

SKRIPSI

**PENGARUH FACILITATING CONDITIONS, SOCIAL
INFLUENCE DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP
SUSTAINABLE BUSINESS MODEL INNOVATIONS PADA
UMKM DI JAKARTA BARAT**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: Ricky

NIM: 115200357

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH FACILITATING CONDITIONS, SOCIAL
INFLUENCE DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP
SUSTAINABLE BUSINESS MODEL INNOVATIONS PADA
UMKM DI JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA: RICKY

NIM: 115200357


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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023

SURAT PERTANYAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

FR.FE-4.7-RO

 **UNTAR**
FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS


SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Ricky

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200357

Program Studi : S1 / Jurusan Manajemen Konsentrasi Kewirausahaan




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, 20 Desember 2023


Ricky

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.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RICKY
NIM : 115200357
PROGRAM/ JURUSAN : S1/ MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI SUSTAINABLE
BUSINESS MODEL INNOVATION
PADA UMKM DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 14 Desember 2023

Pembimbing.



(RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

NAMA : RICKY

NIM : 115200357

PROGRAM/JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS

KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH FACILITATING CONDITIONS,
SOCIAL INFLUENCE DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP
SUSTAINABLE BUSINESS MODEL INNOVATIONS PADA UMKM DI
JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 15 Januari 2024
dandinyatakan lulus, dengan tim penguji terdiri atas:

1. Ketua Penguji : M. Tony Nawawi Drs., M. M.
2. Anggota Penguji : Andi Wijaya S. E., M. M.

Jakarta, Januari 2024

Pembimbing,



(RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si.)

ABSTRACT

**UNIVERSITY TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA**

(A) RICKY 115200357

(B) *THE INFLUENCE OF FACILITY CONDITIONS, SOCIAL INFLUENCE AND HEDONIC MOTIVATION ON SUSTAINABLE BUSINESS MODEL INNOVATION IN MSMEs IN WEST JAKARTA*

(C) *xvii +41 Pages, 13 Tables, 9 Pictures, 11 Attachments*

(D) *ENTREPRENEUR*

(E) *Abstract:* Involvement in entrepreneurial activities has a significant impact on Indonesia's economic development, especially through the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector. This research aims to empirically test the influence of Facilitating Conditions, Social Influence, hedonic motivation on Sustainable Business Model Innovations in MSMEs in West Jakarta. A quantitative approach was chosen in this research because in this approach, data collection, interpretation and presentation is carried out using numbers. In the context of this research, the population that is the focus is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) operating around West Jakarta. These MSME actors are considered as subjects who can provide valuable insight and information related to the objectives of the research being carried out. The results of this research are that Facilitating Conditions has a positive effect on Sustainable Business Model Innovations in MSMEs in West Jakarta, Social Influence has no positive effect on Sustainable Business Model Innovations in MSMEs around West Jakarta, and Hedonic Motivation has a positive effect on Sustainable Business Model Innovations in MSMEs in around West Jakarta.

(F) *Keywords: economic, entrepreneurial, business*

(G) *References (2002-2022)*

(H) *RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si*

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) RICKY 115200357

(B) PENGARUH FACILITATING CONDITIONS, SOCIAL INFLUENCE DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP SUSTAINABLE BUSINESS MODEL INNOVATIONS PADA UMKM DI JAKARTA BARAT

(C) xvii + 41 Halaman, 13 Tabel, 9 Gambar, 1 Lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan ekonomi Indonesia, khususnya melalui sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Facilitating Conditions, Social Influence, hedonic motivation terhadap Sustainable Business Model Innovations pada UMKM di Jakarta Barat. Pendekatan kuantitatif menjadi pilihan dalam penelitian ini karena pada pendekatan ini, pengumpulan, interpretasi, dan penyajian data dilakukan dengan menggunakan angka. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang beroperasi di sekitar Jakarta Barat. Para pelaku UMKM ini dianggap sebagai subjek yang dapat memberikan wawasan dan informasi yang berharga terkait dengan tujuan penelitian yang sedang dilaksanakan. Hasil dari penelitian ini adalah Facilitating Conditions berpengaruh positif terhadap Sustainable Business Model Innovations pada UMKM di Jakarta Barat, Social Influence tidak berpengaruh positif terhadap Sustainable Business Model Innovations pada UMKM di sekitar Jakarta Barat, dan Hedonic Motivation berpengaruh positif terhadap Sustainable Business Model Innovations pada UMKM di sekitar Jakarta Barat.

(F) Kata Kunci: Ekonomi, kewirausahaan, bisnis

(G) Daftar Acuan (2002-2022)

(H) RR. Kartika Nuringsih S.E., M.Si

HALAMAN MOTTO

“Successful people are people who are always creating new things and looking for ways to make improvements.”

- Mark Zuckerberg

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

Saya Sendiri

Seluruh keluarga saya

Seluruh Rekan Perjuangan

Seluruh Pembimbing dan Pengajar yang terhormat

Untuk Generasi Selanjutnya

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya karna telah menyertai penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik serta tepat waktu dan diberi judul **“PENGARUH FACILITATING CONDITIONS, SOCIAL INFLUENCE DAN HEDONIC MOTIVATION TERHADAP SUSTAINABLE BUSINESS MODEL INNOVATIONS PADA UMKM DI JAKARTA BARAT”**

Pada penelitian skripsi ini memakan waktu sekitar 3 bulan lamanya Penelitian skripsi ini disusun guna untuk memenuhi persyaratan kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Penelitian ini disusun dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak- pihak yang mendukung dan membantu proses penulisan skripsi ini:

1. Ibu Kartika Nuringsih, S.E., M.Si. Sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia membantu sehingga merelakan waktu, tenaga, motivasi, serta pengarahan yang sangat membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni S.E, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara
4. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M.,selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

5. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Kepada seluruh anggota keluarga saya yang membantu dan mendukung dengan segenap hati.
7. Kepada orang tua saya karena telah memberikan dukungan, doa, dan membimbing saya.
8. Kepada pasangan saya karena selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada saya.
9. Kepada seluruh teman-teman saya yang merupakan mahasiswa UNTAR maupun bukan mahasiswa UNTAR.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan dukungan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, Saya Sebagai penulis menyadari bahwa penelitian saya masih belum sempurna baik dalam hal isi, Bahasa, penulisan, dan juga dari segi penyusunan.

Oleh karena itu penulis sangat bersedia menerima segala kritik serta saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini agar bermanfaat bagi pembaca sekalian.

DAFTAR ISI

SURAT PERTANYAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	5
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah	6
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	8

B.	DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL.....	10
1.	<i>Facilitating conditions</i>	10
2.	<i>Social Influence</i>	11
3.	<i>Hedonic Motivation</i>	11
C.	KAITAN ANTARA VARIABEL.....	13
1.	Pengaruh <i>Facilitating Conditions</i> Terhadap <i>Sustainable Business Model Innovations</i>	13
2.	Pengaruh <i>Social Influence</i> Terhadap <i>Sustainable Business Model Innovations</i>	14
3.	Pengaruh <i>Hedonic Motivation</i> Terhadap <i>Sustainable Business Model Innovations</i>	15
D.	KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	15
BAB III	METODE PENELITIAN	18
A.	DESAIN PENELITIAN.....	18
B.	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	19
1.	Populasi	19
2.	Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.	Ukuran Sampel	20
C.	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	20
1.	Instrumen.....	20
2.	Operasional Variabel	21
D.	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	23
1.	Analisis Validitas.....	23
E.	ANALISIS DATA	25
1.	Koefisien Determinasi (R^2)	26

2.	<i>Effect Size</i> (F^2)	26
3.	<i>Predictive Relevance</i>	Error! Bookmark not defined.
4.	Analisis Hipotesis	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
A.	HASIL PENELITIAN.....	28
a.	Deskripsi Subjek Penelitian	28
b.	Deskripsi Objek Penelitian	32
c.	Analisis Data	34
B.	PEMBAHASAN	38
BAB V PENUTUP		41
A.	KESIMPULAN	41
B.	KETERBATASAN DAN SARAN.....	41
a.	Keterbatasan	41
b.	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA		43
DAFTAR LAMPIRAN.....		52
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		59
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN		61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 4.1 Jenis Kelamin.....	29
Gambar 4.2 Usia	30
Gambar 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir	31
Gambar 4.4 Lama Usaha	32
Gambar 4.5 Hasil Uji R square	34
Gambar 4.6 Hasil Uji Effect Size	35
Gambar 4.7 Hasil Uji Hipotesis	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Ordinal	20
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Facilitating Conditions</i>	21
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Social Influence	22
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Hedonic Motivation</i>	22
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel sustainable Business Model Innovations.....	23
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.2 Usia	30
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Terakhir	31
Tabel 4.4 Lama Usaha	32
Tabel 4.5 <i>Facilitating Conditions</i>	33
Tabel 4.6 <i>Social Influence</i>	33
Tabel 4.7 <i>Hedonic Motivations</i>	33
Tabel 4.8 <i>Sustainable Business Model Innovation</i>	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Olah Data	52
-----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

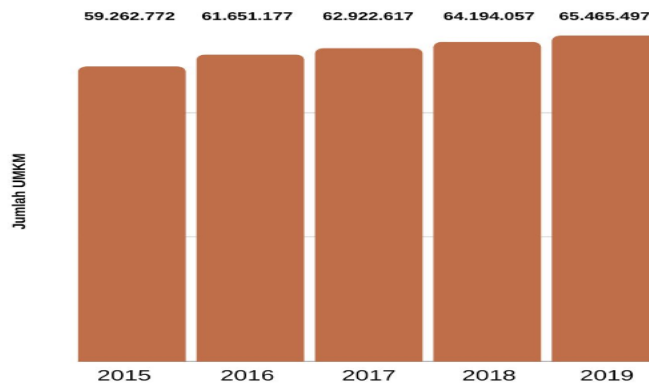
A. PERMASALAHAN

1. Latar Belakang Masalah

Keterlibatan dalam kegiatan kewirausahaan memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan ekonomi Indonesia, khususnya melalui sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dianggap sebagai motor penggerak ekonomi, yang mencerminkan inisiatif dan tujuan individu dalam mendirikan usaha mikro dengan kriteria tertentu. Data terkini mencatat bahwa pada tahun 2022, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 8,71 juta unit usaha (CNBC, 2023).

Di tengah tantangan ekonomi, UMKM memiliki peran krusial dalam menjaga stabilitas pertumbuhan ekonomi negara. Sebagai kelompok usaha yang paling melimpah, UMKM menyumbang secara signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dengan kontribusi mencapai 61,97% atau setara dengan Rp. 8.500 triliun pada tahun 2020 menurut laporan Badan Koordinasi Penanaman Modal (Sirclo, 2021). UMKM menjadi kekuatan ekonomi yang beragam, mencakup berbagai sektor mulai dari pedagang keliling hingga industri rumah tangga.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mencatat bahwa pertumbuhan UMKM terjadi subur di berbagai daerah, menyumbang pada total 8,71 juta unit usaha di Indonesia pada tahun 2022 (Databoks, 2022). Kesuksesan dan keragaman UMKM menjadi cerminan keberhasilan inovasi ekonomi di tingkat lokal, memberikan dorongan vital bagi perekonomian nasional.



Gambar 1.1. Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019

Sumber: Kementerian Koperasi dan UMKM RI,2020

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa setiap tahunnya jumlah UMKM baru meningkat. Akan tetapi untuk memastikan agar UMKM tersebut dapat berkembang di masa mendatang diperlukan inovasi. Karena inovasi sangat berguna bagi UMKM baru maupun yang sudah menjalankan bisnisnya. Jika inovasi tidak dijalankan tentu akan membuat bisnis yang dibangun memiliki kemungkinan besar tutup hanya hitungan bulan saja, dikarenakan persaingan yang ketat dan otak manusia akan terus berpikir untuk terus menggali mengenai inovasi atau ide yang baru yang belum pernah untuk dicoba.

Sustainable Business Model Innovations merupakan suatu proses dimana model bisnis baru dikembangkan dan perusahaan mengubah tujuan model bisnis yang ada demi pembangunan berkelanjutan (Roome & Louche, 2016). *Sustainable Business Model Innovations* memiliki fungsi sebagai sarana untuk membantu pelaku usaha dalam memecahkan masalah lingkungan, ekonomi dan sosial dengan cara merubah model bisnis lama serta mengganti tujuan model bisnis yang ada demi pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Strategi *Sustainable Business Model Innovations* dan implementasi penting untuk bisnis yang sudah mapan dan baru demi bertahan hidup mengungguli pesaing serta bertahan dengan inovasi produk

atau inovasi proses (Kiefer & Hermosilla, 2018). *Sustainable Business Model Innovations* sendiri merupakan suatu yang penting untuk di implementasikan dalam usaha UMKM karena memiliki fungsi untuk menciptakan inovasi produk dan inovasi proses untuk mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Dalam menjalankan UMKM ditemukan masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha sehingga sulit menerapkan *Sustainable Business Model Innovations*. Salah satu penelitian dilakukan oleh [Utaminingsih, \(2023\)](#) mengidentifikasi berbagai faktor mempengaruhi inovasi model bisnis berkelanjutan meliputi *facilitating conditions*, *effort expectancy*, *social influence*, *hedonic motivation*, dan *speed* pada usaha kecil menengah di Semarang. Faktor tersebut berasal dari eksternal maupun internal sehingga sangat mempengaruhi bagi pelaku usaha dalam melakukan inovasi bisnis.

Dalam implementasinya tidak mudah bagi pelaku usaha untuk berinovasi sehingga mengalami hambatan dalam mempertahankan kinerja secara berkelanjutan. Mengacu pada [Utaminingsih, \(2023\)](#) diidentifikasi sejumlah variabel yang memiliki pengaruh kuat terhadap inovasi model bisnis sehingga dipilih tiga variabel yang relevan dalam menentukan inovasi secara berkelanjutan.

Pertama: Keterbatasan fasilitas infrastruktur teknis maupun organisasi dapat menyebabkan kegagalan dalam membangun inovasi bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu merancang infrastruktur teknis dan menciptakan organisasi yang tepat sesuai dengan karakteristik usaha supaya dapat memiliki *Facilitating Conditions* untuk mendukung proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations*.

Kedua: Dalam hal penerapan inovasi model bisnis berkelanjutan, ada tiga konstruksi yang mewakili *Social Influence* serta dapat mempengaruhi perilaku pengusaha yaitu norma subyektif, faktor sosial dan citra ([Comin & Aguiar, 2019](#)). *Social Influence* yang buruk dari pelaku usaha dapat memperburuk citra suatu usaha yang menghambat proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM. *Social Influence*

yang buruk dari pelaku usaha disebabkan karena kurangnya penerapan norma yang subyektif seperti norma sopan sopan santun dan faktor sosial yang buruk seperti kurangnya etika pelayanan terhadap pembeli dapat memperburuk citra UMKM itu sendiri. Maka dari itu diperlukan peningkatan terhadap penerapan norma yang subyektif yaitu norma kesopanan dan faktor sosial berupa etika pelayanan terhadap pembeli untuk memperbaiki citra dari UMKM itu sendiri untuk mempermudah proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations*.

Ketiga: Dalam konteks yang mendasari *Hedonic Motivation*, dijelaskan bahwa motivasi hedonis merupakan sesuatu yang meliputi kesenangan atau kenikmatan yang diperoleh penggunaan sistem yang berperan besar dalam menerapkan *Sustainable Business Model Innovations* (Fauzi & Sheng, 2020). Tanpa adanya *Hedonic Motivation* dari pelaku usaha akan menyebabkan gagalnya proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM. *Hedonic Motivation* sendiri merupakan suatu motivasi yang ada dalam diri suatu pelaku usaha yang memberi dorongan dalam menjalankan suatu usaha. Demi pengembangan usaha berkelanjutan maka dibutuhkan *Hedonic Motivation* dari pelaku usaha yang bisa didapatkan dari dalam diri sendiri seperti adanya tujuan tersendiri dari pelaku usaha yang menjadi motivasi tersendiri yang dapat meningkatkan semangat pelaku usaha dan ada *Hedonic Motivation* dari luar diri si pelaku usaha seperti adanya dukungan dari banyak orang yaitu dukungan dari orang tua dan teman dalam meningkatkan semangat pelaku usaha dalam mengembangkan usaha UMKM berkelanjutan serta mempermudah proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM itu sendiri.

Oleh karena itu banyak umkm yang tidak bisa melanjutkan bisnis nya dikarenakan kurangnya faktor inovasi sehingga membuat konsumen menjadi bosan pada umkm yang tidak melakukan inovasi. Penerapan inovasi ini tentu akan sangat berguna bagi pelaku umkm di sekitar Jakarta Barat guna memberikan usaha yang berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Facilitating Conditions, Social Influence Dan Hedonic Motivation Terhadap Sustainable Business Model Innovations Pada Umkm Di Jakarta Barat”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah baru yang diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Kurangnya *Facilitating Conditions* berupa infrastruktur teknis dan organisasi yang tidak mendukung menyebabkan kegagalan dalam menerapkan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM.
- b. *Social Influence* yang buruk dari pelaku usaha dapat memperburuk citra suatu usaha yang menghambat proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM.
- c. Tanpa adanya *Hedonic Motivation* dari pelaku usaha akan menyebabkan gagalnya proses penerapan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM.
- d. Sulitnya menerapkan *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM karena tidak sesuai dengan faktor pendukung usaha menyebabkan pelaku usaha gagal mengatasi masalah lingkungan dan sosial.

3. Batasan Masalah

Terlihatnya begitu luasnya ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini, maka peneliti akan melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini :

- a. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pelaku UMKM di Jakarta Barat. Pembatasan subjek dan wilayah penelitian dilakukan agar pengumpulan data lebih akurat dari segi waktu, tenaga dan juga biaya.

- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi yaitu *facilitating conditions, social influence, hedonic motivation* dan *sustainable Business model Innovations*.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini di susun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Sustainable Business Model Innovations* Pada UMKM di Jakarta Barat?
- b. Apakah terdapat pengaruh *Social Influence* terhadap *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM di Jakarta Barat?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini menguji secara empiris:

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh *Facilitating Conditions* terhadap *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM di Jakarta Barat.
- b. Untuk menguji secara empiris *Social Influence* terhadap *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM di Jakarta Barat.
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh *Hedonic Motivation* terhadap *Sustainable Business Model Innovations* pada UMKM di Jakarta Barat.

2. Manfaat penelitian

Manfaat dari diadakannya penelitian ini dibagi menjadi dua kategori yaitu manfaat teoritis dan juga manfaat praktis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari hasil dari penelitian ini yang dilakukan ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen kewirausahaan serta dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya mengenai *Facilitating Conditions*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation* dan juga *Sustainable Business Model Innovations*.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi pelaku UMKM di Jakarta Barat untuk mengetahui pengaruh yang ada pada *Facilitating Conditions*, *Social Influence*, *Hedonic Motivation* terhadap *Sustainable Business Model Innovations*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdat, F. (2020). Using UTAUT Model to Predict Social Media Adoption among Indonesian SMEs. *Saudi Journal of Economics and Finance*.
- Acciarini, C., & Borelli, F. (2022). Can digitalization favour the emergence of innovative and sustainable business models? A qualitative exploration in the automotive sector. *Journal of Strategy and Management*, 335-352.
- Adijati Utaminingsih, Sri Yuni Widowati, & Witjaksono, E. H. (2023). Sustainable business model innovation : external and internal factors on SMEs. *International Journal of Innovation Science*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aritonang, L. R. (2007). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Atuahene-Gima & Wei. (2010). The vital role of problem-solving competence in new product success. *Journal of Product Innovation Management*, 81-98.
- Blank, S. & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*. K&S Ranch, Hooken, NJ.
- Bocken, N.M., & Short, S.W. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 42-56.
- Brian Hesm Nurcahyo, I. K. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 1-1.
- Chang, A. (2012). UTAUT and UTAUT 2: A review and agenda for future research. *The Winners*, 106–114.

- Chen, Y.K., Coviello, N. & Ranaweera, C. (2020). How does dynamic network capability operate? A moderated mediation analysis with NPD speed and firm age. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 292-306.
- Chua, P. Y., & Rezaei, S. (2018). Elucidating social networking apps decisions: Performance expectancy, effort expectancy and social influence. *Nankai Business Review International*, 118-142.
- Cobelli, N., Chiarini, A., & Giaretta, E. (2021). Enabling factors for adopting sustainable, organic wine production. *The TQM Journal*, 1572-1588.
- Comin, L.C., & Aguiar, C.C. (2019). Sustainable business models: a literature review. *Benchmarking: An International Journal*, 2028-2047.
- Dasuki, R. E. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resource Based View. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 447-454.
- Databoks. (2022). *Jumlah pertumbuhan UMKM di Indonesia*. Jakarta.
- Duxbury, L. & Higgins, C. (2014). Mobile technology and boundary permeability. *British Journal of Management*, 570-588.
- Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). An empirical validation of a unified model of electronic government adoption (UMEGA). *Government Information Quarterly*, 211-230.
- Eunike, K., & Utama. (2021). FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM BIDANG KULINER PADA MASA PANDEMI COVID –19. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 771-781.
- Evans, S., Vladimirova, D., & Holgado, M. (2017). Business model innovation for sustainability: towards a unified perspective for creation of sustainable business models. *Business Strategy and the Environment*, 597-608.

- Farhan Bagas Aji, & S Nursyamsiah. (2022). Pengaruh inovasi model bisnis terhadap peningkatan kinerja UMKM di Yogyakarta. *Indonesian Journal of Economics Business, Accounting and Management*.
- Fauzi, A.A. & Sheng, M.L. (2020). Ride-hailing apps continuance intention among different consumer groups in Indonesia: the role of personal innovativeness and perceived utilitarian and hedonic value. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 1195-1219.
- Flache, A., Feliciani, T., & Lorenz, J. (2017). Models of social influence: Towards the next frontiers. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*.
- Frederiksen, D.L. & Brem, A. (2017). How do entrepreneurs think they create value? A scientific reflection of Eric Ries' lean startup approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 169-189.
- Geissdoerfer, M. B. (2016). Design thinking to enhance the sustainable business modelling process—a workshop based on a value mapping process. *Journal of Cleaner Production*, 1218-1232.
- Ghalandari, K. (2012). The effect of performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions on acceptance of e-banking services in Iran: The moderating role of age and gender. *Middle East Journal of Scientific Research*, 801-807.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis dengan program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____ (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Guo, H., Su, Z. & Ahlstrom, D. (2016). Business model innovation: the effects of exploratory orientation, opportunity recognition, and entrepreneurial bricolage in an emerging economy. *Asia Pacific Journal of Management*, 533-549.
- Hair, et al. (2014) *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey : Pearson
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 139-152.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 106–121.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Henseler, J. R. (2009). The Use of Partial Least Squares Path Modeling In International Marketing. *New Challenges to International Marketing Advances In International Marketing*, 277– 319.
- Husnil Khatimah, P. S. (2019). HEDONIC MOTIVATION AND SOCIAL INFLUENCE ON BEHAVIORAL INTENTION OF E-MONEY: THE ROLE OF PAYMENT HABIT AS A MEDIATOR. *International Journal of Entrepreneurship*, 3-4.
- Hutahayan, & Yufra. (2019). Innovation speed and competitiveness of food small and medium sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia: creative destruction as the mediation. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 1152-1173.
- Kiefer, C.P., & Carrillo-Hermosilla, J. (2018). A taxonomy of eco-innovation types in firm. *Documentos Trajabo*, 1-30.

- Kuncoro & Mudrajad. (2005). *Strategi bagaimana meraih keunggulan kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Lasaksi, Pardin. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Program PMI di Papua dalam Menggalakkan Kewirausahaan Pemuda. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*. Vol 1 No 04.
- Latifi, M.A., Nikou, S. & Bouwman, H. (2021). Business model innovation and firm performance: exploring causal mechanisms in SMEs. *Technovation*, 1-7.
- Lekezwa, & Zulu. (2022). Critical factors in the innovation adoption of heated tobacco products consumption in an emerging economy. *International Journal of Innovation Science*.
- Madigan, R. (2017). What influences the decision to use automated public transport? Using UTAUT to understand public acceptance of automated road transport systems. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 55-64.
- Mansoori, Y. (2017). Enacting the lean startup methodology: the role of vicarious and experiential learning processes. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 812-838.
- Marliana, R. R. (2020). PARTIAL LEAST SQUARES-STRUCTURAL EQUATION MODELING PADA HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA DAN KUALITAS GOOGLE CLASSROOM BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0. *Jurnal matematika, statistika, dan komputasi*, 174-186.
- Merakati & Rusdarti. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Kewirausahaan melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal of Economic Education*, 114 - 123.
- Meske, C., Junglas, I. & Stieglitz, S. (2019). Explaining the emergence of hedonic motivations in enterprise social networks and their impact on

- sustainable user engagement: a four drive perspective. *Journal of Enterprise Information Management*, 436-456.
- Morrar, R. & Baba, S. (2022). Social innovation in extreme institutional contexts: the case of Palestine. *Management Decision*, 1387-1412.
- Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian eksploratif komunikasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 65-74.
- Najafi-Tavani, S. &.-T. (2016). Market orientation, marketing capability, and new product performance: the moderating role of absorptive capacity. *Journal of Business Research*, 5059-5064.
- Nduru, R., Situmorang, M., & Tarigan, G. (2020). PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING PADA HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA DAN KUALITAS GOOGLE CLASSROOM BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0. *Jurnal matematika, statistika, dan komputasi*, 174-186.
- Nugroho, Rahmad., Wirasdyartha, I Wayan. (2023). Strategi Mendorong Kota Bandung sebagai Kota Ekonomi Kreatif Berkelanjutan melalui Inovasi Industri Tekstil. Prosiding West Java Economic Society 2023. Vol 1 No 01
- Nurunnabi, M. (2020). Recovery planning and resilience of SMEs during the COVID-19: experience from Saudi Arabia. *Journal of Accounting and Organizational Change*, 643-653.
- Peralta, A., Hermosilla, J., Crecente, F. (2019). Sustainable business model innovation and acceptance of its practices among Spanish entrepreneurs. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Volume 26, Issue 5
- Pudjiarti, & Hutomo. (2020). The critical role of effective organizational learning to improve firm's innovation and performance in a market

- turbulence condition. *International Journal of Innovation Science*, 237-254.
- Purwanto, M. N. (2002). *Prinsip-Prinsip Dan Teknik Evaluasi Pengajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Raduan, Jegak, & Haslinda. (2009). Management, Strategic Management Theories and the Linkage with Organizational Competitive Advantage from the Resource-Based View. *European Journal of Social*.
- Rashotte, L. (2007). *Social influence*. The Blackwell encyclopedia of sociology.
- Roome, N. & Louche, C. (2016). Journeying toward business models for sustainability: a conceptual model found inside the black box of organisational transformation. *Organization and Environment*, 11-35.
- Rynardo, K., & Utama. (2021). Pengaruh Orientasi Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 1066-1075.
- S. Guzin Mazman, Y. K. (2009). Social Influence in the Adoption Process and Usage of Innovation: Gender Differences. *International Journal of Behavioral, Cognitive, Educational and Psychological Sciences*, 231-233.
- Schaltegger, & Hansen, E.G. (2016). Business models for sustainability: origins, present research, and future avenues. *Organization and Environment*, 3-10.
- Scheepers, C.B. & Bogie, J. (2020). Uber sub-Saharan Africa: contextual leadership for sustainable business model innovation during COVID-19. *Emerald Emerging Markets Case Studies*, 1-18.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach. *john wiley & sons*.

- Shrafat Ali Sair, & RQ Danish. (2018). Effect of Performance Expectancy and Effort Expectancy on the Mobile Commerce Adoption Intention through Personal Innovativeness among Pakistani Consumers. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 501-520.
- Sirclo. (2021). pertumbuhan UMKM di tengah ancaman resesi.
- Sudjana, N. (2014). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiharto & Sitinjak. (2006). *lisrel*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi penelitian : lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanto, L., Yanti, Viriany, & Wirianata, H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad. *Jurnal Bina Akuntansi*, 124 - 141.
- Susilowati, I. & Mafruhah, I. (2022). Women's empowerment to alleviate poverty in coastal zones: a case study of fisherwomen in Pacitan, Indonesia. *International Journal of Ethics and Systems*, 165-179.
- Tiscini, R., & Testarmata, S. (2020). The blockchain as a sustainable business model innovation. *Management Decision*, 1621-1642.
- Utaminingsih, A., Widowati, S. Y., & Witjaksono, E. H. (2023). Sustainable business model innovation: external and internal factors on SMEs. *International Journal of Innovation Science*.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., & Davis, G.B. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 425-478.

Venkatesh, V., Thong, J.Y. & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 157-178.