

SKRIPSI
EFEK ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN KINERJA UMKM
MELALUI MEDIASI KEMAMPUAN PEMASARAN
DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KEVIN LIU

NPM : 115180384

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SKRIPSI
EFEK ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN KINERJA UMKM
MELALUI MEDIASI KEMAMPUAN PEMASARAN
DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KEVIN LIU

NPM : 115180384

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

HALAMAN SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Kevin Liu

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180384

Program Studi : S1 Manajemen

Alamat : [Redacted]

Telp: [Redacted]

HP: [Redacted]

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 12 Januari 2023



Kevin Liu

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : KEVIN LIU
NPM : 115180384
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : EFEK ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN
KINERJA UMKM SEKTOR KULINER DI
KECAMATAN GROGOL PETAMBURAN

Jakarta, 9 Januari 2023

Pembimbing,



(Louis Utama, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : KEVIN LIU
NPM : 115180384
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : EFEK ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN
KINERJA UMKM MELALUI MEDIASI
KEMAMPUAN PEMASARAN DAN
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL

Telah diuji dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 19 Januari 2023 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Cokki, S.E., M.M., Dr.
2. Anggota Penguji : Louis Utama, S.E., M.M.
Andi Wijaya, S.E., M.M.

Jakarta, 24 Januari 2023

Pembimbing,

(Louis Utama, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS JAKARTA

(A) *Kevin Liu (115180384)*

(B) *THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON SOCIAL MEDIA ADOPTION AND PERFORMANCE OF MSMEs IN THE CULINARY SECTOR IN GROGOL PETAMBURAN SUB-DISTRICT*

(C) *XVI + 83 Pages, 17 Tables, 10 Pictures, 5 Attachments*

(D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*

(E) **Abstract:** *The purpose of this study was to determine the effect of entrepreneurial orientation on social media adoption and performance of MSMEs in the culinary sector. The population in this study were MSME owners operating in the culinary sector. The sample used in this study were 105 MSME owners in the culinary sector who sell in Grogol Petamburan sub-district. Sampling was carried out using purposive sampling method. Data collection was carried out using a questionnaire distributed to MSME owners who were willing to become research respondents. The data obtained was processed using SmartPLS 3.0 software. The results of this study indicate that entrepreneurial orientation has a positive effect on social media adoption and the performance of MSMEs in the culinary sector in Grogol Petamburan sub-district, while social media adoption has no effect on the performance of MSMEs in culinary sector in Grogol Petamburan sub-district.*

(F) **Keywords:** *Entrepreneurial Orientation, Social Media Adoption, MSMEs Performance.*

(G) *References 70 (1991-2022)*

(H) *Louis Utama, S. E., M. M.*

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) Kevin Liu (115180384)

(B) EFEK ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN KINERJA UMKM SEKTOR KULINER DI KECAMATAN GROGOL PETAMBURAN

(C) XVI + 83 Halaman, 17 Tabel, 10 Gambar, 5 Lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efek dari orientasi kewirausahaan terhadap adopsi media sosial dan kinerja UMKM sektor kuliner. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik UMKM yang beroperasi pada sektor kuliner. Sampel yang digunakan pada penelitian ini ada 105 orang pemilik UMKM sektor kuliner yang berjualan di kecamatan Grogol Petamburan. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para pemilik UMKM yang bersedia untuk menjadi responden penelitian. Data yang didapat diolah dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif terhadap adopsi media sosial dan kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan, sedangkan untuk adopsi media sosial tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan.

(F) Kata Kunci: Orientasi Kewirausahaan, Adopsi Media Sosial, Kinerja UMKM.

(G) Daftar Pustaka 70 (1991-2022)

(H) Louis Utama, S.E., M. M.

HALAMAN MOTTO

“Your love makes me strong, your hate makes me unstoppable”

— Cristiano Ronaldo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:
Diri saya sendiri, kedua orang tua, kakak dan adik saya,
serta seluruh teman-teman dan kerabat yang saya cintai dan kasihi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi dengan judul “Efek Orientasi Kewirausahaan terhadap Adopsi Media Sosial dan Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Kecamatan Grogol Petamburan” untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari adanya beberapa kesulitan yang dialami dalam penyelesaiannya. Namun dengan adanya buku panduan skripsi, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan secara tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada beberapa pihak, khususnya kepada:

1. Bapak Louis Utama, S. E., M. M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, motivasi, serta memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S. E., M. M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S. E., M. M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap Dosen dan Staff Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama berkuliah di Universitas Tarumanagara.
5. Papa, Mama, Kakak, dan Adik dari penulis yang selalu memberikan dukungan melalui motivasi, doa, dan kasih sayang sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan tepat waktu.
6. Teman-teman penulis yaitu Andreas Limantara, Vian Sebastian, Stefanus Lawrence, Timotius Joso, dan semua yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu yang selalu memberikan bantuan berupa saran dan dukungan selama proses pembuatan skripsi ini.
7. Teman-teman bimbingan skripsi penulis yaitu Felix Reinaldo, Vincent Chow, Jessy Indrawati, Catherine Daniella, dan Ronaldo yang telah berjuang dan saling memberikan saran dalam pembuatan skripsi ini.

8. Para Pemilik UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan pikiran dengan menjadi responden dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dari segi isi, penggunaan bahasa, dan penyusunannya dikarenakan kemampuan penulis yang masih terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi penulis agar dapat menghasilkan karya yang lebih baik lagi di kemudian hari. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih sekali lagi dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 12 Januari 2023

Kevin Liu

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	3
3. Batasan Masalah.....	4
4. Rumusan Masalah	4
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
A. Gambaran Umum Teori	6
B. Definisi Konseptual Variabel.....	7
C. Kaitan Antar Variabel-variabel.....	9
1. Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UMKM.....	9

2.	Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Adopsi Media Sosial	9
3.	Kaitan antara Adopsi Media Sosial dengan Kinerja UMKM	10
4.	Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UMKM dimediasi oleh Adopsi Media Sosial	11
D.	Penelitian yang Relevan.....	11
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	13
BAB III	15
METODE PENELITIAN	15
A.	Desain Penelitian	15
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	16
C.	Operasional Variabel dan Instrumen	17
1.	Instrumen.....	17
2.	Operasional Variabel.....	18
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	20
1.	Analisis Validitas	20
2.	Analisis Reliabilitas	24
E.	Analisis Data.....	25
1.	R-square (R^2).....	26
2.	Q-square (Q^2)	26
3.	F-square (f^2)	27
4.	Goodness of fit (GoF)	27
5.	Uji Mediasi.....	27
6.	Uji Hipotesis.....	28
BAB IV	29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	29
1.	Jenis Kelamin	29
2.	Usia	29
3.	Pendidikan Terakhir	30
4.	Lama Berdirinya Usaha.....	31
5.	Jumlah Karyawan.....	31
6.	Jumlah Pendapatan Per Tahun	32

B. Deskripsi Objek Penelitian	33
1. Orientasi Kewirausahaan	33
2. Adopsi Media Sosial	34
3. Kinerja Perusahaan.....	36
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	37
D. Hasil Analisis Data	37
E. Pembahasan	44
BAB V	52
KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. Kesimpulan	52
B. Keterbatasan dan Saran.....	52
1. Keterbatasan.....	52
2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	17
Tabel 3.2 Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan	18
Tabel 3.3 Operasional Variabel Adopsi Media Sosial.....	19
Tabel 3.4 Operasional Variabel Kinerja Perusahaan	20
Tabel 3.5 <i>Outer Loadings</i>	22
Tabel 3.6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	23
Tabel 3.7 <i>Cross Loading</i>	24
Tabel 3.8 <i>Cronbach Alpha</i>	25
Tabel 3.9 <i>Composite Reliability</i>	25
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Tentang Orientasi Kewirausahaan	34
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Tentang Adopsi Media Sosial	35
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Tentang Kinerja Perusahaan	37
Tabel 4.4 Hasil Uji <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	38
Tabel 4.5 Hasil Uji <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	39
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Effect Size (f²)</i>	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Mediasi	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2014-2022)	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	13
Gambar 3.1 Nilai <i>Outer Loadings</i>	23
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	30
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha.....	31
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	32
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Tahun	32
Gambar 4.7 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	60
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	65
Lampiran 3 Hasil Analisis Data.....	67
Lampiran 4 Data Pengambilan Kuesioner	68
Lampiran 5 Foto Pengambilan Data	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berkembang dengan cukup pesat di Indonesia. Perekonomian Indonesia sangat terbantu dengan adanya UMKM yang berkontribusi besar didalamnya. Hal ini dapat terjadi karena banyak masyarakat Indonesia yang merintis usahanya sebagai UMKM. Selain itu, UMKM juga berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran dengan membuka banyak lapangan pekerjaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada Maret 2021, jumlah UMKM yang ada di Indonesia saat ini mencapai sekitar 64 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestic Bruto (PDB) sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.500 triliun. Lalu, kontribusi UMKM juga mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja, serta mampu menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Budi, 2022).

Memilih untuk menjalani Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) tentunya tidak semudah yang kita kira. Menjalankan UMKM memiliki tantangan tersendiri karena berada dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan bergejolak (Margalina, Carrasco, & Molina, 2020). Media sosial memainkan peran mendasar sebagai dorongan untuk memfasilitasi pengembangan kegiatan kewirausahaan, khususnya UMKM yang secara bersamaan berkontribusi terhadap perekonomian negara.

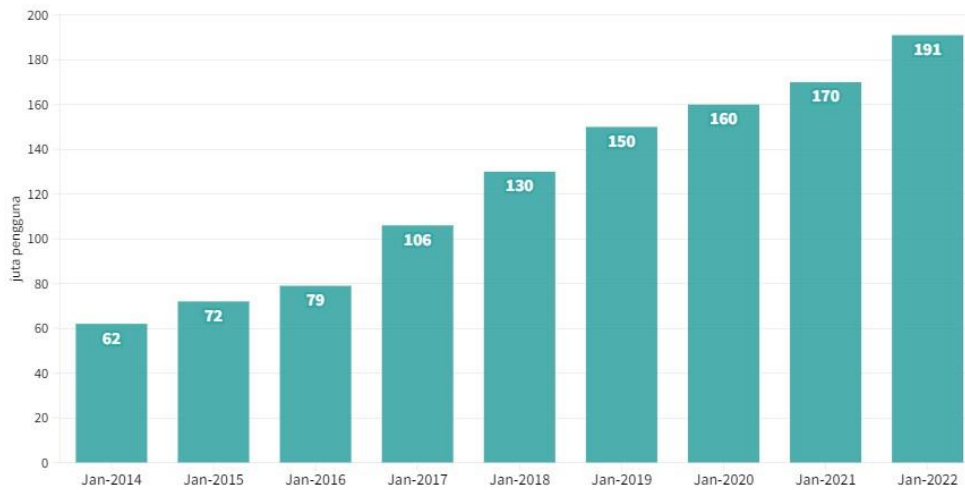
Penyebaran virus Covid-19 terjadi dengan sangat cepat sejak pertama kali ditemukan di Kota Wuhan pada akhir Desember 2019. Virus tersebut menyebar hingga ke negara-negara lain dan menyebabkan pandemi yang kita kenal dengan pandemi Covid-19. Munculnya pandemi Covid-19 tersebut membawa pengaruh besar terhadap perekonomian secara global tak terkecuali Indonesia. Pandemi Covid-19 membawa pengaruh buruk bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Seluruh sektor UMKM di Indonesia mengalami penurunan omzet karena pandemi Covid-19. UMKM mengalami penurunan omzet hingga

30% apabila dibandingkan dengan kondisi normal. Penurunan omzet hingga 30% tersebut memberikan dampak kepada 63,9% dari 64,2 juta UMKM di Indonesia. Hanya 3,8% UMKM yang benar-benar mampu mempertahankan usahanya dan meningkatkan omzetnya saat pandemi (Kurniati, 2020).

Imbas dari pandemi Covid-19 cukup dirasakan oleh UMKM sektor kuliner. UMKM sektor kuliner terkena dampak yang paling parah dari pandemi Covid-19 dibandingkan dengan sektor lainnya. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa 92,47% UMKM sektor kuliner mengalami penurunan omzet pada masa pandemi Covid-19 (Timorria, 2020). Penurunan tersebut dapat terjadi karena ada peraturan dari pemerintah yang menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Dengan adanya PSBB dan PPKM, UMKM harus dapat beradaptasi untuk dapat terus mempertahankan usahanya di masa pandemi Covid-19 ini. Salah satu adaptasi yang perlu dilakukan adalah penerapan orientasi kewirausahaan. Penerapan tersebut dapat dilakukan untuk mempertahankan ataupun meningkatkan kinerja UMKM karena UMKM yang memiliki tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung berkinerja lebih baik (Fatimah & Bilal, 2019). Orientasi kewirausahaan juga dapat memberikan pandangan yang menonjol bahwa kecenderungan pengusaha terhadap pengambilan resiko, proaktif, dan inovasi sehingga kinerja usaha dapat meningkat secara efektif. Selain orientasi kewirausahaan, adaptasi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan internet, karena kemajuan internet yang berkelanjutan telah memainkan peran kunci dalam kinerja bisnis (Foltean, Trif, & Tuleu, 2019).

Salah satu bentuk pemanfaatan kemajuan internet bagi UMKM adalah dengan melakukan adopsi media sosial. Adopsi media sosial bagi UMKM sangat relevan pada masa sekarang ini karena hampir semua orang memiliki akun media sosial dan aktif melakukan kegiatan didalamnya. Berdasarkan statistik dari *We Are Social*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia ada sebanyak 191 juta pengguna pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat sebesar 12,35% apabila dibandingkan pada tahun sebelumnya yang memiliki jumlah sebanyak 170 juta pengguna (Mahdi, 2022).



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2014-2022)

Sumber : Mahdi (2022)

Berdasarkan latar belakang masalah ini, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Efek Orientasi Kewirausahaan Terhadap Adopsi Media Sosial dan Kinerja UMKM sektor Kuliner di Kecamatan Grogol Petamburan”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka muncul masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Tantangan muncul bagi UMKM karena berada dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan bergejolak.
- b. Seluruh sektor UMKM mengalami penurunan omzet pada saat pandemi Covid-19.
- c. UMKM sektor kuliner terkena dampak paling parah dari pandemi Covid-19 dibandingkan UMKM sektor lainnya dikarenakan adanya kebijakan pemerintah yang menetapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).
- d. Pada masa pandemi Covid-19 ini banyak UMKM yang tidak mampu mempertahankan usahanya karena tidak memiliki orientasi kewirausahaan.

- e. Mayoritas UMKM di Indonesia sulit berkembang di masa pandemi Covid-19 ini dikarenakan belum mampu memanfaatkan kemajuan internet yang sudah ada melalui *platform* media sosial.

3. Batasan Masalah

Dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya serta untuk membatasi ruang lingkup yang terlalu luas, maka penelitian ini perlu dibatasi supaya hasilnya dapat lebih akurat dan spesifik. Penelitian dibatasi pada UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan. Pemilihan tempat ini dipilih oleh penulis karena terdapat banyak pelaku UMKM sektor kuliner yang beroperasi di daerah tersebut. Penelitian berfokus pada variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel eksogen, adopsi media sosial sebagai variabel eksogen, endogen, dan mediasi, dan kinerja UMKM sebagai variabel endogen.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan secara positif pada masa pandemi Covid-19?
- b. Apakah orientasi kewirausahaan mempengaruhi adopsi media sosial oleh UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan secara positif pada masa pandemi Covid-19?
- c. Apakah adopsi media sosial mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan secara positif pada masa pandemi Covid-19?
- d. Apakah adopsi media sosial memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan pada masa pandemi Covid-19?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan pada masa pandemi Covid-19.

- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap adopsi media sosial oleh UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan pada masa pandemi Covid-19.
- c. Untuk mengetahui pengaruh adopsi media sosial terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan pada masa pandemi Covid-19.
- d. Untuk mengetahui efek mediasi adopsi media sosial terhadap hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM sektor kuliner di kecamatan Grogol Petamburan pada masa pandemi Covid-19.

2. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat manfaat yang ingin dicapai oleh penulis sehingga di kemudian hari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi penelitian selanjutnya serta menjadi pedoman untuk mempelajari lebih lanjut tentang efek dari orientasi kewirausahaan terhadap adopsi media sosial dan kinerja UMKM sektor kuliner pada masa pandemi Covid-19.

b. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi gambaran bagi pelaku UMKM sektor kuliner tentang seberapa pentingnya orientasi kewirausahaan dan adopsi sosial media terhadap kinerja bisnisnya di masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2009). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ahmad, S. Z., Bakar, A. R., & Ahmad, N. (2018). Social media adoption and its impact on firm performance: the case of the UAE. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* .
- Ahmad, S., Bakar, A., & Ahmad, N. (2019). Social media adoption and its impact on firm performance: the case of the UAE. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Aichner, T., & Jacob, F. (2015). Measuring the degree of corporate social media use. *International Journal of Market Research*, 257–76.
- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N., & Shuib, N. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management & Data Systems*.
- Altinay, L., & Wang, C. L. (2011). The influence of an entrepreneur's socio-cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 673-694.
- Awwad, M., & Ali, H. (2012). Emotional intelligence and entrepreneurial orientation: The moderating role of organizational climate and employees' creativity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 115-136.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 99-120.
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford.
- Bastian, I. (2001). *Akuntansi Sektor Publik di Indonesia*. Yogyakarta: BPFE.
- Bernoff, J., & Li, C. (2008). Harnessing the power of the oh-so-social web. *MIT Sloan management review*, 49(3):36.
- Budi, J. (2022). *Peran UMKM dalam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Retrieved from Sobat Pajak:
<https://www.sobatpajak.com/article/628770c71f70cd0421952496/Peran%20UMKM%20dalam%20Pertumbuhan%20Ekonomi%20Indonesia>

- Caseiro, N., & Coelho, A. (2018). Business intelligence and competitiveness: the mediating role of entrepreneurial orientation. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 213-226.
- Chin, W., & Todd, P. (1995). On the Use, Usefulness and Ease of Use of Structural Equation Modelling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, 237-246.
- Colton, D., Roth, M., & Bearden, W. (2010). Drivers of international e-tail performance: the complexities of orientations and resources. *Journal of International Marketing*, 1-22.
- Darwis, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 542-552.
- Dutot, V., & Bergeron, F. (2016). From strategic orientation to social media orientation: Improving SMEs' performance on social media. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4):1165-90.
- Fan, M., Qalati, S., Khan, M., Shah, S., Ramzan, M., & Khan, R. (2021). Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: The moderating role of innovation capabilities. *PLOS ONE*.
- Fatimah, T., & Bilal, A. R. (2019). Achieving SME performance through individual entrepreneurial orientation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Foltean, F. S., Trif, S. M., & Tuleu, D. L. (2019). Customer relationship management capabilities and social media technology use: Consequences on firm performance. *Journal of Business Research*, 104:563–75.
- Galbreath, J., Lucianetti, L., Thomas, B., & Tisch, D. (2019). Entrepreneurial orientation and firm performance in Italian firms The moderating role of competitive strategy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS3.0 edisi kedua*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: BP Undip.

- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 139-152.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hossain, M. U., & Asheq, A. A. (2019). THE ROLE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION TO SME PERFORMANCE IN BANGLADESH. *International Journal of Entrepreneurship*.
- Kang, J., Gwon, S.-H., Kim, S., & Cho, K. (2013). Determinants of successful technology commercialization: implication for Korean Government-sponsored SMEs. *Asian Journal of Technology Innovation*, 72-85.
- Khasanah, L. U. (2021, September 10). Retrieved from DQ Lab: <https://www.dqlab.id/analisis-data-kuantitatif-kenali-analisis-deskriptif>
- Kurniati, D. (2020, Desember 15). *Duh, Omzet UMKM Turun 30% karena Pandemi Covid-19*. Retrieved from DDTC NEWS: <https://news.ddtc.co.id/duh-omzet-umkm-turun-30-karena-pandemi-covid-19-26319>
- Li, X., He, X., & Zhang, Y. (2019). The impact of social media on the business performance of small firms in China. In *Information Technology for Development* (pp. 1-23).
- Mahdi, M. I. (2022, Februari 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Margalina, V. M., Carrasco, L. V., & Molina, E. M. (2020). The Quality of Relationships When Business Association Is a Prerequisite to Obtain Benefits From Public Institutions: Evidence From the Apparel Industry of Tungurahua, Ecuador. In *Management and Inter/Intra Organizational Relationships in the Textile and Apparel Industry* (pp. 54-77). IGI Global.
- Mole, K., Adomako, S., Tang, J., & Yu, A. (2019). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Enabling Effect of Entrepreneurial Alertness. *Academy of Management Proceedings*, (p. 11480).
- Murniati, P. A. (2013). *Alat-alat Pengujian Hipotesis*. Semarang: Penerbit Universitas Katolik Soegijapranata.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Olanrewaju, A.-S., Hossain, M., Whiteside, N., & Mercieca, P. (2020). Social media and entrepreneurship research: A literature review. *International Journal of Information Management* , 50:90-110.
- Parveen, F., Jaafar, N., & Ainin, S. (2016). Social media's impact on organizational performance and entrepreneurial orientation in organizations. *Management Decision*.
- Prihandini, T. I., & Sunaryo, S. (2011). Structural Equation Modelling (SEM) dengan Model Struktural Regresi Spasial. *Seminar Nasional Statistika Universitas Diponegoro*.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ramanathan, U., & Ramanathan, R. (2013). Investigating the impact of resource capabilities on customer loyalty: a structural equation approach for the UK hotels using online ratings. *Journal of Services Marketing*.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. In *Entrepreneurship Theory and Practice* (pp. (5): 761- 786).
- Richey, M., & Ravishankar, M. (2019). The role of frames and cultural toolkits in establishing new connections for social media innovation. In *Technological Forecasting and Social Change* (pp. 144:325–33).
- Sahaym, A., Datta, A., & Brooks, S. (2019). Crowdfunding success through social media: Going beyond entrepreneurial orientation in the context of small and medium-sized enterprises. *Journal of Business Research*.
- Sahoo, S., & Yadav, S. (2017). Entrepreneurial orientation of SMEs, total quality management and firm performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Soininen, J. S., Puumalainen, K., Sjögrén, H., Syrjä, P., & Durst, S. (2013). Entrepreneurial orientation in small firms – values-attitudes-behavior approach. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 611-632.

- Solis, B. (2010). *Engage: The complete guide for brands and businesses to build, cultivate, and measure success in the new web*: John Wiley & Sons.
- Srimindarti, C. (2004). *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif untuk Mengukur Kinerja*. In *Fokus Ekonomi*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital. *Contaduria y administracion*, 1-18.
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Sulaiman, A. (2017). Role of social media on information accessibility. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*.
- Tajudeen, F., Jaafar, N., & Ainin, S. (2018). Understanding the impact of social media usage among organizations. *Information & Management*, 55(3):308–21.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behavior*.
- Timorria, I. F. (2020, September 15). *Survei BPS : Covid-19 Tekan Semua Sektor Usaha*. Retrieved from *Bisnis*: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200915/12/1291857/survei-bps-covid-19-tekan-semua-sektor-usaha>
- Too, E. G., & Tay, L. (2010). Strategic infrastructure asset management: a conceptual framework to identify capabilities. *Journal of corporate real estate*, 196-208.
- Turner, D. P. (2020). Sampling Methods in Research Design. *Headache*, 8-12.
- Umar, H. (2007). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada .
- Wernerfelt, B. (1995). The resource-based view of the firm: Ten years after. *Strategic management journal*, 171-174.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & van Oppen, C. (2009). Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 177-195.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2011). Where to from here? EO-as-experimentation, failure, and distribution of outcomes . *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5):925–46.

- Wulandari, A., Suryawardani, B., & Marcelino, D. (2020). Social Media Technology Adoption for Improving MSMEs Performance in Bandung: a Technology Organization-Environment (TOE) Framework. *The 8th International Conference on Cyber and IT Service Management (CITSM 2020) On Virtual*. Bandung.
- Yamin, S., Gunasekaran, A., & Mavondo, F. T. (1999). Relationship between generic strategies, competitive advantage and organizational performance: An empirical analysis. In *Technovation* (pp. 507–518).
- Yulisa, S., Utama, L., & Ruslim, T. S. (2021). The Use of Social Media to Enhance the Performance of Small and Medium Scale-Businesses. *Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, (pp. 443-447). Jakarta.
- Zahra, S. A. (2018). Entrepreneurial risk taking in family firms: The wellspring of the regenerative capability. *Family Business Review*, 216-26.
- Zhang, M., Guo, L., Hu, M., & Liu, W. (2017). Influence of customer engagement with company social networks on stickiness: Mediating effect of customer value creation. *International Journal of Information Management*, 229-40.

