan menawarkan produk dan layanan baru untuk menambah nilai bagi produk yang dihasilkan. Sehingga, pemilik usaha mampu meningkatkan kompetisi atau persaingan terhadap UKM yang lain (Fauzi & Priyono, 2022). Kapabilitas inovasi dinyatakan mampu mempengaruhi kinerja UKM (Sok, 2013) karena kapasitas berinovasi mampu mendukung penciptaan produk sesuai selera konsumen (Rosenbusch, 2011). menurut Kanter, (1983) Inovasi melibatkan penciptaan, penerimaan, dan pelaksanaan ide baru dalam bentuk proses, produk, atau jasa. Dalam pengelolaan usaha, kapabilitas untuk berinovasi menjadi faktor paling fundamental yang menentukan kinerja perusahaan (Mone, 1998). Pemaparan yang disampaikan oleh Mulyana dan Sutapa (2015). Yang dibahas dalam jurnal oleh (Santika, 2021) terdapat beberapa indikator dalam kapabilitas inovasi yaitu inovasi teknologi dan inovasi produk.

Payment Gateway

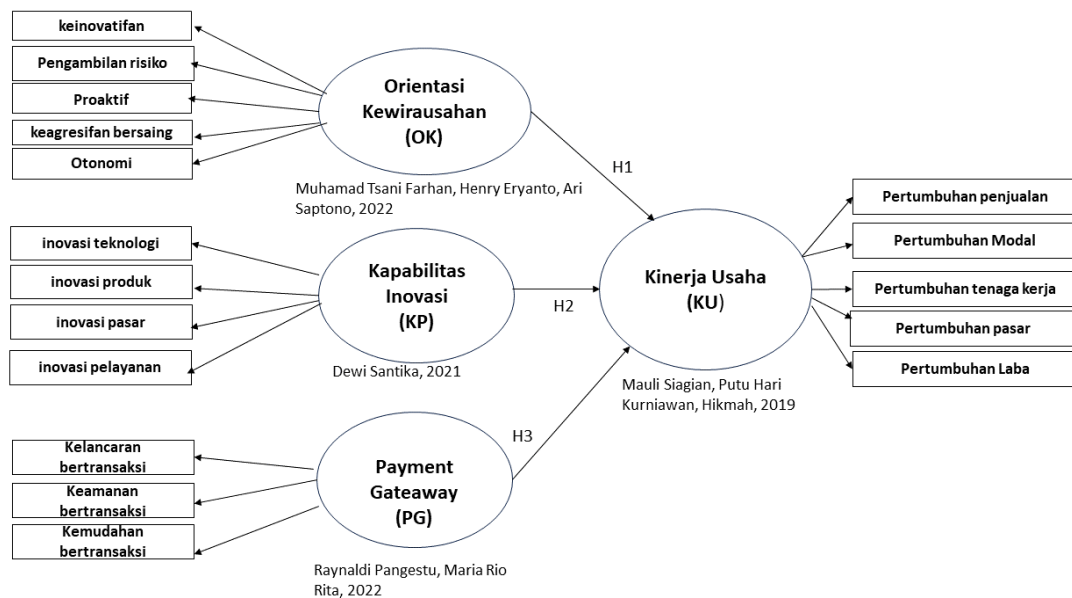
Payment gateway Payment gateway memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memproses pembayaran kartu kredit dengan aman, sambil memberikan fleksibilitas dan perlindungan informasi bagi pembeli. Maysaroh & Diansyah, (2022) mendefinisikan *payment gateway* sebagai metode pembayaran online yang memverifikasi dan mengesahkan rincian transaksi berdasarkan peraturan yang ditetapkan penyedia. Lebih lanjut, menurut Mutiara et al., (2022) *payment gateway* adalah metode pembayaran online yang tunduk pada regulasi kebijakan penyedia. *Payment gateway* menyediakan sarana yang nyaman bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam e-commerce untuk melakukan transaksi keuangan berbasis internet. Payment gateway adalah elemen penting yang menjamin transaksi pembayaran yang aman dan lancar melalui internet. *Payment gateway* berfungsi sebagai penghubung antara pemilik situs web dan lembaga keuangan, memfasilitasi proses transaksi (Islami & Sulistyowati, 2016 dalam Pangestu & Rio Rita, 2022). *Payment gateway* memiliki 3 indikator Pangestu & Rio Rita, (2022) adalah kelancaran bertransaksi, keamanan bertransaksi, dan kemudahan bertransaksi.

3. Metode Penelitian

Pendekatan yang paling efektif untuk mendeskripsikan topik ini adalah melalui penelitian deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2016) adalah metode penelitian yang menganut filosofi positivis dan mengandalkan data empiris. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1), Kapabilitas Inovasi (X2), *Payment Gateway* (X3), dan Kinerja Usaha (Y). Pengukuran variabel menggunakan metode skala likert dengan penilaian pada kuesioner yaitu 1 – 5. Populasi terdiri dari hal-hal atau orang-orang yang mereka pilih untuk dipelajari untuk menarik kesimpulan. Usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Bekasi yang terdaftar di platform Gofood adalah salah satu yang menjadi fokus penelitian ini. Secara khusus lima kecamatan yaitu, kecamatan Cikarang Selatan, kecamatan Cikarang Utara, kecamatan Cikarang Barat, kecamatan Cikarang Timur dan Kecamatan Cikarang Pusat menjadi subjek penelitian ini. peneliti akan menarik kesimpulan berdasarkan pemeriksaan mereka terhadap aspek-aspek dan karakteristik tertentu yang ditunjukkan oleh UMKM ini. Untuk menilai dan mendapatkan hasil, peneliti mengandalkan fitur dan karakteristik tertentu. Seratus pedagang para UMKM kuliner merchant elektronik payment system di kabupaten Bekasi sebanyak 100 pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner menjadi populasi penelitian. Penelitian ini menggunakan metode Non-Probability Sampling untuk menentukan sampelnya. Menurut Sugiyono, (2017:116), nonprobability sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui metodologi berbasis kuesioner, dilengkapi dengan materi yang berasal dari buku,

literatur, penelitian sebelumnya, dan sumber-sumber terkait lainnya. Pelaksanaan penelitian ini melibatkan pengumpulan data langsung dari para pedagang kuliner di Kabupaten Bekasi melalui penggunaan kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan bertujuan untuk mengevaluasi orientasi kewirausahaan pedagang, kapasitas inovasi, dan pemanfaatan payment gateway. Perolehan data sekunder dilakukan dengan melakukan tinjauan literatur yang komprehensif dan mencari jurnal ilmiah yang relevan dengan masalah yang disebutkan. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas), uji analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t, dan uji koefisien determinasi).

Gambar 1. Desain Penelitian



4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Orientasi kewirausahaan (X1)

Variabel	Item/kode	Rhitung	R.table	Keterangan
Orientasi kewirausahaan (X1)	Keinovatifan	0,538	0,1966	Valid
	Pengambilan Risiko	0,668	0,1966	Valid
	Proaktif	0,488	0,1966	Valid
	Keagresifan Bersaing	0,472	0,1966	Valid
	Otonomi	0,504	0,1966	Valid

Dari tabel di atas, terlihat bahwa hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai R hitung > nilai R tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kelima item indikator pengukur variabel orientasi kewirausahaan dianggap valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kapabilitas Inovasi (X2)

Variabel	Item/kode	R.hitung	R.table	Keterangan
Kapabilitas Inovasi (X2)	Inovasi Teknologi	0,502	0,1966	Valid
	Inovasi Produk	0,630	0,1966	Valid
	Inovasi Pasar	0,489	0,1966	Valid
	Inovasi Pelayanan	0,351	0,1966	Valid

Dari tabel di atas, terlihat bahwa hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai R hitung > nilai R tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 4 item indikator pengukur variabel kapabilitas inovasi dianggap valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas *Payment Gateway* (X3)

Variabel	Item/kode	R hitung	R.table	Keterangan
Payment Gateway (X3)	Kelancaran Bertransaksi	0,606	0,1966	Valid
	Keamanan Bertransaksi	0,498	0,1966	Valid
	Kemudahan Bertransaksi	0,463	0,1966	Valid

Dari tabel di atas, terlihat bahwa hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai R hitung > nilai R tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa bahwa 3 item indikator pengukur variabel payment gateway dianggap valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kinerja Usaha (Y)

Variabel	Item/kode	R.hitung	R.table	Keterangan
Kinerja Usaha (Y)	Pertumbuhan Penjualan	0,553	0,1966	Valid
	Pertumbuhan Modal	0,584	0,1966	Valid
	Pertumbuhan Sumber daya manusia	0,490	0,1966	Valid
	Pertumbuhan Pasar	0,515	0,1966	Valid
	Pertumbuhan Laba	0,541	0,1966	Valid

Dari tabel di atas, terlihat bahwa hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai R hitung > nilai R tabel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa 5 item indikator pengukur variabel kinerja usaha dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

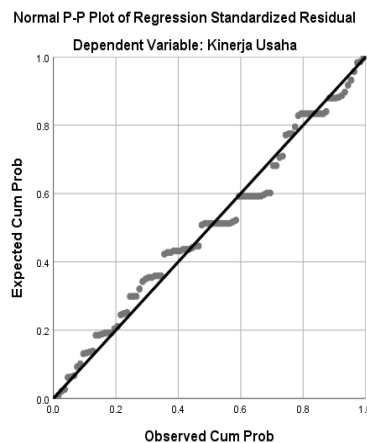
Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0,760	0,60	Reliabel
Kapabilitas Inovasi (X2)	0,704	0,60	Reliabel
Payment Gateway (X3)	0,703	0,60	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0,764	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Orientasi Kewirausahaan adalah 0,760, yang melebihi syarat minimum atau nilai kritis (yang dikenal dengan *role of thumb*) sebesar 0,60. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kapabilitas inovasi adalah 0,704, menunjukkan bahwa nilai tersebut melebihi 0,60. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Payment Gateway sebesar 0,703, menunjukkan bahwa nilai tersebut melebihi 0,60. Variabel Kinerja usaha memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.764, menunjukkan bahwa nilai tersebut di atas ambang batas 0.60. Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan dapat dianggap dapat reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 1. Normality Test Results



Grafik normal probability plot diatas menunjukkan bahwa titik - titik pada gambar tidak jauh disekitar garis dan mengikuti garis searah dengan diagonal hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.86306458
Most Extreme Differences	Absolute	.097

	Positive	.097
	Negative	-.071
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.291 ^d
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.279
	Upper Bound	.303

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan output tabel uji normalitas menggunakan one-sample kolmogorov-smirnov diketahui bahwa nilai Unstandardized Residual sebesar $0,291 > 0,05$ yang mana nilai tersebut Unstandardized adalah hasil dari variabel Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi, *Payment Gateway* dan Kinerja Usaha. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji pada penelitian ini berdistribusi normal.

Multicollinearity test

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Orientasi Kewirausahaan	.516	1.936
	Kapabilitas Inovasi	.455	2.199
	Payment Gateway	.479	2.088

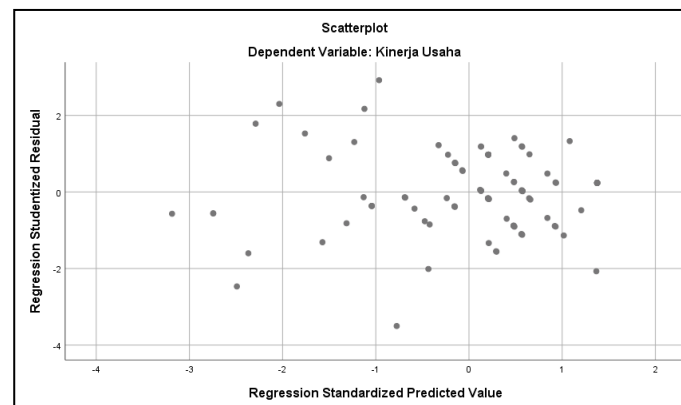
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Hasil pengolahan SPSS 24, 2024

Output di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk orientasi kewirausahaan adalah 0,516, nilai tolerance untuk kemampuan inovasi adalah 0,455, dan nilai tolerance untuk payment gateway adalah 0,479. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak melanggar asumsi klasik multikolinieritas, karena nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan payment gateway masing-masing sebesar 1,936, 2,199, dan 2,088. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak menunjukkan asumsi tradisional multikolinieritas, karena VIF kurang dari 10.

Heteroscedasticity Test

Gambar 2. Heteroscedasticity Test Results



Gambar scatterplot menunjukkan pola yang tidak jelas, dengan titik-titik yang tersebar secara acak dan tidak memiliki struktur yang jelas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda tidak menunjukkan asumsi tradisional heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa data yang digunakan memenuhi prasyarat untuk melakukan analisis regresi berganda.

Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.463	.880		1.663	.100
	Orientasi Kewirausahaan	.812	.048	.848	16.772	.000
	Kapabilitas Inovasi	.010	.067	.008	.154	.878
	Payment Gateway	.188	.081	.121	2.313	.023

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan pada hasil perhitungan tabel diatas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$, $Y = 1,463 + 0,812 X_1 + 0,010 X_2 + 0,188 X_3$. Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas, didapat bahwa persamaan regresi antar variabel adalah sebagai berikut 1) Nilai konstanta sebesar 1,463 menandakan bahwa apabila Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi, dan Payment Gateway memiliki nilai nol, Kinerja Usaha akan menetap pada angka 1,463. Hal ini diasumsikan dengan tetapnya nilai variabel lain yang memengaruhi Kinerja Usaha. 2) Koefisien regresi untuk Orientasi Kewirausahaan (X_1) memiliki pengaruh sebesar 0,812 terhadap Kinerja Usaha, menandakan adanya pengaruh positif. Artinya, jika nilai variabel Orientasi Kewirausahaan meningkat sebesar 1 satuan, maka Kinerja Usaha akan meningkat sebesar 0,812. Asumsi ini dibuat dengan tetapnya nilai variabel independen lainnya. 3) Koefisien regresi Kapabilitas Inovasi (X_2) memiliki dampak sebesar 0,010 terhadap Kinerja Usaha, menandakan pengaruh positif. Ini berarti, kenaikan satu satuan dalam variabel Kapabilitas Inovasi akan mengakibatkan peningkatan sebesar 0,010 pada

Kinerja Usaha. Asumsi ini diambil dengan tetapnya nilai variabel independen lainnya. 4) Koefisien regresi untuk Payment Gateway (X3) berpengaruh sebesar 0,188 terhadap Kinerja Usaha, menunjukkan dampak positif. Dengan demikian, jika nilai variabel Payment Gateway meningkat satu satuan, maka Kinerja Usaha akan meningkat sebesar 0,188. Asumsi ini dibuat dengan kestabilan nilai variabel independen lainnya

Uji Hipotesis

Hasil Uji T (Parsial)

Table 11. Hasil Uji T Parsial

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.463	.880		1.663	.100
	Orientasi Kewirausahaan	.812	.048	.848	16.772	.000
	Kapabilitas Inovasi	.010	.067	.008	.154	.878
	Payment Gateway	.188	.081	.121	2.313	.023

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan t-tabel : $t(\alpha/2; n-k-1) = (0,5/2); (100-3-1) = t(0,025; 96) = 1,984$. Hasil 1,984 diperoleh dari T tabel 96. Maka didapatkan bahwa 1) Pada tabel diatas dapat diperoleh bahwa hasil t hitung pada tabel Orientasi Kewirausahaan sebesar 16,772 dan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat diketahui t hitung $(16,772) > t$ tabel $(1,986)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kinerja Usaha (Y). 2) Pada tabel diatas dapat diperoleh bahwa hasil t hitung pada tabel Kapabilitas Inovasi sebesar 0,154 dan nilai signifikansi 0,878. Maka dapat diketahui t hitung $(0,154) < t$ tabel $(1,986)$ dengan nilai signifikansi $0,878 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan variabel Kapabilitas Inovasi (X2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kinerja Usaha (Y). 3) Pada tabel diatas dapat diperoleh bahwa hasil t hitung pada tabel Payment Gateway sebesar 2,313 dan nilai signifikansi 0,023. Maka dapat diketahui t hitung $(2,313) > t$ tabel $(1,986)$ dengan nilai signifikansi $0,023 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak. Maka variabel Payment Gateway (X3) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap Kinerja Usaha (Y).

Koefisien Determinan (R²)

Tabel 13. Hasil Uji koefisien determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.873	.869	.876

a. Predictors: (Constant), Payment Gateway, Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas Inovasi

Berdasarkan data tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square 0,869 atau 86,9%. Angka ini menunjukkan besar pengaruh Orientasi kewirausahaan (X1), Kapabilitas Inovasi (X2) dan *Payment Gateway* (X3) terhadap Kinerja Usaha (Y) secara gabungan. Sedangkan sisanya 13,1% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar penelitian ini atau error.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian variabel Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y) memiliki pengaruh positif. Yang ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar 16,772, maka dapat diketahui t hitung (16,772) > t tabel (1,986) dengan nilai signifikansi 0.000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Orientasi Kewirausahaan (X1) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y) secara parsial. Adapun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhamad Tsani Farhan, Henry Eryanto, Ari Saptono dalam artikel yang berjudul Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM (Studi Pada UMKM SEKTOR Food And Beverage Di Jakarta Selatan). Terbit di jurnal TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Usaha dan Keuangan Volume 2 ISSUE 6 (2022). Menghasilkan kesimpulan bahwa literasi digital dan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, begitu juga dengan literasi digital dimediasi oleh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM pada sektor food and beverage di Jakarta Selatan.

Berdasarkan hasil penelitian variabel Kapabilitas Inovasi (X2) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y) tidak memiliki pengaruh. Yang ditunjukkan dengan hasil t hitung 0,154. Maka dapat diketahui t hitung (0,154) < t tabel (1,986) dengan nilai signifikansi 0,878 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kapabilitas Inovasi (X2) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y) secara parsial. Adapun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi Santika, dalam artikel yang berjudul Strategi Keunggulan Layanan, Kapabilitas Inovasi dan Daya Tarik Promosi dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Sektor Kuliner Selama Pandemi di Kota Pontianak (Studi Kasus pada Usaha Café dan Restoran di Kota Pontianak). Terbit dalam jurnal MABIS, Vol. 12, No.1, Juni 2021 ISSN 2775-8516. Menghasilkan kesimpulan bahwa keunggulan layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan yang artinya semakin unggul layanan yang diberikan belum tentu dapat meningkatkan kinerja usaha. Berbeda halnya dengan kapabilitas inovasi dan daya tarik produk, dimana kedua variabel tersebut justru berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha sektor kuliner terutama café dan restoran Sedangkan penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kairtono, Khainsai Nuir Syifai, Raimlahi Puiji Alstuiti dalam jurnal yang berjudul *Knowledge Sharing, Individual Innovation Capability* dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. Terbit dalam jurnal Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Usaha dan Kewirausahaan Vol. 14, No. 1, Agustus (2020). Menghasilkan kesimpulan bahwa *Knowledge sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru. *Individual innovation capability* tidak berpengaruh terhadap kinerja guru. Komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja guru. *Knowledge sharing, individual innovation capability*, dan komitmen organisasi secara simultan berpengaruh terhadap kinerja guru SLB wilayah Kota dan Kabupaten Cirebon.

Berdasarkan hasil penelitian variabel Payment Gateway (X3) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y) memiliki pengaruh positif. Yang ditunjukkan dengan hasil t hitung sebesar 2,313. Maka dapat diketahui t hitung (2,313) > t tabel (1,986) dengan nilai signifikansi 0.023 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Payment Gateway (X3) terhadap Kinerja Usaha UMKM (Y) secara parsial.

Adapun hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Raynaldi Pangestu, Maria Rio Rita, dalam artikel yang berjudul Penggunaan Payment Gateway “Go-Pay” Dan Kinerja UMKM: Studi Pada Coffee Shop Di kota Salatiga. Terbit dalam Jurnal EBBANK Vol. 12, No.1 hal. 17 – 26 Juni 2022. Menghasilkan kesimpulan bahwa penggunaan payment gateway Go-Pay berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja finansial, namun tidak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja non finansial usaha coffee shop di Kota Salatiga

5. Penutup

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan maka (1) Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner Merchant Elektronik Payment System di Kabupaten Bekasi. T hitung untuk variabel orientasi kewirausahaan sebesar 16,772, dan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki dampak yang baik dan penting terhadap kinerja usaha UMKM di sektor kuliner. Artinya, semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang diterapkan oleh UMKM, semakin baik kinerja usaha mereka. (2) Kapabilitas Inovasi tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner Merchant Elektronik Payment System di Kabupaten Bekasi. T hitung untuk variabel kapabilitas inovasi sebesar 0,154 dan nilai signifikansi $0,878 > 0,05$. Artinya, Kapabilitas Inovasi tidak memainkan peran yang signifikan dalam menentukan seberapa baik atau buruk kinerja usaha UMKM kuliner. (3) *Payment Gateway* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner Merchant Elektronik Payment System di Kabupaten Bekasi. T hitung untuk variabel *Payment Gateway* sebesar 2,313 dan nilai signifikansi $0.023 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran dan penggunaan *Payment Gateway* memberikan efek yang menguntungkan (positif) dan penting (signifikan) terhadap kinerja usaha UMKM kuliner yang mengadopsi sistem pembayaran elektronik. Artinya, apabila payment gateway dijalankan dan dioperasikan dengan baik, maka kinerja usaha akan meningkat.

Referensi

- Fauzi, E., & Priyono, A. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Kapabilitas Inovasi terhadap Keberlanjutan Kinerja UKM di Kawasan Objek Wisata Rowo Jombor* (Vol. 01, Issue 05). <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Lofian, B., & Riyoko, S. (2014). IDENTIFIKASI FAKTOR EKSTERNAL DAN FAKTOR INTERNAL YANG BERPENGARUH TERHADAP KINERJA UKM MEBEL ROTAN DI JEPARA. In *Jurnal DISPROTEK* (Vol. 5, Issue 2).
- Lumpkin, G. T. and D. G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135--172.
- Maysaroh, S., & Diansyah, D. (2022). Pengaruh Peer To Peer Lender (P2P) Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19 Dengan E-commerce Sebagai Variabel Moderating. *Business Management Journal*, 18(2), 131. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i2.3021>
- Mohammad, I. N., Massie, J. D. D., & Tumewu, F. J. (2019). THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND INNOVATION CAPABILITY TOWARDS FIRM PERFORMANCE IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (Case Study: Grilled Restaurants in Manado). *The Effect.... 1 Jurnal EMBA*, 7(1), 1–10.
- Mone, M. A. and M. W. and B. I. V. L. (1998). “Organizational Decline and Innovation: A Contingency Framework.” *Academy of Management Review*, 23(1), 115--132.
- Mutiara, M. E., Wiratno, A., & Herwiyanti, E. (2022). *The Effect of Payment Gateway, Digitization, and Financial Literacy on MSME Performance*.

- Nursansiwati, D. A., & Armiani, A. (2022). Peran Strategi Bisnis Fintech Payment Gateway dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di NTB. *Owner*, 7(1), 367–378. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1219>
- Pangestu, R., & Rio Rita, M. (2022). *Penggunaan Payment Gateway “Go-Pay” Dan Kinerja UMKM ... Penggunaan Payment Gateway “Go-Pay” Dan Kinerja UMKM: Studi Pada Coffee Shop Di Kota Salatiga The Use Of Payment Gateway “Go-Pay” And Msmes Performance: Study On Coffee Shop In Salatiga City* ARTICLES INFORMATION ABSTRACT E B B A N K (Vol. 12, Issue 1).
- Rezki Indah, F., Kurniawan, D., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., & Jambi, U. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Dengan Strategi Pertumbuhan Usaha Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11(2).
- Rosenbusch, N. and B. J. and B. A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457.
- Santika, D. (2021). Strategi Keunggulan Layanan, Kapabilitas Inovasi dan Daya Tarik Promosi dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Sektor Kuliner Selama Pandemi di Kota Pontianak (Studi Kasus pada Usaha Café dan Restoran di Kota Pontianak). *MABIS*, 12(1).
- Soelaiman, L. (2022). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA UMKM DKI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 731–738.
- Sondra, T. C., Oey, D., & Widjaja, H. (2021a). *PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT*.
- Sondra, T. C., Oey, D., & Widjaja, H. (2021b). *Sondra dan Widjaja: Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA UKM BIDANG KONVEKSI DI JAKARTA BARAT*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Sugiyono, S. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan ke-23. *Bandung: CV Alfabeta*.
- Suhartini, Y. (2021). *PENGARUH KARAKTERISTIK WIRAUSAHA DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PADA WARUNG KELONTONG DI KASIHAN BANTUL YOGYAKARTA* (Vol. 18).
- Tsani Farhan, M., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). *PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA USAHA UMKM (STUDI PADA UMKM SEKTOR FOOD AND BEVERAGE DI JAKARTA SELATAN)*. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- Wahyu Adityo Prodjo. (2022, October 17). *Tahun 2023, GoFood Fokus Dua Hal untuk Dorong Kemajuan Mitra UMKM* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul “Tahun 2023, GoFood Fokus Dua Hal untuk Dorong Kemajuan Mitra UMKM”, *Klik untuk baca: <https://umkm.kompas.com/read/2022/10/17/193300883/tahun-2023-gofood-fokus-dua-hal-untuk-dorong-kemajuan-mitra-umkm>*