

PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KREATIVITAS BISNIS TERHADAP KINERJA USAHA PADA UMKM KULINER DI JAKARTA BARAT

Joanne Katharina Wiraya¹, Mei Ie^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: joanne.115210129@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: meii@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 10-10-2025, revisi: 26-10-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-01-2026

ABSTRAK

Industri kuliner di Jakarta Barat terus berkembang pesat, namun banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal inovasi, akses pasar, dan pengelolaan sumber daya yang terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku kewirausahaan dan kreativitas bisnis terhadap kinerja UMKM kuliner, dengan tingkat digitalisasi sebagai variabel moderasi. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yang memiliki kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan, kreativitas bisnis, dan digitalisasi secara positif dan signifikan mempengaruhi kinerja UMKM kuliner. Selain itu, digitalisasi berperan penting sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara kreativitas bisnis dan kinerja usaha, yang mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Temuan ini memiliki implikasi yang signifikan bagi pelaku UMKM kuliner, yang perlu fokus pada pengembangan kewirausahaan dan kreativitas serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperbaiki pemasaran, distribusi, dan manajemen. Bagi pembuat kebijakan, hasil penelitian ini merekomendasikan dukungan dalam bentuk program pelatihan digital dan peningkatan akses terhadap platform digital, untuk mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM kuliner di Jakarta Barat.

Kata Kunci: perilaku kewirausahaan, kreativitas bisnis, kinerja UMKM, digitalisasi

ABSTRACT

The culinary industry in West Jakarta continues to grow rapidly, yet many SMEs face various challenges, particularly in innovation, market access, and limited resource management. This study aims to analyze the impact of entrepreneurial behavior and business creativity on the performance of culinary SMEs, with digitalization level as a moderating variable. The sample consists of 100 respondents selected using purposive sampling, based on specific criteria relevant to the research objectives. Data analysis was conducted using the PLS-SEM method through the SmartPLS 4 application. The results show that entrepreneurial behavior, business creativity, and digitalization have a positive and significant effect on the performance of culinary SMEs. Moreover, digitalization plays a crucial role as a moderator that strengthens the relationship between business creativity and business performance, indicating that the use of digital technology can improve operational efficiency and expand market reach. These findings have important implications for culinary SME owners, who need to focus on enhancing entrepreneurship and creativity, as well as utilizing digital technology to improve marketing, distribution, and management. For policymakers, the results recommend support in the form of digital training programs and increased access to relevant digital platforms, to encourage growth and competitiveness of culinary SMEs in West Jakarta.

Keywords: entrepreneurial behavior, business creativity, MSME performance, digitalization

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

UMKM kuliner di Jakarta Barat menjadi bagian penting dari perekonomian lokal yang terus bertumbuh. Sektor ini berkembang pesat dan menjadi salah satu kontributor utama dalam

menciptakan lapangan kerja (Fourqoniah & Aransyah, 2020). Peran UMKM kuliner juga pada penguatan identitas lokal melalui inovasi produk makanan dan minuman (Fatkhurahman & Siregar, 2019). Seiring dengan perkembangan zaman, UMKM kuliner semakin memiliki peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi bisnis, dan memperkuat daya saingnya. Dalam lima tahun terakhir, sektor ini sangat memberikan dampak ekonomi terhadap masyarakat (BPS, 2020). Jakpreneur melalui situs jakarta.go.id, tercatat pada tahun 2023 jumlah peserta Jakarta Entrepreneur mencapai 372.663 pelaku usaha, dengan dominasi sebesar 79,3 persen berasal dari sektor kuliner. Sementara, menurut Kadin Indonesia, (2024) Kementerian Koperasi dan UKM menetapkan target peningkatan jumlah UMKM yang masuk ke pasar digital, yaitu sebanyak 24 juta unit pada tahun 2023, dan angka ini diharapkan terus bertambah hingga mencapai 30 juta unit pada tahun 2024.

Banyak UMKM kuliner di Jakarta Barat menghadapi tantangan untuk berkembang, terutama karena persaingan ketat, perubahan selera konsumen, dan kurangnya inovasi. Faktor utama yang memengaruhi hal ini adalah kinerja usaha yang masih rendah, yang ditandai dengan produktivitas dan kreativitas yang belum optimal. Hal ini menyebabkan kesenjangan signifikan antara usaha kecil, menengah, dan besar. Untuk bertahan, UMKM perlu mengadopsi strategi kreatif dan beradaptasi secara maksimal agar tetap relevan dan menghindari kegagalan usaha (Susilowati *et al.*, 2022). Kinerja usaha menjadi indikator utama keberhasilan bisnis, mencakup aspek keuangan dan non-keuangan, seperti peningkatan pendapatan, jumlah pelanggan, efisiensi operasional, dan reputasi merek. Bagi UMKM kuliner, kinerja usaha dipengaruhi oleh kemampuan merespons perubahan pasar dan persaingan. Kinerja yang baik ditunjukkan oleh stabilitas keuangan, peningkatan transaksi, serta kemampuan memperluas pasar melalui strategi offline dan online. Stabilitas ini memungkinkan pelaku usaha untuk berinovasi, meningkatkan layanan, dan mengembangkan sumber daya manusia (Susilowati *et al.*, 2022).

Namun, kinerja usaha UMKM juga dipengaruhi oleh berbagai tantangan dan berbagai faktor, seperti fluktuasi permintaan pasar, dan kemampuan manajerial yang disebut sebagai perilaku kewirausahaan. Perilaku kewirausahaan yang proaktif dan kreativitas bisnis yang tinggi menjadi faktor pendukung utama dalam menciptakan solusi yang inovatif dan strategis serta mampu menjaga kinerjanya. Teknologi digital juga berperan penting dalam meningkatkan kinerja usaha, terutama melalui otomatisasi proses, pemasaran digital, dan pengelolaan data yang lebih efektif. Dengan mengelola faktor-faktor tersebut secara optimal, UMKM kuliner di Jakarta Barat dapat meningkatkan kinerja usaha dan membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di masa depan. Dengan perilaku ini, pelaku UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka. Kewirausahaan, seperti yang didefinisikan oleh Hisrich dan Peters, (2002) dalam (Joseph & Matthias, 2021), adalah proses menghasilkan sesuatu yang baru, berbeda, bernilai, dan berpotensi menguntungkan. Pengusaha yang menunjukkan perilaku kewirausahaan yang lebih siap untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar dan mengembangkan produk kreatif.

Meningkatkan daya saing UMKM di industri makanan memerlukan kreativitas yang kuat untuk menciptakan produk dan layanan yang unik serta menarik pelanggan. Kreativitas, seperti menghasilkan ide-ide baru yang bermanfaat, menjadi pembeda utama dalam persaingan pasar kuliner. Inovasi dalam menu, konsep restoran, dan strategi pemasaran dapat memberikan keunggulan signifikan. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya dan akses teknologi sering kali menghambat penerapan kreativitas dan perilaku kewirausahaan, yang sejatinya penting untuk menjaga daya saing.

Digitalisasi menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner dengan menekan biaya operasional, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan pasar. Teknologi digital, melalui otomatisasi dan pemasaran online, memperkuat visibilitas merek dan efisiensi operasional. Perilaku kewirausahaan yang proaktif dan kreativitas bisnis berperan sebagai pendorong utama kinerja usaha yang berkelanjutan. Dengan memahami hubungan antara kewirausahaan, kreativitas, dan digitalisasi, pelaku UMKM serta pembuat kebijakan dapat merumuskan strategi efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM kuliner.

Rumusan masalah

- a. Apakah perilaku kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- b. Apakah kreativitas bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- c. Apakah tingkat digitalisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- d. Apakah perilaku kewirausahaan yang dimediasi oleh tingkat digitalisasi berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- e. Apakah kreativitas bisnis yang dimediasi oleh tingkat Digitalisasi berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat?

Kaitan antara perilaku kewirausahaan dan kinerja usaha

Kinerja usaha yang baik dapat meningkatkan kepercayaan diri wirausahawan, mendorong mereka untuk lebih berani mengambil risiko dan berinovasi. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa perilaku kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha. Wiklund et al. (2019) yang menyatakan, Kinerja usaha yang positif dapat memperkuat perilaku kewirausahaan dengan meningkatkan persepsi self-efficacy wirausahawan dan mendorong mereka untuk mengambil tindakan kewirausahaan yang lebih berani di masa depan. Kollmann et al. (2022) mengungkapkan, pengalaman kinerja usaha sebelumnya membentuk perilaku kewirausahaan melalui proses pembelajaran adaptif, di mana wirausahawan menyesuaikan strategi dan tindakan mereka berdasarkan hasil yang dicapai.

Kaitan antara kreativitas bisnis dan kinerja usaha

Kinerja usaha dan perilaku kewirausahaan memiliki hubungan yang kompleks dan saling mempengaruhi. Kinerja usaha yang baik dapat menyediakan sumber daya dan lingkungan yang mendukung untuk meningkatkan kreativitas bisnis (Meiliana & Soelaiman, 2024). Chen et al. (2020), Kinerja usaha yang positif menciptakan 'slack resources' yang dapat diinvestasikan kembali dalam kegiatan kreatif dan inovatif, mendorong eksperimentasi dan pengambilan risiko yang diperlukan untuk kreativitas bisnis. Zhang dan Bartol (2023), Perusahaan dengan kinerja usaha yang unggul lebih mampu menarik dan mempertahankan individu-individu kreatif, yang berkontribusi pada peningkatan kreativitas bisnis secara keseluruhan.

Kaitan antara tingkat digitalisasi dan kinerja usaha

Era digital ini membentuk teknologi informasi khusus yang digunakan untuk membantu masyarakat. Adanya manfaat dan kemudahan fintech berdampak bagi niat UMKM dalam menggunakannya (Gendro & Kusuma, 2020). Keberadaan fintech berpengaruh signifikan pada UMKM dalam meningkatkan literasi keuangan berbasis payment gateway (Wardani & Darmawan, 2020). Rohmah (2019) digitalisasi marketing dapat meningkatkan keuntungan bagi para pengusaha. Kinerja usaha dipengaruhi oleh seberapa mudah pelaku usaha dalam mengakses dan menggunakan digitalisasi.

Kaitan antara perilaku kewirausahaan dan kinerja usaha dengan dimoderasi oleh tingkat digitalisasi

Adanya tingkat digitalisasi sebagai variabel moderasi mendukung perubahan perilaku kewirausahaan. Kemampuan untuk mengambil risiko dengan bijak, mengidentifikasi peluang baru di tengah ketidakpastian, dan merancang strategi yang adaptif sangat diperlukan dalam bisnis di tengah digitalisasi (Djazilan & Darmawan, 2022). Penelitian oleh Papoiwo, Mus dan Serang (2021) menyimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan dan lingkungan eksternal (digitalisasi) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner. Kinerja usaha dan perilaku kewirausahaan memiliki hubungan yang kompleks dan saling mempengaruhi.

Kaitan antara kreativitas bisnis dan kinerja usaha dengan dimoderasi oleh tingkat digitalisasi

Kreativitas dikatakan faktor penting dan dibutuhkan karena dalam sebuah usaha khususnya UMKM tanpa kreativitas usaha akan sulit berkembang dan menghadapi persaingan (Suprani & Koiron, 2019). Pelaku usaha menjadikan kreativitas sebagai dorongan untuk menyediakan produk yang inovatif, berinvestasi pada ide-ide inovatif, mencari peluang baru dan merambah pasar baru yang berisiko. Dasar kreativitas dan inovasi yang kuat akan membuka jalan menuju kesuksesan dalam berbisnis (Hamka *et al.*, 2021). Penelitian oleh Papoiwo, Mus dan Serang (2021) menyatakan bahwa kreativitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner, namun secara simultan kreativitas dengan lingkungan eksternal (digitalisasi) berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu sebuah pendekatan yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara memeriksa hubungan antar variabel dengan menggunakan data yang berupa angka (Sari *et al.*, 2023). Pendekatan ini bertujuan untuk menguji teori, menyusun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, serta memperkirakan dan meramalkan hasil secara akurat (Sugiyono, 2020). Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan PLS-SEM dan pengolahan data dengan perangkat lunak SmartPLS 4.

Populasi dan teknik pemilihan sampel

Penelitian ini memanfaatkan data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber asli atau lokasi penelitian (Sugiyono, 2020). Data ini diperoleh melalui kuesioner atau angket yang disebarlang langsung kepada pelaku UMKM di Jakarta Barat. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang mengikuti festival kuliner di Jakarta.

Selanjutnya, dalam pengambilan sampel, penelitian ini menerapkan metode *non-probabilitas*, dengan teknik *purposive sampling* diambil 100 UMKM kuliner di Jakarta Barat. Penggunaan *purposive sampling* didasarkan pada pertimbangan yang harus dipenuhi responden sebagai syarat penelitian, kemudahan akses, dan ketersediaan subjek penelitian serta pengambilan data yang dapat dilakukan dengan cepat, praktis, dan biaya yang rendah (Sari *et al.*, 2020).

Operasionalisasi variabel

Operasionalisasi variabel adalah cara-cara yang digunakan untuk mengukur atau mengamati konsep atau variabel dalam penelitian. Menurut Hermawan, (2022) mengungkapkan bahwa operasionalisasi variabel merujuk pada langkah-langkah untuk menetapkan ukuran suatu variabel.

Menurut Sugiyono (2020) operasionalisasi variabel adalah proses mengubah konsep abstrak atau teori ke dalam definisi yang jelas dan langkah-langkah konkret untuk mengukurnya. Operasionalisasi variabel penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Sumber: Diolah oleh peneliti

Variabel	Indikator	Kode
Kinerja Usaha (Y)	Laba usaha mengalami peningkatan	KU1
	Perputaran dana usaha cepat dan berkembang	KU2
	Pemasaran secara online membantu dalam berbelanja produk	KU3
	Lokasi usaha yang strategis memudahkan untuk berbelanja produk	KU4
	Mencapai target penjualan	KU5
	Menjual produk dagangan lebih di hari-hari tertentu	KU6
	Berlaku baik di dalam maupun di luar kegiatan usaha	KU7
	Berperan dalam kegiatan usaha sesuai dengan tuntutan zaman	KU8
	Membangun dan menjaga rasa kepercayaan kepada stakeholders	KU9
	Selalu mengedepankan konsumen agar konsumen saya puas	KU10
Perilaku Kewirausahaan (X1)	Kemampuan untuk mengambil risiko dalam mengembangkan bisnis	PK1
	Keberanian menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis	PK2
	Kepercayaan diri yang tinggi dalam mengembangkan ide bisnis baru	PK3
	Keyakinan yang kuat dalam menghadapi tantangan bisnis	PK4
	Yakin hal-hal baru yang diterapkan berasal dari ide sendiri	PK5
	Cepat mengembangkan ide ketika ada peluang	PK6
	Keinginan yang tinggi untuk menjadi wirausaha yang sukses	PK7
	Keberanian yang tinggi dalam mengambil keputusan bisnis	PK8
	Kemampuan untuk mengembangkan strategi bisnis yang efektif	PK9
	Berorientasi pada tugas dan hasil dalam mengembangkan bisnis	PK10
Kreativitas Bisnis (X2)	Mencari solusi dalam menjalankan usaha	KB1
	Mengimplementasikan suatu ide dalam kegiatan usaha	KB2
	Berimajinasi tinggi dapat menghasilkan hal-hal baru	KB3
	Mencari ide baru dari berbagai referensi	KB4
	Bertahan menjalankan usaha dengan berbagai situasi	KB5
	Terbuka menerima kritik dan saran	KB6
Tingkat Digitalisasi (Z)	Mengikuti perkembangan bisnis di era modern	Z1
	Perkembangan bisnis di era digital memudahkan untuk bertransaksi	Z2
	Digitalisasi bisnis memudahkan untuk mengakses informasi	Z3
	Digitalisasi bisnis memudahkan untuk mengeksplor bisnis lebih jauh	Z4
	Mudah menciptakan produk dengan teknologi yang maju	Z5
	Banyak menyerap ide & informasi atas kemajuan informasi digital	Z6
	Teknologi yang canggih membantu dalam mengembangkan bisnis	Z7
	Menggunakan teknologi digital di dalam kehidupan sehari-hari	Z8
	Bisnis menggunakan teknologi digital dalam proses produksi	Z9

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui jawaban dari responden yang kemudian akan diuji dalam analisis data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan pengusaha UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Berdasarkan hasil survey, mayoritas usia bisnis responden pada penelitian ini adalah berusia 1-3 tahun dan didominasi dari mereka berpenghasilan per bulan rentang Rp. 1.000.000 s/d Rp. 10.000.000. Deskripsi responden dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Deskripsi responden
Sumber: Diolah oleh peneliti

Profil Responden	Kategori	Presentase	Jumlah Responden
Jenis Kelamin	Laki-laki	69,9%	70
	Perempuan	30,1%	30
Usia	21-25 Tahun	1%	1
	26-30 Tahun	20,4%	20
	31-35 Tahun	78,6%	79
Pendidikan Terakhir	SMA	59,2%	59
	S1	40,8%	41
Lama Usaha	1-3 Tahun	50,5%	51
	4-6 Tahun	48,5%	49
	6-10 Tahun	1%	1
Jumlah Karyawan	1-10 Orang	99%	99
	11-20 Orang	1%	1
Omset per Bulan	1-10 Juta	77,7%	78
	20-30 Juta	22,3%	22

Tabel 3. Hasil uji validitas konvergen dan reliabilitas
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Indikator	AVE	Outer Loadings	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho c)
Perilaku Kewirausahaan (X1)	PK1	0,635	0,908	0,922	0,936
	PK2		0,722		
	PK3		0,953		
	PK4		0,706		
	PK5		0,722		
	PK6		0,724		
	PK7		0,720		
	PK8		0,745		
	PK9		0,740		
	PK10		0,730		
Kreativitas Bisnis (X2)	KB1	0,595	0,772	0,884	0,912
	KB2		0,733		
	KB3		0,768		
	KB4		0,746		
	KB5		0,850		
	KB6		0,901		
Kinerja Usaha (Y)	KU1	0,636	0,784	0,936	0,945
	KU2		0,742		
	KU3		0,729		
	KU4		0,775		
	KU5		0,826		
	KU6		0,824		
	KU7		0,806		
	KU8		0,739		
	KU9		0,837		
	KU10		0,892		
Tingkat Digitalisasi (Z)	TD1	0,666	0,761	0,937	0,947
	TD2		0,853		
	TD3		0,747		
	TD4		0,770		
	TD5		0,880		
	TD6		0,897		
	TD7		0,822		
	TD8		0,792		
	TD9		0,808		

Data yang terkumpul dalam penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Analisis data pada PLS-SEM dibagi menjadi *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas, dan *inner model* untuk memperoleh hasil uji hipotesis. Tabel 3 merupakan hasil uji validitas dan reliabilitas.

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *loading factor* yang dihasilkan dari indikator telah memenuhi persyaratan validitas konvergen karena telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas konvergen, menghasilkan *outer loading* di atas 0,700 dan AVE di atas 0, (Duryadi, 2021). Demikian pula dengan hasil uji reliabilitas yang menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* >0,60 dan *Composite Reliability* >0,70 (Hair et al., 2017). Sehingga telah memenuhi persyaratan uji reliabilitas.

Tabel 4. Hasil uji Fornell-Larcker *criterion*
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Kinerja Usaha (Y)	Perilaku Kewirausahaan (X1)	Kreativitas Bisnis (X2)	Tingkat Digitalisasi (Z)
Kinerja Usaha (Y)	0,997			
Perilaku Kewirausahaan (X1)	0,948	0,919		
Kreativitas Bisnis (X2)	0,926	0,897	0,871	
Tingkat Digitalisasi (Z)	0,859	0,876	0,863	0,816

Hasil uji Fornell-Larcker pada Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai korelasi setiap variabel lebih besar daripada nilai korelasi variabel tersebut dengan variabel lainnya sehingga validitas diskriminan dengan pengujian Fornell-Larcker terpenuhi. Langkah selanjutnya dilakukan analisis *inner model*. Menurut (Hair et al., 2020), analisis model bertujuan untuk mengungkap hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian tersebut. Beberapa analisis dapat digunakan dalam analisis *inner model* (*structural model*), yaitu uji koefisien determinasi (R^2), uji ukuran efek (f^2), uji koefisien jalur atau uji hipotesis. Hasil uji *coefficient of determination* (R^2) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil uji *coefficient of determination* (R^2)
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	R-Square	Adjusted R-Square
Keberhasilan Usaha	0,935	0,931

Pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* menunjukkan sebesar 0,931 atau setara dengan 93,1%. Hasil koefisien determinasi tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen, yang melibatkan perilaku kewirausahaan dan kreativitas bisnis serta tingkat digitalisasi sebagai variabel moderasi mampu menjelaskan sekitar 93,1% dari variasi yang terdapat pada variabel kinerja usaha. Sementara itu, sekitar 6,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil uji *effect size* (f^2)
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	f-square
Perilaku Kewirausahaan (X1) -> Kinerja Usaha (Y)	0,284
Kreativitas Bisnis (X2) -> Kinerja Usaha (Y)	0,334
Tingkat Digitalisasi (Z) -> Kinerja Usaha (Y)	0,069
Tingkat Digitalisasi (Z) x Kreativitas Bisnis (X2) -> Kinerja Usaha (Y)	0,231
Tingkat Digitalisasi (Z) x Perilaku Kewirausahaan (X1) -> Kinerja Usaha (Y)	0,234

Uji ukuran efek juga menunjukkan seberapa banyak variabel laten eksogen dapat berkontribusi pada nilai koefisien determinasi (R^2) sebuah variabel endogen atau dengan kata lain, uji ukuran efek digunakan untuk mengetahui kekuatan dari hubungan antara variabel-variabel laten (Rosalina *et al.*, 2023). Penafsiran F^2 adalah sebagai berikut: nilai F^2 sekitar 0,02 menunjukkan efek kecil, nilai sekitar 0,15 menunjukkan efek sedang, dan nilai sekitar 0,35 menunjukkan efek besar. Dalam penelitian ini, Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural penelitian ini sebagian besar menunjukkan efek kecil.

Menurut Hair *et al.* (2019), *bootstrapping* dapat digunakan untuk melakukan uji hipotesis. Hipotesis diterima jika nilai *p-value* lebih besar dari 0,050, maka hipotesis tersebut ditolak. Kemudian nilai *original sample* untuk melihat pengaruh positif dan negatifnya. Hasil dari metode *bootstrapping* yang digunakan dalam pengujian hipotesis ditampilkan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji hipotesis
Sumber: Pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0

Variabel	Original Sample	p-value
Perilaku Kewirausahaan (X1) → Kinerja Usaha (Y)	0,326	0,000
Kreativitas Bisnis (X2) → Kinerja Usaha (Y)	0,521	0,000
Tingkat Digitalisasi (Z) → Kinerja Usaha (Y)	0,156	0,025
Tingkat Digitalisasi (Z) x Kreativitas Bisnis (X2) → Kinerja Usaha (Y)	-0,288	0,040
Tingkat Digitalisasi (Z) x Perilaku Kewirausahaan (X1) → Kinerja Usaha (Y)	0,290	0,034

Hasil analisis hipotesis pertama (H1) menunjukkan *p-value* pada variabel perilaku kewirausahaan sebesar 0,000 yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan antara perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha. dan nilai *original sample* menunjuk kearah positif yakni sebesar 0,418 yang artinya terdapat pengaruh secara positif terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, perilaku kewirausahaan memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil studi dari Gulo, (2022), Setiono, (2023) serta Olviyana Mainti *et al.*, (2024), penelitian tersebut secara bersama-sama menyimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kiner usaha. Dengan demikian, semakin baik perilaku kewirausahaan yang diterapkan di dalam usaha, akan sangat berdampak positif terhadap kinerja usaha. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini hipotesis peratma (H1) diterima. Wirausahawan yang inovatif dapat menciptakan produk atau layanan yang unik, sehingga meningkatkan daya saing usaha di pasar. Kemampuan mengambil risiko yang terukur terbukti bagi UMKM bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian bisnis. Selain itu, orientasi pada peluang membantu wirausahawan mengenali kebutuhan pasar dengan cepat, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan pendapatan. Kombinasi dari elemen-elemen ini menjadikan perilaku kewirausahaan sebagai pendorong utama kinerja usaha.

Kemudian, hasil analisis hipotesis pertama (H2) menunjukkan *p-value* sebesar 0,000 yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan. Kemudian, nilai *original sample* menunjuk kearah positif yakni sebesar 0,433 yang artinya terdapat pengaruh secara positif terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kreativitas bisnis memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil studi dari Sudirman & Palopo, (2019), Febriansyah & Muhajirin, (2020), serta Cemoso & Soelaiman, (2020) secara bersama-sama menyimpulkan bahwa kreativitas bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, semakin kreativitas bisnis yang diterapkan di dalam usaha, akan sangat berdampak positif terhadap kinerja usaha. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini hipotesis peratma (H2) diterima. Kreativitas terbukti menjadi kunci dalam menciptakan nilai tambah yang membedakan produk atau layanan di pasar UMKM.

Hasil analisis hipotesis pertama (H3) menunjukkan *p-value* sebesar 0,025 yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan. Kemudian, nilai *original sample* menunjuk kearah positif yakni sebesar 0,156 yang artinya terdapat pengaruh secara positif terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat digitalisasi memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja usaha. Hasil tersebut sejalan dengan Agustin *et al.*, (2023), Mokodaser *et al.*, (2022), serta Slamet *et al.*, (2017) secara bersama-sama menyimpulkan bahwa tingkat digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Dengan demikian, semakin baik tingkat digitalisasi yang diterapkan di dalam usaha, akan sangat berdampak positif terhadap kinerja usaha. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini hipotesis peratma (H3) diterima. Tingkat digitalisasi di dalam UMKM terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki pengalaman pelanggan. Dengan teknologi digital, perusahaan dapat mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, tren pasar, dan kinerja internal secara real-time. Informasi ini mendukung pengambilan keputusan yang lebih cepat dan akurat, sehingga UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan pasar atau mengantisipasi risiko lebih efektif.

Hasil hipotesis ketiga (H4) nilai *p-values* sebesar 0,040 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya tingkat digitalisasi mampu memoderasi secara signifikan pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Hal tersebut menunjukkan H3 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat digitalisasi memoderasi pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha secara kuat. Hasil uji hipotesis ini sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan Haliza *et al.*, (2024), serta Slamet *et al.*, (2017), penelitian tersebut mengatakan bahwa tingkat digitalisasi membawa pengaruh perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha. Selain itu juga, penelitian mengatakan tingkat digitalisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Digitalisasi memberikan alat dan peluang baru bagi wirausahawan untuk mengoptimalkan inovasi, risiko, dan orientasi peluang. UMKM kuliner yang mengadopsi teknologi digital, seperti platform media sosial, aplikasi pesan-antar, dan pembayaran digital, dapat memperluas jangkauan pasar dengan lebih efektif dan efisien. Selain itu, digitalisasi membantu UMKM kuliner dalam pengambilan keputusan berbasis data. Dengan memanfaatkan analitik digital, seperti pola pembelian pelanggan atau tren pasar terkini, wirausahawan dapat mengelola risiko dengan lebih baik dan membuat keputusan yang strategis. Digitalisasi, dengan demikian, berperan sebagai pengungkit yang memperkuat dampak positif dari perilaku kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

Hasil hipotesis ketiga (H5) nilai *p-values* sebesar 0,034 atau lebih kecil dari 0,05. Artinya tingkat digitalisasi mampu memoderasi secara signifikan pengaruh kreativitas bisnis terhadap kinerja usaha. Hal tersebut menunjukkan H4 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat digitalisasi memoderasi pengaruh kreativitas bisnis terhadap kinerja usaha secara kuat. Hasil uji hipotesis ini sejalan dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Trisnawati, 2024), Khalik & Nugroho, (2022), penelitian tersebut mengatakan bahwa tingkat digitalisasi membawa pengaruh kreativitas bisnis terhadap kinerja usaha. Selain itu juga, penelitian mengatakan tingkat digitalisasi berpengaruh signifikan kinerja usaha UMKM. Tingkat digitalisasi mampu memoderasi hubungan antara kreativitas bisnis dan kinerja usaha UMKM kuliner karena digitalisasi memperluas potensi penerapan ide-ide kreatif ke pasar yang lebih luas dan dengan cara yang lebih efektif. Dalam era digital. Dengan tingkat digitalisasi yang tinggi, kreativitas bisnis UMKM kuliner menjadi lebih terarah, relevan, dan berdampak besar terhadap peningkatan kinerja usaha.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian yang telah dilaksanakan dan pembahasan yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa perilaku kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap

kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat. Kreativitas bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat. Tingkat digitalisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat. Tingkat digitalisasi mampu memoderasi perilaku kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat. Kemudian, tingkat digitalisasi mampu memoderasi kreativitas bisnis terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Jakarta Barat.

Saran

UMKM disarankan lebih meningkatkan tingkat digitalisasi dalam operasional usahanya. Peningkatan penggunaan teknologi digital dapat mempercepat akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempermudah pengelolaan data dan keuangan usaha. Disarankan juga bagi pemerintah dan lembaga untuk lebih aktif dalam menyediakan program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan. UMKM kuliner perlu didorong untuk lebih kreatif dalam menciptakan produk yang inovatif serta menghadirkan ide-ide baru dalam strategi pemasaran. Dengan begitu, mereka bisa mengatur bisnis lebih efisien sambil tetap fokus pada kegiatan usaha.

Ucapan terima kasih

Peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kami kepada dukungan dari Universitas Tarumanagara sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- Agustin, R., Rokhayati, I., Muntahanah, S., Wijaya, M., & Nugraha, G. (2023). Analisis digitalisasi dan kinerja usaha mikro kecil menengah. Dalam *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 505–512.
- BPS. (2020). Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id>
- Cemosa, C., & Soelaiman, L. (2020). Pengaruh kreativitas, proaktif dan otonomi terhadap kinerja usaha makanan dan minuman. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 889-896. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9868>
- Darmawan, D., Fuady, A. H. R., Mardikaningsih, R., & Retnowati, E. (2022). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185-192.
- Duryadi, M. S. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Fatkhurrahman, F., & Siregar, E. I. (2019). Kinerja Bisnis Kuliner dalam Menghadapi Persaingan di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(2), 170–176. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i2.383>
- Febriansyah, E., & Muhajirin, . (2020). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan (JEMPER)*, 2(2), 58. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.375>
- Fourqoniah, F., & Aransyah, M. F. (2020). *Kegagalan dan Keberhasilan dalam Kewirausahaan*.
- Gulo, H. (2022). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Toko Imelda Ponsel Kota Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 5, 55–65.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Haliza, A. P., Mulyana, A., & Indika, D. R. (2024). Pengaruh Digitalisasi Dan Pelatihan Entrepreneurship Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Peserta Kampus UMKM Shopee Di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 35–46.
- Hermawan, E. (2022). *Buku Ajar Penelitian Kuantitatif*.

- Joseph, E. O., & Matthias, O. N. (2021). Drivers and Inhibitors of Entrepreneurial Growth: The Nigeria's Situation. *Scholarly Journal of Business Administration*, 10(1), 1–9.
- Khalik, M. H., & Nugroho, B. A. (2022). Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digitalisasi Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 111–116.
- Meiliana, W., & Soelaiman, L. (2024). Propensity to take risks on the success of smes in the food and beverage sector in West Jakarta. Dalam *Proceedings of the Twelfth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2023*, 273-281. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-508-9_23
- Mokodaser, A. B., Maramis, M., & Tooy, C. (2022). Dampak Digitalisasi Perdagangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dari Offline Menjadi Online Selama Masa Pandemi Covid-19. *Lex Privatum*, 10(4), 1–14.
- Olviyana Mainti, Silvany Annajde Taariwuan, Olvit Olniwati Kayupa, Fredrik Bastian Kawani, & Feliks Arfid Guampe. (2024). Pengaruh Perilaku Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Sektor Kuliner Di Kecamatan Pamona Puselemba Kabupaten Poso. *Ekonomika45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 159–169. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2413>
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). Buku Ajar Statistika. *Febs Letters*, 185(1), 4–8.
- Sari, A. P., Anggraini, D. D., Sari, M. H. N., Gandasari, D., Siagian, V., Septarini, R. S., Tjiptadi, D. D., Sulaiman, O. K., Munsarif, M., Siregar, P. A., Nugraha, N. A., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan Bisnis Online*. Yayasan Kita Menulis.
- Sari Anita, Dahlan, Tuhumury Nicodemus August Ralph, Prayitno Yudi, Siegers Hendry Willem, Supiyanto, & Werdhani Sri Anastasia. (2023). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian*.
- Setiono, M. D. (2023). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pengusaha Generasi Z Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. 3(2), 105.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, R., Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L. (2017). Strategi Pengembangan Ukm Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2), 136. <https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>
- Sudirman, J. J., & Palopo, K. B. (2019). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja pemasaran pada Rumah Makan Yum Yum Masamba.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Susilowati, H., Ratnaningrum, Andriana, M., Hargyatni, T., & Sholihah, E. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM di Era Digital*. CV Eureka Media Aksara.
- Trisnawati, N. A. (2024). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Kabupaten Sampang. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 5152–5160.