



Pengaruh Motivasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Usaha

(Studi Kasus UMKM pada Pelaku Usaha Daging Sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi)

Ihya Nur Falah^{1*}, Indra Muis²

¹⁻² Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Insani, Indonesia

Email: ihyanurfalah33@gmail.com^{1*}, indramuis@binainsani.ac.id²

*Penulis Korespondensi: ihyanurfalah33@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the beef trading sector in East Bekasi District face various challenges, including fluctuating beef prices, unstable supply availability, and increasing business competition. These conditions affect selling price stability and reduce business turnover, which affects business performance. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial motivation, entrepreneurial orientation, and product innovation on the business performance of beef MSMEs in East Bekasi District, Bekasi City. This research used a quantitative approach with a survey method. The sample consisted of 127 respondents selected using purposive sampling techniques. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS version 29. The results showed that entrepreneurial motivation, entrepreneurial orientation, and product innovation partially and simultaneously had a positive and significant effect on business performance. Product innovation had the most dominant influence on business performance with a regression coefficient of 0.460, followed by entrepreneurial orientation (0.410) and entrepreneurial motivation (0.190). The coefficient of determination (R^2) value was 0.904, indicating that 90.4% of business performance could be explained by the three independent variables, while the remaining 9.6% was influenced by other factors outside this study. Therefore, improving entrepreneurial motivation, entrepreneurial orientation, and product innovation can help improve the business performance of beef MSMEs.*

Keywords: *Beef MSMEs; Business Performance; Entrepreneurial Motivation; Entrepreneurial Orientation; Product Innovation..*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada sektor perdagangan daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur menghadapi berbagai tantangan, antara lain fluktuasi harga daging sapi, ketidakstabilan ketersediaan pasokan, dan peningkatan persaingan usaha. Kondisi tersebut memengaruhi stabilitas harga jual dan menurunkan omzet usaha, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap kinerja usaha UMKM daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian terdiri dari 127 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Inovasi produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap kinerja usaha dengan koefisien regresi sebesar 0,460, diikuti oleh orientasi kewirausahaan (0,410) dan motivasi kewirausahaan (0,190). Nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,904, menunjukkan bahwa 90,4% kinerja usaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, sedangkan sisanya sebesar 9,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, peningkatan motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk dapat membantu meningkatkan kinerja usaha UMKM daging sapi.

Kata Kunci: Inovasi Produk; Kinerja Usaha; Motivasi Kewirausahaan; Orientasi Kewirausahaan; UMKM Daging Sapi.

1. LATAR BELAKANG

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk pada sektor perdagangan dan pengolahan daging sapi yang menjadi bagian strategis dalam rantai pasok pangan (Aftitah et al., 2025; Rohimah et al., 2025). Meningkatnya konsumsi daging sapi nasional tidak diimbangi oleh kapasitas produksi dalam negeri, sehingga pada tahun 2025 terjadi defisit pasokan sebesar 271.820 ton yang harus dipenuhi melalui impor (Badan Pusat Statistik, 2024). Ketimpangan antara permintaan dan pasokan juga terjadi di Jawa Barat sebagai provinsi dengan tingkat konsumsi daging tertinggi di Indonesia, sehingga meningkatkan tekanan terhadap ketersediaan pasokan dan stabilitas harga daging sapi (Badan Pusat Statistik, 2024; GoodStats, 2025). Kondisi tersebut semakin dirasakan di Kota Bekasi, di mana keterbatasan pasokan menyebabkan harga daging sapi mencapai Rp141.000 per kilogram pada Februari 2026 dan berdampak pada penurunan omzet pelaku UMKM daging sapi sekitar 10–20 persen akibat sulitnya menjaga stabilitas harga jual di tengah fluktuasi harga bahan baku (Databoks, 2026).

Tabel 1. Harga Daging Sapi di Pasar Tradisional (Periode Februari 2025 – Januari 2026).

No	Bulan	Harga (Rp/kg)
1.	Februari 2025	139.000
2.	Maret 2025	143.000
3.	April 2025	150.000
4.	Mei 2025	140.000
5.	Juni 2025	139.000
6.	Juli 2025	138.000
7.	Agustus 2025	138.000
8.	September 2025	138.000
9.	Oktober 2025	138.000
10.	November 2025	139.000
11.	Desember 2025	139.000
12.	Januari 2026	141.000

Sumber: Katadata Databoks (2026).

Harga daging sapi di pasar tradisional mengalami fluktuasi selama periode Februari 2025 hingga bulan Januari 2026, dengan puncak harga pada April 2025 dan kembali meningkat di awal tahun 2026. Harga di pasar tradisional ini mencerminkan kondisi harga daging sapi secara umum di tingkat distribusi, sehingga berdampak tidak hanya pada pedagang pasar, tetapi juga pelaku usaha seperti kios/toko, kerjasama pihak ketiga, lapak keliling dan pelaku usaha lainnya. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidakstabilan harga yang dapat menimbulkan kendala dalam menjaga kestabilan usaha serta kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.

Kelangsungan operasional UMKM, terutama usaha kecil, sangat dipengaruhi oleh situasi ini. Tantangan-tantangan ini berdampak pada penetapan harga dan menimbulkan ketidakpastian bisnis, yang pada gilirannya memengaruhi kelangsungan usaha, margin laba, dan stabilitas pendapatan perusahaan UMKM. Faktor internal sangat penting untuk menjaga keberlanjutan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang tidak pasti. Motivasi dan dorongan internal membantu wirausahawan untuk bertahan dan mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, aspek penting dalam pengelolaan bisnis yang berkelanjutan adalah *mindset* kewirausahaan, yang terlihat dari keberanian untuk mengambil risiko yang terukur serta kemampuan dalam menentukan keputusan strategis. Namun, stabilitas juga ditingkatkan oleh kemampuan untuk merancang dan memproduksi variasi produk yang memenuhi permintaan pasar (Mere *et al.*, 2024).

Kinerja usaha mencerminkan tujuan strategis dari setiap segmen keuangan. Dari sudut pandang keuangan, kinerja usaha terlihat dari adanya pertumbuhan omzet penjualan, laba yang didapat, dan pangsa pasar, menunjukkan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dan memenuhi permintaan pasar. Berbeda dengan aspek non-keuangan, hasil usaha terlihat dari tingkat loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama (Yuliana *et al.*, 2025). Dalam dunia kewirausahaan, mengukur sejauh mana usaha berjalan baik menjadi cara penting untuk mengetahui seberapa berhasil pelaku UMKM dalam menerapkan strategi dan mengelola bisnisnya secara efektif, terutama dalam menghadapi persaingan di pasar. Pertumbuhan omzet menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan semakin dicari dan diterima oleh pasar, sedangkan profitabilitas mencerminkan kemampuan usaha dalam mengelola kegiatan sehari-hari secara efisien agar bisa mendapatkan keuntungan. Selain itu, memperluas pasar dan kepuasan pelanggan menjadi acuan yang menunjukkan kemampuan bersaing serta kelangsungan bisnis secara lebih menyeluruh (Hidayat, 2024).

Motivasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor internal yang dapat mendorong peningkatan kinerja usaha. Hal tersebut tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola serta mengembangkan usahanya secara berkelanjutan (Mere *et al.*, 2024). Pelaku usaha yang memiliki motivasi tinggi umumnya menunjukkan semangat berprestasi, ketekunan dalam bekerja, serta keberanian dalam menghadapi risiko usaha (Tafonao, 2023). Motivasi tersebut mendorong pelaku usaha untuk terus mencari peluang, melakukan inovasi, serta berupaya mencapai target yang telah ditetapkan. Dengan adanya motivasi kewirausahaan yang kuat, pelaku usaha cenderung lebih aktif dalam meningkatkan performa bisnisnya (Nikmah & Nurhidayati, 2025). Kewirausahaan tidak memberikan pengaruh langsung terhadap kinerja

usaha. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun motivasi merupakan dorongan internal yang penting dalam menjalankan usaha, keberadaannya belum tentu secara otomatis meningkatkan pencapaian kinerja usaha tanpa didukung oleh faktor lain (Umamy & Nuha, 2025). Orientasi adalah pencarian sikap yang tepat dan benar (arah, tempat, dan sebagainya) serta perspektif yang mendasari pikiran, perhatian, atau kecenderungan (Feriarysyah & Febriansyah, 2023). Keberhasilan, kinerja, dan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tengah perubahan pasar ditentukan oleh kompetensi strategis utama yang dikenal sebagai orientasi kewirausahaan. Dalam menanggapi peluang pasar dan perubahan lingkungan, organisasi didorong oleh kecenderungan strategis ini untuk bertindak lebih fleksibel, adaptif, dan mandiri. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) dapat mengembangkan kemampuan adaptasi yang tinggi dan strategi diferensiasi yang unik melalui penerapan orientasi kewirausahaan yang kuat. Pada akhirnya, ini sangat penting untuk menjaga stabilitas operasi dan mencapai keberlanjutan usaha jangka panjang (Adelti & Fadhilla, 2025). Selaras dengan pandangan tersebut, orientasi kewirausahaan merupakan fondasi esensial yang perlu dimiliki setiap pelaku usaha dalam mengelola bisnis dan membangun daya saing UMKM, karena kinerja usaha dipengaruhi oleh kualitas kepemimpinan serta kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia guna mendorong pembaruan dan pemanfaatan teknologi secara optimal (Wiska & Purwanto, 2023). Orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun orientasi kewirausahaan merupakan dorongan penting dalam menjalankan bisnis, keberadaannya belum tentu dapat meningkatkan kinerja usaha secara otomatis tanpa didukung oleh faktor-faktor lainnya (Hendriyeni & Pujani, 2024).

Sementara itu inovasi produk merupakan upaya untuk menciptakan atau mengembangkan produk baru agar usaha dapat berjalan lebih baik serta memiliki keunggulan dibandingkan pesaing di pasar. Inovasi yang dilakukan, baik dari segi proses maupun produk, dapat membantu pelaku usaha dalam menarik minat konsumen sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha, khususnya pada usaha kecil dan menengah (Sinambela, 2022). Inovasi dilakukan sebagai bentuk respons terhadap perkembangan tren pasar maupun untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi. Dalam prosesnya, masukan dari konsumen serta hasil riset pasar menjadi dasar penting dalam pengembangan inovasi tersebut (Taufiq *et al.*, 2024). Selain itu, faktor persaingan usaha juga mendorong pelaku bisnis untuk menciptakan produk baru yang mampu bersaing dengan kompetitor melalui penyediaan fitur maupun keunggulan yang lebih baik (Helsanti *et al.*, 2025). Tidak seluruh faktor memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, salah satunya inovasi produk tidak selalu berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha (Anderson & Hidayah, 2023).

Tabel 2. Research Gap.

Variabel Independen	Variabel Dependen	Penulis (Tahun)	Hasil Penelitian
Motivasi Kewirausahaan		1. (Nikmah& Nurhidayati, 2025)	Signifikan
		2. (Mere et al., 2024)	
		3. (Tafonao, 2023)	
		1. (Umamy& Nuha, 2025)	Tidak Signifikan
		1. (Adelti & Fadhillah, 2025)	
		2. (Wiska & Purwanto, 2023)	
Orientasi Kewirausahaan		3. (Feriyansyah & Febriansyah, 2023)	Signifikan
	Kinerja Usaha	1. (Hendriyeni & Pujani, 2024)	
		1. (Helsanti et al., 2025)	
Inovasi Produk		2. (Taufiq et al., 2024)	Signifikan
		3. (Sinambela, 2022)	
		1. (Anderson & Hidayah, 2023)	

Sumber: Data Diolah (2026).

Pelaku usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi mengalami berbagai masalah dalam menjalankan bisnis mereka. Para pengusaha daging sapi, yang sebagian besar adalah pengusaha UMKM, sering mengalami perubahan harga daging sapi yang tidak menentu dari para pemasok, sehingga memengaruhi harga penjualan di tingkat pedagang dan berdampak pada keuntungan yang mereka peroleh. Selain itu, persaingan antar pedagang daging sapi juga semakin meningkat, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk mampu mempertahankan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar usahanya tetap bertahan.

Pada sisi lain, beberapa pelaku usaha masih menjalankan usahanya secara tradisional dan belum banyak melakukan inovasi dalam pengelolaan usaha maupun strategi pemasaran. Ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha bagi sebagian pengusaha masih belum cukup baik. Perbedaan tingkat motivasi berwirausaha menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha, di mana pelaku usaha dengan motivasi tinggi cenderung lebih aktif dalam mencari peluang dan mengembangkan usahanya dibandingkan dengan pelaku usaha yang hanya menjalankan usaha sebagai rutinitas. Selain itu, tingkat kemampuan seseorang dalam membuat keputusan sendiri tergantung pada setiap pelaku usaha, sehingga memengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola usaha secara mandiri serta menghadapi berbagai risiko yang muncul dalam berusaha. Kinerja usaha pelaku Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di bidang penjualan daging di Kecamatan Bekasi Timur masih menghadapi sejumlah tantangan, sehingga diperlukan penelitian mengenai bagaimana motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk memengaruhi kinerja usaha.

Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi dipilih karena merupakan salah satu wilayah yang memiliki aktivitas perdagangan daging sapi yang cukup berkembang di Kota Bekasi. Tingginya permintaan daging sapi di wilayah ini menyebabkan terjadinya fluktuasi harga dan ketidakstabilan pasokan yang secara langsung berdampak pada pelaku usaha. Selain itu, pelaku usaha di wilayah tersebut didominasi oleh UMKM dengan karakteristik pengelolaan usaha yang masih sederhana, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh faktor internal seperti motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap kinerja usaha. Oleh karena itu, Kecamatan Bekasi Timur dinilai representatif dan layak dijadikan sebagai objek penelitian. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian serta pertimbangan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kinerja usahanya secara berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk terhadap kinerja usaha UMKM daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik. Lokasi penelitian dipilih berdasarkan tingginya aktivitas perdagangan sektor pangan serta adanya tantangan berupa fluktuasi harga, persaingan usaha, dan keterbatasan pengelolaan usaha yang berpotensi memengaruhi kinerja UMKM. Penelitian dilaksanakan pada Februari–Mei 2026 dengan populasi sebanyak 127 pelaku UMKM daging sapi yang masih aktif beroperasi di wilayah tersebut (Niswati et al., 2025; Machali, 2021; Zulfikar et al., 2024).

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria pelaku usaha daging sapi yang berlokasi di Kecamatan Bekasi Timur, masih aktif beroperasi, dan telah menjalankan usaha minimal satu tahun. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair yang menyarankan minimal lima kali jumlah indikator penelitian. Dengan 24 indikator yang digunakan, jumlah minimum sampel adalah 120 responden, sedangkan data valid yang berhasil dikumpulkan mencapai 127 responden. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui kuesioner serta data sekunder yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, laporan, dan dokumen resmi yang relevan dengan topik penelitian (Hair et al., 2019; Soesana et al., 2023).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis *web* melalui Google Form yang didistribusikan secara daring melalui WhatsApp maupun secara langsung kepada responden di lokasi usaha. Variabel penelitian meliputi motivasi kewirausahaan, orientasi

kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja usaha yang diukur menggunakan skala Likert lima poin. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda yang didahului oleh uji instrumen (validitas dan reliabilitas) serta uji asumsi klasik yang mencakup normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap kinerja usaha UMKM daging sapi (Widodo et al., 2023; Sahir, 2022; Iba & Wardhana, 2024).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 127 pelaku usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi yang berpartisipasi melalui pengisian kuesioner secara langsung maupun melalui *Google Form*. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah laki-laki sebesar 72,3%, sedangkan perempuan sebesar 27,7%, yang menunjukkan bahwa usaha daging sapi masih didominasi oleh laki-laki meskipun perempuan juga turut berperan dalam operasional usaha. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 25–34 tahun (42,2%), diikuti usia 35–44 tahun (29,5%), usia di bawah 25 tahun (18,7%), dan usia di atas 45 tahun (9,6%). Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha daging sapi didominasi oleh kelompok usia produktif yang memiliki potensi adaptasi dan pengembangan usaha yang tinggi. Dari sisi pendidikan, mayoritas responden merupakan lulusan SMA/SMK (44,6%), diikuti S1 (34,9%), Diploma (18,1%), dan SMP (2,4%), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki tingkat pendidikan yang cukup memadai untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Berdasarkan lama usaha, mayoritas responden telah menjalankan usaha selama 3–5 tahun (41,6%), diikuti kurang dari 2 tahun dan 6–10 tahun yang masing-masing sebesar 21,7%, serta lebih dari 10 tahun sebesar 15,1%. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar usaha telah memasuki fase yang relatif stabil dan memiliki pengalaman yang cukup dalam menghadapi dinamika pasar. Sementara itu, berdasarkan jenis tempat usaha, mayoritas responden merupakan pedagang daging sapi di kios atau toko (31,9%), diikuti pedagang pasar tradisional dan supplier/distributor yang masing-masing sebesar 22,3%, Rumah Potong Hewan (RPH) sebesar 16,9%, serta kategori lainnya sebesar 6,6%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa responden berasal dari berbagai lini rantai pasok usaha daging sapi, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi.

Analisis Deskriptif dan Deskripsi Jawaban Responden

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel motivasi kewirausahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 4,17 yang termasuk kategori baik. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan mengenai pilihan menjalankan usaha sendiri agar dapat bekerja dan mengambil keputusan secara mandiri (4,33), yang menunjukkan bahwa kemandirian menjadi motivasi utama pelaku usaha daging sapi. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada pernyataan mengenai kesiapan menghadapi risiko usaha (4,10), meskipun masih berada dalam kategori baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden memiliki motivasi kewirausahaan yang kuat, terutama dalam hal kemandirian, keberanian menghadapi risiko, dan ketekunan menghadapi berbagai tantangan usaha. Variabel orientasi kewirausahaan juga menunjukkan nilai rata-rata yang baik sebesar 4,12, dengan indikator tertinggi pada kemampuan merespons perubahan permintaan pelanggan secara cepat (4,35) dan indikator terendah pada keberanian mengambil keputusan berisiko untuk mengembangkan usaha (4,00). Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha cenderung memiliki sikap proaktif dalam menangkap peluang dan beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta tetap berupaya mempertahankan daya saing usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Variabel inovasi produk memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,16 yang menunjukkan bahwa tingkat inovasi produk responden berada pada kategori baik. Nilai tertinggi terdapat pada upaya mengembangkan variasi produk agar tetap menarik dan mampu bersaing (4,34), sedangkan nilai terendah terdapat pada penyesuaian bentuk penyajian atau kemasan produk sesuai tren pasar (4,00). Sementara itu, variabel kinerja usaha memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,12 yang juga berada pada kategori baik, dengan indikator tertinggi pada kemampuan mengelola biaya dan pendapatan untuk memperoleh laba optimal (4,28) dan indikator terendah pada kemampuan mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru (4,00). Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur memiliki tingkat motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan kinerja usaha yang baik, yang tercermin dari kemampuan mereka mengelola usaha secara mandiri, beradaptasi dengan kebutuhan pasar, mengembangkan produk, serta menjaga profitabilitas usaha di tengah dinamika persaingan bisnis.

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Motivasi Kewirausahaan	MK1	0,621	0,361	Valid
	MK2	0,705	0,361	Valid
	MK3	0,611	0,361	Valid
	MK4	0,613	0,361	Valid
	MK5	0,563	0,361	Valid
	MK6	0,650	0,361	Valid
Orientasi Kewirausahaan	OK1	0,679	0,361	Valid
	OK2	0,437	0,361	Valid
	OK3	0,770	0,361	Valid
	OK4	0,550	0,361	Valid
	OK5	0,689	0,361	Valid
	OK6	0,671	0,361	Valid
Inovasi Produk	IP1	0,829	0,361	Valid
	IP2	0,761	0,361	Valid
	IP3	0,587	0,361	Valid
	IP4	0,682	0,361	Valid
	IP5	0,635	0,361	Valid
	IP6	0,642	0,361	Valid
Kinerja Usaha	KU1	0,553	0,361	Valid
	KU2	0,424	0,361	Valid
	KU3	0,687	0,361	Valid
	KU4	0,709	0,361	Valid
	KU5	0,374	0,361	Valid
	KU6	0,697	0,361	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Hasil uji validitas item pernyataan penelitian ini menunjukkan bahwa semua pernyataan valid. Ini ditunjukkan oleh fakta bahwa nilai r hitung untuk masing-masing variabel Motivasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Kinerja Usaha berada di atas nilai r tabel sebesar 0,361, dengan rentang nilai validitas antara 0,374 hingga 0,829. Oleh karena itu, setiap komponen kuesioner penelitian memenuhi kriteria validitas, sehingga layak digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data penelitian. Diharapkan bahwa alat yang valid ini dapat mengukur variabel penelitian secara akurat dan tepat sesuai dengan tujuan penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas.

Keterangan	Nilai
Cronbach's Alpha	0,929
Jumlah Item (N of Items)	24

Tabel 5. Item-Total Statistics.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	99.3333	75.816	.579	.926
VAR00002	99.1000	75.059	.671	.924
VAR00003	99.5000	76.948	.577	.926
VAR00004	99.2667	76.271	.573	.926
VAR00005	99.4000	76.731	.519	.926
VAR00006	99.1333	75.637	.612	.925
VAR00007	99.2000	74.786	.639	.925
VAR00008	99.4333	75.220	.342	.933
VAR00009	99.2333	73.840	.740	.923
VAR00010	99.2333	76.806	.505	.927
VAR00011	99.0667	75.237	.654	.924
VAR00012	99.1667	75.454	.634	.925
VAR00013	99.0667	73.789	.808	.922
VAR00014	99.0000	73.862	.730	.923
VAR00015	99.4000	75.421	.535	.926
VAR00016	99.4000	74.869	.644	.924
VAR00017	99.3667	75.826	.595	.925
VAR00018	99.2000	75.200	.599	.925
VAR00019	99.4333	76.461	.505	.927
VAR00020	99.2000	78.028	.371	.929
VAR00021	99.4667	75.982	.656	.925
VAR00022	99.2667	74.616	.674	.924
VAR00023	99.6667	77.333	.296	.932
VAR00024	99.2667	74.754	.660	.924

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa 24 item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,929, yang lebih tinggi dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini cukup reliabel atau konsisten untuk digunakan dalam pengumpulan data.

Analisa Data

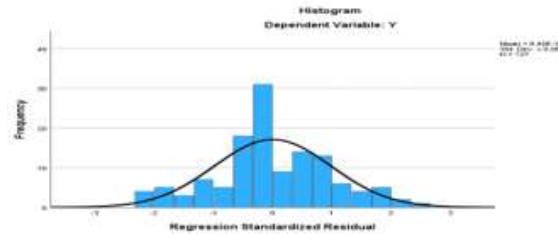
Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov.

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	
Keterangan	Nilai
N	127
Mean	0,0000000
Std. Deviation	1,08409618
Most Extreme Differences (Absolute)	0,077
Most Extreme Differences (Positive)	0,077
Most Extreme Differences (Negative)	-0,066
Test Statistic	0,077
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,063
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0,063
99% Confidence Interval (Lower Bound)	0,056
99% Confidence Interval (Upper Bound)	0,069

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

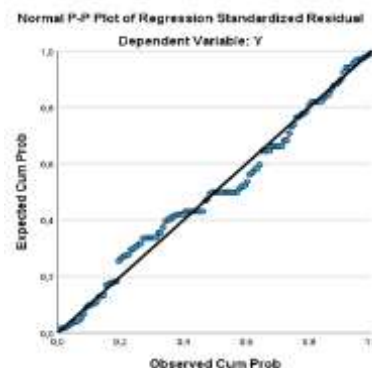
Hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* dan *Monte Carlo* masing-masing sebesar 0,063 ($> 0,05$), sehingga residual penelitian berdistribusi normal dan asumsi normalitas pada model regresi dinyatakan telah terpenuhi.



Gambar 1. Grafik Histogram Uji Normalitas.

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Grafik histogram uji normalitas di atas menunjukkan distribusi data 114 62 residual yang menyebar di sekitar garis diagonal dan membentuk pola yang menyerupai lonceng, yang menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas karena nilai mean residual sebesar 8,49E-16 mendekati 0 dan 57 standar deviasi sebesar 0,988. Oleh karena itu, data penelitian dapat digunakan dengan baik untuk pengujian analisis regresi yang akan datang.



Gambar 2. Uji Normalitas P-P Plot.

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Selain itu, plot grafik P-P dapat digunakan untuk menguji normalitas data. Ini dilakukan dengan melihat pola penyebaran titik terhadap garis diagonal. Apabila titik-titik berada di sekitar atau mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa residu dalam model regresi cenderung berdistribusi normal. Semakin dekat posisi titik-titik terhadap garis diagonal, maka semakin besar kemungkinan bahwa sisa data terdistribusi secara normal..

Menurut hasil uji normalitas P-P Plot Sebagian besar titik residu berada di sekitar atau mengikuti garis diagonal. Pola ini menunjukkan bahwa distribusi residu mendekati distribusi normal karena semakin dekat titik ke garis diagonal, semakin kecil penyimpangan dari

distribusi normal. Hasil analisis visual menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi karena residu model regresi ini mengikuti distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

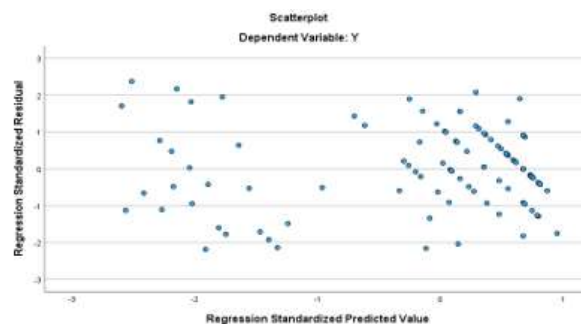
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas.

<i>Coefficients^a</i>							
Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics			
Model	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,635	,805		-2,031	,044		
X1	,190	,076	,168	2,489	,014	,171	5,832
X2	,410	,058	,395	7,048	<,001	,249	4,021
X3	,460	,072	,434	6,420	<,001	,171	5,843

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel X1 (5,832), X2 53 (4,021), dan X3 semuanya kurang dari 10,00, seperti yang ditunjukkan oleh hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel 7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gangguan multikolinearitas dan oleh karena itu layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot pada Gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Selain itu, tidak ditemukan adanya pola geometris tertentu yang jelas, seperti pola menyempit, melebar, ataupun bergelombang. Hal ini diperkuat dengan hasil penyebaran data yang tidak mengumpul di satu titik saja. Temuan ini menunjukkan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Dalam membuktikan uji Heteroskedastisitas selain dengan metode scatterplot maka dapat menggunakan dengan hasil uji metode Glejser yang menunjukkan nilai signifikansi

setiap variabel independen lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan model terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	3,335	,467		7,148	<,001
	X1	-,046	,044	-,201	-1,031	,304
	X2	-,045	,034	-,215	-1,324	,188
	X3	-,010	,042	-,049	-,252	,801

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser pada tabel 8, terlihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) variabel X1 sebesar 0,304, variabel X2 sebesar 0,188, dan variabel X3 sebesar 0,801. Karena seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi ini bebas dari gangguan heteroskedastisitas. Terpenuhinya asumsi homoskedastisitas ini menunjukkan bahwa model yang digunakan valid dan reliabel untuk memprediksi variabel dependen.

Pengujian Regresi Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Berganda.

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1,635	,805		-2,031	,044
	X1	,190	,076	,168	2,489	,014
	X2	,410	,058	,395	7,048	,001
	X3	,460	,072	,434	6,420	,001

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan $Y = -1,635 + 0,190X_1 + 0,410X_2 + 0,460X_3$, dengan nilai konstanta sebesar -1,635 serta koefisien regresi untuk Motivasi Kewirausahaan (X_1), Orientasi Kewirausahaan (X_2), dan Inovasi Produk (X_3) masing-masing sebesar 0,190; 0,410; dan 0,460. Nilai konstanta yang negatif menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh ketiga variabel independen, kinerja usaha cenderung mengalami penurunan. Koefisien regresi positif pada Motivasi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan mengindikasikan bahwa peningkatan kedua variabel tersebut akan meningkatkan kinerja usaha masing-masing sebesar 0,190 dan 0,410 dengan asumsi variabel lain tetap. Sementara itu, Inovasi Produk memiliki koefisien regresi terbesar yaitu 0,460, yang menunjukkan bahwa variabel ini memberikan pengaruh paling kuat dalam meningkatkan kinerja usaha dibandingkan variabel independen lainnya.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T).

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,635	,805		-2,031	,044
1 X1	,190	,076	,168	2,489	,014
X2	,410	,058	,395	7,048	,000
X3	,460	,072	,434	6,420	,000

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 9, dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut: (a) Hasil pengujian variabel X1 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$, sehingga variabel X1 dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik variabel X1, maka kinerja usaha juga akan mengalami peningkatan. (b) Hasil pengujian variabel X2 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga variabel X2 dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini berarti bahwa peningkatan pada variabel X2 dapat meningkatkan kinerja usaha. (c) Hasil pengujian variabel X3 menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga variabel X3 terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi variabel X3, maka kinerja usaha juga akan semakin meningkat.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1393,350	3	464,450	385,778	<,000 ^b
Residual	148,083	123	1,204		
Total	1541,433	126			

Dependent Variable: Kinerja Usaha Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha.

Uji Koefisien Determinasi (R)²

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,951 ^a	,904	,902	1,09724

Sumber: Hasil olah data SPSS 29 (2026).

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,904 atau 90,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan

X3 secara bersama-sama mampu menjelaskan pengaruh terhadap kinerja usaha sebesar 90,4%, sedangkan sisanya sebesar 9,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,902 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, model penelitian tetap memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan variabel dependen. Selain itu, nilai R sebesar 0,951 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X1, X2, dan X3 dengan kinerja usaha berada dalam kategori sangat kuat.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel motivasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi. Dengan demikian, motivasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa para pelaku UMKM memiliki motivasi yang cukup baik dalam menjalankan serta mengembangkan usahanya. Motivasi tersebut tercermin dari adanya dorongan untuk memperoleh keberhasilan usaha, keinginan untuk mandiri dalam menjalankan usaha, serta semangat dalam menghadapi persaingan usaha. Dengan adanya motivasi kewirausahaan yang tinggi, pelaku usaha cenderung lebih aktif dalam meningkatkan kualitas usaha sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum sepenuhnya mampu menjaga konsistensi dalam menghadapi berbagai kendala usaha, seperti perubahan harga yang tidak stabil dan persaingan pasar yang semakin ketat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan masih perlu ditingkatkan agar kinerja usaha dapat berkembang secara optimal dan berkelanjutan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nikmah & Nurhidayati, 2025) dan (Lami *et al.*, 2024) yang menyatakan bahwa motivasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada variabel orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha, diperoleh bahwa nilai t hitung sebesar $7,048 > t$ tabel 1,979 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Artinya, orientasi kewirausahaan memiliki peran

penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM memiliki orientasi kewirausahaan yang cukup baik dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam mengambil risiko, bersikap proaktif dalam melihat peluang usaha, serta mampu mengembangkan strategi usaha untuk menghadapi persaingan pasar. Dengan adanya orientasi kewirausahaan yang baik, pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas usaha dan mempertahankan keberlangsungan usaha secara optimal.

Meskipun begitu, masih ada beberapa pelaku usaha yang belum sepenuhnya berani mengambil risiko dalam menjalankan usaha maupun mengembangkan usahanya secara optimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan masih perlu ditingkatkan agar pelaku usaha mampu bersaing dan mengembangkan usaha secara lebih baik di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wiska & Purwanto, 2023) dan (Gilang & Suratman, 2024) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan pada variabel inovasi produk dan kinerja usaha, diperoleh bahwa nilai t hitung sebesar $7,603 > t$ tabel $1,979$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Artinya, inovasi produk memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Berdasarkan hasil penelitian, pelaku UMKM memiliki kemampuan yang cukup baik dalam melakukan pengembangan dan pembaruan produk usaha. Hal tersebut tercermin dari adanya upaya pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk, menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen, serta menciptakan variasi produk untuk menarik minat pelanggan. Dengan adanya inovasi produk yang baik, pelaku usaha mampu meningkatkan daya saing usaha sehingga berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Namun demikian, masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa pelaku usaha yang belum sepenuhnya konsisten dalam melakukan pengembangan dan pembaruan produk secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk masih perlu ditingkatkan agar usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah perubahan kebutuhan pasar dan persaingan usaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adelti & Fadhilla, 2025) dan (Lorensa & Hidayah, 2022) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Pengaruh Motivasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan (uji F), diperoleh nilai F hitung sebesar $385,778 > F$ tabel 2,68 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk yang dimiliki pelaku usaha, maka semakin meningkat pula kinerja usaha yang dihasilkan. Ketiga variabel tersebut saling mendukung dalam meningkatkan kualitas usaha, kemampuan bersaing, serta keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Motivasi kewirausahaan mendorong pelaku usaha untuk terus berkembang dan mencapai keberhasilan usaha, orientasi kewirausahaan membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan dan memanfaatkan peluang usaha, sedangkan inovasi produk membantu pelaku usaha dalam menciptakan nilai tambah pada produk yang dihasilkan. Dengan adanya kombinasi ketiga faktor tersebut, pelaku usaha mampu meningkatkan produktivitas dan kualitas usaha secara optimal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa motivasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Namun demikian, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan hasil berbeda, sehingga penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang menyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap kinerja usaha.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM pelaku usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Variabel motivasi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,190 menunjukkan bahwa peningkatan motivasi pelaku usaha dapat meningkatkan kinerja usaha. Artinya, semakin besar dorongan dan semangat yang dimiliki pelaku usaha dalam menjalankan usahanya, maka semakin baik pula kinerja usaha yang dihasilkan.

Variabel orientasi kewirausahaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada UMKM pelaku usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.

Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,410 menunjukkan bahwa semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha, maka kinerja usaha akan semakin meningkat. Artinya, kemampuan dalam memanfaatkan peluang, keberanian mengambil risiko, serta sikap inovatif mampu mendukung perkembangan usaha menjadi lebih baik.

Variabel inovasi produk (X3) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,460 menandakan bahwa semakin tinggi inovasi produk yang dilakukan, maka kinerja usaha juga akan mengalami peningkatan. Artinya, kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan serta mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dapat meningkatkan daya saing usaha.

Secara bersama-sama, variabel motivasi (X1), orientasi kewirausahaan (X2), dan inovasi produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada UMKM pelaku usaha daging sapi di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, ketiga variabel tersebut secara simultan mampu memberikan kontribusi dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM

DAFTAR REFERENSI

- Adelti, S. P., & Fadhillah, H. N. (2025). Pengaruh niat berwirausaha, kewaspadaan berwirausaha, dan orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(4), 1907–1921. <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i04.50745>
- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). Pengaruh UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023. *Jurnal Kajian Pendidikan dan Ilmu Manajemen*, 3, 32–43. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>
- Amijaya, R. A., Hidayat, S. I., & Yulianti, N. (2026). Analisis determinan neraca perdagangan daging sapi di Indonesia periode 2013–2023. *Jurnal Peternakan*, 8(1), 20–32. <https://doi.org/10.46918/peternakan.v8i1.2922>
- Anderson, J., & Hidayah, N. (2023). Pengaruh kreativitas produk, inovasi produk, dan kualitas produk terhadap kinerja UKM. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(1), 185–194. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22566>
- Asmawiyah, A. (2021). *Meningkatkan kinerja usaha dalam perspektif kewirausahaan*. Penerbit NEM.
- Aulia, T. Z., Yulistiyono, A., Sudarmanto, E., Pratama, P., Arohman, F., Fazira, R., Darajat, I., Hasan, M., Rosyid, A. M., Tamtomo, H., Galih, M., Isrok, & Possumah, L. (2024). *Dasar-dasar manajemen bisnis*.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *10 provinsi dengan konsumsi daging terbanyak 2025, Pulau Jawa dominasi* (diolah oleh GoodStats, 2025). GoodStats.

<https://data.goodstats.id/statistic/10-provinsi-dengan-konsumsi-daging-terbanyak-2025->

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Peternakan dalam angka 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Cahyati, W. (2025). *Pengaruh inklusi keuangan syariah, motivasi wirausaha dan digitalisasi terhadap kinerja UMKM di Kota Palopo* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Palopo]. <https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/11492/1/SKRIPSI%20WIWI%20CAHYA%20TI%20SETELAH%20UT.pdf>
- Databoks. (2026). *Harga daging sapi di pasar tradisional Provinsi Jawa Barat sebulan terakhir naik 1,51%*. Databoks/Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPS Nasional). <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/ce4d7edb368f64f/harga-daging-sapi-harian-di-pasar-tradisional-provinsi-jawa-barat>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2016). *Organizational behavior* (16th ed.). Pearson Education.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku ajar metode penelitian*. CV Science Techno Direct.
- Wijaya, J., Antonio, T., & Kouwagam, A. (2026). Entrepreneurial orientation and sustainable performance in Indonesian SMEs: Testing a moderated mediation model. *Management Analysis Journal*, 15(1), 25–31. <https://doi.org/10.15294/maj.v15i1.41915>
- Wiska, M., & Purwanto, K. (2023). Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada UMKM di Kecamatan Sungai Rumbai. *Jurnal Manajemen*, 9(1), 36–49. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v9i1.5664>
- Yuliana, Sumbawati, N., Kurniawansyah, Ismawati, & Sutrisno, E. (2025). Analisis pengaruh manajemen keuangan terhadap kinerja UMKM di era digital. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(1), 498–509. <https://doi.org/10.55606/optimal.v5i1.6435>
- Zulfikar, R., Permata Sari, F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Mutia, Nurjanah, Annisa, S., Budi Kuswardhani, O., Mutiah, R., Indrakusuma Linggi, A., & Fadilah, H. (2024). *Metode penelitian kuantitatif: Teori, metode, dan praktik*.