



ANALISIS HUBUNGAN ANTARA KEPEMIMPINAN KEWIRAUSAHAAN, TRANSFORMASI DIGITAL, DAN KINERJA UMKM

Muhammad Rifai Siregar¹⁾, Putri Bunga Meiliana Daulay²⁾

¹⁾Fakultas Bisnis Terapan/Kewirausahaan, Universitas Aifa Royhan
Padangsidempuan, Indonesia

²⁾Fakultas Bisnis & Islam, Akunstansi Syariah, Universitas UIN Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan, Indonesia

Abstrak

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan transformasi digital dan kinerja UMKM. Data dikumpulkan dari 150 responden wirausaha di berbagai sektor bisnis di Depok. Metode Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan transformasi digital. Selanjutnya, transformasi digital juga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Ditemukan bahwa kepemimpinan kewirausahaan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM, serta pengaruh tidak langsung melalui transformasi digital. Temuan ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang pentingnya kepemimpinan berorientasi kewirausahaan dalam mendorong transformasi digital dan meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Implikasi manajerial dan saran untuk penelitian lebih lanjut juga dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepemimpinan Kewirausahaan, Transformasi Digital Kinerja UMKM, Adopsi Teknologi.

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, UMKM di Indonesia menghadapi

berbagai tantangan, seperti lingkungan bisnis yang berkembang pesat dan teknologi. Transformasi digital telah menjadi faktor penting bagi keberhasilan dan pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang berkelanjutan di era ini. UMKM di Indonesia berpeluang untuk berpartisipasi dalam ekosistem ekonomi digital mengalami peningkatan sebesar 26,6 % dibanding tahun sebelumnya sebesar 16,4 juta UMKM. Sekitar 32,44% dari 64 juta UMKM telah memasuki dunia digital (Data Indonesia, 2022) dengan jumlah UMKM yang berpartisipasi di pasar digital meningkat menjadi 24 juta unit, bahkan prakiraan selanjutnya menunjukkan peningkatan hingga 30 juta unit pada tahun 2024 (Data Indonesia, 2022). Namun demikian pentingnya, peran kepemimpinan kewirausahaan dalam mendorong transformasi digital pada industri UMKM (Nguyen et al., 2021). Untuk mencapai kesuksesan dalam menerapkan transformasi digital, kepemimpinan kewirausahaan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja UMKM (Nguyen et al, 2021). Kemudian untuk membawa UMKM menuju transformasi digital yang sukses, para pemimpin yang memiliki visi yang jelas, mempromosikan budaya yang mendukung, mengelola perubahan secara efektif, mengatur sumber daya dengan bijaksana, dan mendorong inovasi. (Sari & Ahmad 2022).

Kepemimpinan kewirausahaan mengacu pada sebagai kapasitas individu untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, sekaligus membimbing dan menginspirasi tim dalam mengimplementasi ide dan usaha inovatif (Hitt et al., 2011).

Kepemimpinan kewirausahaan memiliki pemikiran visioner, pengambilan risiko, dan pengambilan keputusan strategis dan menavigasi ketidakpastian dan perubahan (Zhang & Rajagopalan, 2016). Peran kepemimpinan memiliki peran sentral dalam melakukan transformasi digital di industri UMKM yang dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mendorong inovasi (Kawung et al., 2022). Pentingnya transformasi digital dalam membentuk kembali model bisnis yang bertujuan untuk, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan peluang baru untuk penciptaan nilai (Westerman et al., 2014). Kepemimpinan kewirausahaan menjadi kekuatan pendorong untuk mengadopsi dan implementasi teknologi digital dalam UMKM (Vrontis et al., 2022). Hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan transformasi digital dapat mengarah pada peningkatan ketangkasan organisasi, respons yang lebih cepat terhadap perubahan pasar, dan peningkatan keterlibatan pelanggan (Terziovski & Guerrero, 2017).

Kepemimpinan wirausaha tidak hanya mendorong transformasi digital tetapi juga berkontribusi terhadap keberhasilannya dengan mengembangkan lingkungan yang mendukung inovasi, eksperimen, dan adaptasi (Ratten, V. (2022). Kepemimpinan wirausaha mengatasi perubahan bisnis yang sangat cepat, sehingga memastikan implementasi inisiatif digital lebih lancar (Sabatini et al., 2022). Pemimpin UMKM yang menunjukkan perilaku kepemimpinan kewirausahaan lebih cenderung merangkul perubahan, mendorong inovasi, dan mendorong adaptasi organisasi. Kepemimpinan kewirausahaan dan transformasi digital adalah dua faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan UMKM

(Jafari et al., 2023). Hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan transformasi digital berdampak positif pada transformasi digital, yang dimediasi oleh faktor organisasi seperti inovasi, orientasi pasar, dan orientasi pembelajaran Jafari et al., (2023).

Adopsi teknologi digital oleh UMKM secara signifikan dapat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan dinamika pasar dan meningkatkan kinerja UMKM secara keseluruhan (Dum et al., 2019). UMKM yang memanfaatkan teknologi digital untuk aktivitas seperti manajemen inventaris, koordinasi rantai pasokan, dan manajemen hubungan pelanggan biasanya meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya (Archer & Carter, 2018). UMKM yang menerapkan strategi digital merupakan aspek penting dalam meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan kinerja keuangan Molla and Licker (2018) Kinerja organisasi merupakan indikator utama untuk mengukur keberhasilan UMKM dalam mencapai tujuan dan sasarannya. Termasuk evaluasi multidimensi seperti indikator keuangan, efisiensi operasional, kapabilitas inovasi, dan kepuasan pelanggan. Transformasi digital dikaitkan dengan peningkatan kinerja organisasi, termasuk peningkatan kemampuan inovasi, penyederhanaan operasi, dan peningkatan pangsa pasar (Terziovski & Guerrero, 2017). Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat memperkenalkan produk dan layanan baru, mengoptimalkan proses, dan menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara, kepemimpinan kewirausahaan, transformasi digital, dan kinerja UMKM. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis dampak transformasi digital dan kepemimpinan kewirausahaan pada kinerja UMKM. Menganalisis potensi peran mediasi

transformasi digital dalam hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menganalisis hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan, transformasi digital, dan kinerja UMKM. Sampel penelitian ini adalah usaha kecil dan menengah yang bergerak di berbagai industri di Kota Depok dengan menggunakan teknik random sampling. Data primer akan dikumpulkan melalui survei terstruktur terhadap para pengambil keputusan utama, seperti pendiri atau pengelola UMKM. Instrumen angket penelitian dikembangkan berdasarkan skala likert dari literatur disesuaikan dengan konteks UMKM. Mengukur kepemimpinan kewirausahaan yaitu orientasi kewirausahaan individu, orientasi kewirausahaan tim, dan perilaku Dumdum et al., (2019). Pengukuran transformasi digital meliputi adopsi dan integrasi teknologi digital, alat, proses, analitik data Berman dan Thelen (2017). Mengukur kinerja UMKM meliputi seperti keuangan, pemasaran, produksi, dan inovasi (Teng & Yang, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data yang disajikan pada tabel 1 adalah hasil analisis deskriptif informasi demografis dengan kategori tentang berbagai jenis bisnis. Distribusi usaha meliputi ritel (40,00%), jasa (20,67%), manufaktur (14,67%), teknologi informasi dan komunikasi (13,33%) dan pertanian (11,33%). Selain itu, data mencakup distribusi umur perusahaan <5 tahun" (28,67%), 5-10 tahun (45,33%) dan >10 tahun (26,00%). Ukuran perusahaan dibagi menjadi <5 karyawan (24,00%), 5-20 karyawan (30,00%), 21-50 karyawan" (24,67%)

dan 51-100 karyawan (21,33%). Jabatan di perusahaan termasuk pemilik bisnis (59,33%) dan "manajer" (40,67%). Tingkat transformasi digital adalah rendah (24,00%).

Pada tabel 2 ini menyajikan hasil statistik deskriptif dengan software SPSS 21 digunakan untuk menguji reliabilitas dan validitas, hasilnya ditunjukkan pada Tabel 2, rata-rata, standar deviasi, *Cronbach's Alpha*, *CR*, dan *AVE* digunakan untuk evaluasi dan koefisien korelasi untuk tiga variabel utama kepemimpinan Kewirausahaan (EL), Transformasi Digital (DT), dan Kinerja UMKM. Variabel-variabel ini dinilai berdasarkan tanggapan dari 150 responden.

Dari hasil analisis deskriptif pada tabel 2 standar deviasi menunjukkan tingkat variabilitas atau dispersi respons untuk setiap konstruk Standar deviasi untuk kepemimpinan kewirausahaan adalah 0.89, untuk transformasi Digital adalah 0.72, dan untuk Kinerja UMKM adalah 1.15. Semua nilai α dan *CR* berada di atas nilai threshold 0.70, sehingga semua indikator menunjukkan reliabilitas yang baik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruk yang memiliki lebih besar dari 0.7, dan tingkat signifikansi $p < 0,01$, menunjukkan validitas konvergen yang baik. Koefisien korelasi masing-masing faktor dengan yang lain menegaskan validitas diskriminan.

Pengujian hipotesis pada penelitian pada tabel 3 dengan menggunakan evaluasi jalur model struktural. Koefisien jalur yang dihasilkan mempunyai t-statistik di atas 1.96 maka hubungan antar variabel mempunyai pengaruh yang signifikan. Secara keseluruhan pada tabel 3 konstruk kepemimpinan kewirausahaan (KP) memiliki nilai koefisien 0.35 memiliki dampak langsung yang paling tinggi dengan terhadap kinerja UMKM, sementara

transformasi digital (TD) memiliki dampak langsung sekitar 0.37. Selain itu, pengaruh tidak langsung dari kepemimpinan kewirausahaan terhadap ke kinerja UMKM melalui transformasi digital dengan nilai koefisien 0.17. Pengaruh total dari konstruk gabungan dari pengaruh langsung (0.35) dan pengaruh tidak langsung melalui transformasi digital sebesar (0.17) koefisien kepemimpinan kewirausahaan (KP) terhadap Kinerja UMKM sebesar 0.52.

SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepemimpinan kewirausahaan, transformasi digital dan kinerja UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepemimpinan kewirausahaan semakin tinggi pula tingkat transformasi digital dan kinerja UMKM.

Secara khusus, penelitian ini mengungkapkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kinerja UMKM, serta pengaruh tidak langsung melalui transformasi digital. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya kepemimpinan yang berorientasi kewirausahaan dalam mendorong transformasi digital dan meningkatkan kinerja UMKM. Dalam rangka pengembangan bisnis dan penelitian lebih lanjut, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepemimpinan kewirausahaan serta bagaimana faktor-faktor ini dapat ditingkatkan dalam konteks wirausaha UMKM. Kedua, penelitian selanjutnya dapat menggali lebih dalam dampak transformasi digital pada berbagai aspek bisnis, seperti operasional, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia.

Ketiga, penelitian selanjutnya bisa memperdalam analisis mediasi dan pengaruh moderasi dalam hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan, transformasi digital dan kinerja UMKM dengan memasukkan variabel kapabilitas digital

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Pertama, penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel tertentu, sehingga generalisasi hasil ke populasi yang lebih besar perlu diperhatikan dengan hati-hati. Kedua, faktor-faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini belum sepenuhnya diidentifikasi. Penelitian ini memberikan kontribusi penting pada pemahaman

tentang bagaimana kepemimpinan kewirausahaan dan transformasi digital dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi para wirausaha dan pemimpin bisnis dalam mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kinerja mereka melalui pengembangan kepemimpinan kewirausahaan dan adopsi teknologi digital. Dengan penerapan praktik-praktik kepemimpinan kewirausahaan yang efektif dapat membantu mengarahkan upaya transformasi digital menuju hasil yang lebih baik, serta mendorong pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang usaha UMKM

Tabel 1 Informasi Demografi Sampel

Kategori	Item	Frekuensi	Persentase
Jenis Bisnis	Retail	60	40,00%
	Jasa	31	20,67%
	Manufaktur	22	14,67%
	Teknologi informasi dan komunikasi	20	13,33%
	Pertanian	17	11,33%
Usia Perusahaan	< 5 Tahun	43	28,67%
	5-10 Tahun	68	45,33%
	>10 Tahun	39	26,00%
Ukuran Perusahaan	< dari 5	36	24,00%
	5-20	45	30,00%
	21-50	37	24,67%
	51-100	32	21,33%
Posisi	Pemilik bisnis	89	59,33%
	Manejer	61	40,67%
Tingkatan Transformation Digital	Rendah	36 %	24,00 %
	Sedang	46 %	30,67 %
	Tinggi	34 %	22,67 %

Tabel. 2 Informasi Demografi Sampel

Konstruk	Rata-rata	Standar deviasi	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Min	Max	KP	TD	KA
Kepemimpinan Kewirausahaan	4.58	0.89	0.85	0.90	2.10	6.75	1.00		
Transformasi digital	3.92	0.72	0.76	0.85	2.50	5.80	0.50	1.00	
Kinerja UMKM	7.25	1.15	0.91	0.93	1.00	9.80	0.45	0.60	1.00

Tabel 3 Hasil Hipotesis

Konstruk	Koefisien	T-value	P-value
Kepemimpinan Wirausaha -> Transformasi Digital	0.24	2.58	< 0.05
Transformasi Digital -> Kinerja UMKM	0.37	4.32	< 0.001
Efek Total (KP -> Kinerja UMKM)	0.52	5.67	< 0.001
Efek Langsung (KP -> Kinerja UMKM)	0.35	3.95	< 0.001
Efek Tidak Langsung (KP -> TD -> Kinerja UMKM)	0.17	2.21	< 0.05

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, N. F., & Fitriana, S. E. (2019). Analisa penerapan entrepreneurial marketing dan dampaknya pada kinerja (Studi pada UMKM Sutra Garut). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 702-715.
- Bahtiar, R. A. (2021). Dampak pandemi covid-19 terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah serta solusinya. *Info Singkat*, 13(10), 19-24.
- Becherer, Richard C; Helms, Marilyn M; McDonald, John P., (2012), The Effect of Entrepreneurial Marketing on Outcome Goals in SMEs, *New England Journal of Entrepreneurship*. 15.1/2. pp: 7-18
- Blocker, C. P., Flint, D. J., Myers, M. B., & Slater, S. F. (2011). Proactive customer orientation and its role in creating customer value in global markets.
- Chávez, J. C. R., Gómez, M., & Ortiz, A. L. (2019). Entrepreneurial marketing and business performance: an econometric analysis of SMEs in the tertiary sector of Mexico. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, 14(1), 29-48.
- Cooper, D., & Schindler, P. (2013). *Business research methods* (12th ed). New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Crick, J. M., Karami, M., & Crick, D. (2021). The impact of the interaction between an entrepreneurial marketing orientation and cooptition on business performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Eggers, F., Niemand, T., Kraus, S., & Breier, M. (2020). Developing a scale for entrepreneurial marketing: Revealing its inner frame and prediction of performance. *Journal of Business Research*, 113, 72-82
- Fard, M. H., & Amiri, N. S. (2018). The effect of entrepreneurial marketing on halal food SMEs performance. *Journal of Islamic Marketing*.
- Fiore, A.M., Niehm, L.S., Hurst, J.L., Son, J. and Sadachar, A. (2013). Entrepreneurial marketing: scale validation with small, independently-owned businesses. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, Vol. 7 No. 4, pp. 63-86
- Ghozali, I. 2015. *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang (ID): Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilmore, A. (2011). Entrepreneurial and SME marketing. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.
- Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical service logic: Making sense of value creation and co-creation. *Journal of the Academy of Marketing Science*,
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Hallböck, J., & Gabrielsson, P. (2013). Entrepreneurial marketing strategies during the growth of international new ventures originating in small and open economies. *Internasional Business Review*, 22(6),
- Hamali, S. (2015). The effect of entrepreneurial marketing on business performance: Small garment industry in Bandung City, Indonesia. *Developing Country Studies*, 5(1), 2225-0565.
- Hunt, L. C., & Sat, C. (2013). An Exploratory Study on the Relationship between Entrepreneurial Altitude and firm performance, *Kamper, Malaysia. Human Resource Management Research*, 1, 34-38.
- Kemenkue . (2020). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit: Report* <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Ramani, G., & Kumar, V. (2008). Interaction orientation and firm performance. *Journal of Marketing*,
- Sawangchai, A., Hamid, A. B. A., Raza, M., Somtawinpongsai, C., Chanwichian, J., & Methachartsinthavee, A. (2022). The Impact of Technological Interactions on Entrepreneurial Marketing Initiatives in Thailand Service Industry. *Journal of Positive Psychology and Wellbeing*, 6(1), 253-266.
- Shuremo, G. A., Illés, C. B., & Dunay, A. T. (2021). The Effect of Entrepreneurial Marketing on the Performance of Small and Medium-sized

Enterprises. In *SHS Web of Conferences* (Vol. 90, p. 01018). EDP Sciences.

The Jakarta Post. (2020). Food and beverage industry hit hardest by COVID-19: Report. <https://www.thejakartapost.com/news/2022/04/27/food-beverage-industry-hit-hardest-by-covid-19-report.html>

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of management review*, 11(4), 801-814.

Whalen, P., Uslay, C., Pascal, V. J., Omura, G., Mcauley, A., Kasouf, C. J., ... Deacon, J. (2016). Anatomy of competitive advantage : towards a contingency theory of entrepreneurial marketing, 4488(May 2015).