

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP PENGADOPSIAN *E-COMMERCE* UMKM
SEKTOR KULINER DI JAKARTA BARAT MELALUI
MEDIASI PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : VIEVIE

NIM : 115200170

UNTUK MEMENUHI SEBAGAI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2024

SKRIPSI
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP PENGADOPSIAN *E-COMMERCE* UMKM
SEKTOR KULINER DI JAKARTA BARAT MELALUI
MEDIASI PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : VIEVIE

NIM : 115200170

UNTUK MEMENUHI SEBAGAI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini : Vievie
Nama Mahasiswa : Vievie
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200170
Program Studi : S1 Manajemen



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, 23 Desember 2023



Vievie

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 DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Vievie
NIM : 115200170
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP PENGADOPSIAN *E-COMMERCE*
UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA BARAT
MELALUI MEDIASI PROSES MANAJEMEN
PENGETAHUAN.

Jakarta, 4 Desember 2023

Pembimbing,



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

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Vievie
NIM : 115200170
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
TERHADAP PENGADOPSIAN *E-COMMERCE*
UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA
BARAT MELALUI MEDIASI PROSES
MANAJEMEN PENGETAHUAN.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : - Louis Utama, S.E., M.M.
- Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

Jakarta, 26 Januari 2024

Pembimbing,

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

ABSTRACT
TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
JAKARTA

(A) VIEVIE (115200170)

(B) *THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON THE ADOPTION OF E-COMMERCE MSMEs IN THE CULINARY SECTOR IN WEST JAKARTA THROUGH MEDIATION OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT PROCESS*

(C) XVII + 122 pages, 25 tables, 13 pictures, 5 attachments.

(D) *Entrepreneurial Management*

(E) *Abstract : This research aims to determine the effect of entrepreneurial orientation on the adoption of e-commerce by MSMEs in the culinary sector in West Jakarta. Then examine the knowledge management process as a mediator of entrepreneurial orientation towards e-commerce adoption. The sample used in this research was 140 people who were culinary business owners in the form of food or drinks in West Jakarta, especially the Dutamas and Jelambar areas. Data was obtained through a questionnaire which the author distributed by directly visiting MSME business owners in the culinary sector in Dutamas and Jelambar who use e-commerce in all their business activities. This research uses non-probability sampling techniques and purposive sampling methods. Then the data obtained was processed using PLS-SEM with Smart PLS version 3 statistical software. The results obtained in this research indicate that a) entrepreneurial orientation has no influence on e-commerce adoption. b) entrepreneurial orientation has an influence on the knowledge management process. c) the knowledge management process has an influence on e-commerce adoption. f) entrepreneurial orientation has an influence on e-commerce adoption through the knowledge management process.*

(F) References 1988 – 2023 years

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

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) VIEVIE (115200170)

(B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENGADOPSIAN E-COMMERCE UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA BARAT MELALUI MEDIASI PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN

(C) XVII + 122 halaman, 25 tabel, 13 gambar, 5 lampiran.

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengadopsian *e-commerce* UMKM sektor kuliner di Jakarta Barat. Kemudian dilakukan pengujian proses manajemen pengetahuan sebagai mediasi orientasi kewirausahaan terhadap pengadopsian *e-commerce*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 140 orang yang merupakan pemilik usaha kuliner baik berupa makanan atau minuman yang terdapat di Jakarta Barat khususnya daerah Dutamas dan Jelambar. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebar oleh penulis dengan mengunjungi secara langsung terhadap pemilik usaha UMKM sektor kuliner di Dutamas dan Jelambar yang menggunakan *e-commerce* dalam seluruh kegiatan usahanya. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Kemudian data yang telah diperoleh, diolah menggunakan PLS-SEM dengan software statistik Smart PLS versi 3. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa a) orientasi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce*. b) orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap proses manajemen pengetahuan. c) proses manajemen pengetahuan memiliki pengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce*. f) orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce* melalui proses manajemen pengetahuan.

(F) Referensi tahun 1988 – 2023

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

Motto

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku” –
Filipi 4:13.

“Dream big, work hard, and never give up”.

Halaman Persembahan

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan dan selalu menyertai saya dalam setiap langkah yang dilakukan agar dapat berhasil khususnya penulisan skripsi ini pastinya dalam tuntunan Tuhan.
2. Seluruh dosen pengajar maupun dosen pembimbing serta Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang dibutuhkan dan bermanfaat dimulai dari awal perkuliahan hingga saat ini.
3. Kedua orang tua yang selalu membantu dan memberikan dukungan agar saya tidak patah semangat dalam penulisan skripsi ini.
4. Kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang dan berusaha menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tujuan penulisan skripsi ini berguna untuk memenuhi syarat-syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Tarumanagara. Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari panduan, dukungan, bimbingan, dan dorongan yang diperoleh dari berbagai pihak dan tentunya penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal ini. Ucapan terimakasih secara khusus diberikan kepada sebagai berikut :

1. Bapak Louis Utama, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, pikiran, tenaga, motivasi, dan pengarahan yang sangat baik dan bermanfaat sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen, asisten dosen, dan staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Tarumanagara.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang memberikan semangat berupa dukungan dan doa yang terbaik bagi penulis selama proses perkuliahan maupun penyelesaian skripsi ini.
6. Kekasih yang selalu menemani, mendukung, dan menyemangati penulis selama awal proses perkuliahan hingga penulisan skripsi ini yaitu Kevin Leonardo.

7. Sahabat sejak sekolah dasar yang telah setia mendukung, menyemangati, dan memberikan bantuan kepada penulis dari awal proses perkuliahan hingga saat ini yaitu Metta Purnamasari, Vania Alvita, Karmenia Suwandi, Fionny Velamy, Marisa Pavan, Desmonda, dan Putri Anetta.
8. Leader gereja yang telah memberikan dukungan serta membantu dalam doa dan memberikan arahan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini yaitu Jimmy Jeremy.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.

Penulis berharap kiranya seluruh dukungan dan semangat yang telah diberikan akan mendapatkan berkah kelimpahan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis akan menerima kritik dan saran yang kiranya dapat membangun untuk mengembangkan skripsi ini dari seluruh pihak yang terkait. Akhir kata mohon maaf jika terjadi banyak kesalahan dalam penulisan skripsi ini, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 30 November 2023

Penulis,



(Vievie)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	9
3. Batasan Masalah.....	10
4. Rumusan Masalah	10
B. Tujuan dan Manfaat	11
1. Tujuan Penelitian.....	11
2. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
LANDASAN TEORI.....	13
A. Gambaran Umum Teori	13
B. Definisi Konseptual Variabel.....	14
1. Orientasi Kewirausahaan.....	14
2. Pengadopsian <i>E-commerce</i>	18
3. Proses Manajemen Pengetahuan	19

C.	Kaitan antara Variabel-variabel	20
1.	Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dan Pengadopsian <i>E-commerce</i>	20
2.	Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dan Proses Manajemen Pengetahuan...	22
3.	Kaitan antara Proses Manajemen Pengetahuan dan Pengadopsian <i>E-commerce</i>	23
4.	Kaitan antara Orientasi Kewirausahaan dan Pengadopsian <i>E-commerce</i> yang dimediasi oleh Proses Manajemen Pengetahuan	24
D.	Penelitian yang Relevan.....	26
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	28
1.	Kerangka Pemikiran	28
2.	Hipotesis.....	31
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
A.	Desain Penelitian.....	32
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	32
1.	Populasi	32
2.	Teknik Pemilihan Sampel	33
3.	Ukuran Sampel.....	35
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	35
1.	Orientasi Kewirausahaan.....	36
2.	Pengadopsian <i>E-commerce</i>	38
3.	Proses Manajemen Pengetahuan	39
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	39
1.	Uji Validitas	40
2.	Uji Reliabilitas.....	46
E.	Analisis Data	48
1.	Uji Koefisien Determinan (R^2).....	49
2.	Uji Pengukuran <i>Q-Square</i> (Q^2)	49
3.	Uji Effect Size (f^2)	49
4.	Uji Goodness of Fit Model.....	49
5.	Uji Multikolinieritas	50

6.	Analisis Mediasi.....	50
7.	Uji Hipotesis.....	50
F.	Asumsi Analisis Data.....	51
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	52
1.	Pemilik Usaha	52
2.	Jenis Kelamin	53
3.	Usia.....	54
4.	Tingkat Pendidikan	56
5.	Kategori Usaha Kuliner.....	57
6.	Menggunakan <i>E-commerce</i>	57
7.	Lama Waktu Usaha Beroperasi.....	58
8.	Lokasi Usaha	59
9.	Hasil Penjualan Tahunan.....	60
10.	Jumlah Tenaga Kerja.....	62
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	63
1.	Orientasi Kewirausahaan.....	65
2.	Pengadopsian <i>E-commerce</i>	67
3.	Proses Manajemen Pengetahuan	68
C.	Hasil Analisis Data.....	69
1.	Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	69
2.	Hasil Uji Pengukuran <i>Q-Square</i> (Q^2).....	70
3.	Hasil Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	72
4.	Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	72
5.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	73
6.	Hasil Analisis Mediasi	74
7.	Hasil Uji Hipotesis	75
D.	Pembahasan.....	78
BAB V	90
PENUTUP	90

A. Kesimpulan	90
B. Keterbatasan dan Saran	90
1. Keterbatasan	90
2. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	122
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	123

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	37
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Pengadopsian <i>E-commerce</i>	38
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Proses Manajemen Pengetahuan	39
Tabel 3.4 Hasil Analisis <i>Outer Loading</i>	42
Tabel 3.5 Hasil Analisis <i>Fornell - Larcker Criterion</i>	45
Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	46
Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Composite Reliability</i>	47
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i>	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Usaha Beroperasi....	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	59
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan Tahunan	61
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	62
Tabel 4.8 Deskripsi Objek Penelitian Orientasi Kewirausahaan	65
Tabel 4.9 Deskripsi Objek Penelitian Pengadopsian <i>E-commerce</i>	67
Tabel 4.10 Deskripsi Objek Penelitian Proses Manajemen Pengetahuan	68
Tabel 4.11 Hasil Analisis Uji Koefisien Determinan (R^2).....	70
Tabel 4.12 Hasil Analisis Uji Pengukuran <i>Q-Square</i> (Q^2)	71
Tabel 4.13 Hasil Analisis Uji <i>Effect Size</i> (f^2).....	72
Tabel 4.14 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	73
Tabel 4.15 Hasil Analisis VIF	74
Tabel 4.16 Hasil Analisis Mediasi.....	75
Tabel 4.17 Hasil <i>Path Coefficient</i> dan Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi UMKM terhadap PDB	1
Gambar 1.2 Sektor yang tumbuh saat pandemi	8
Gambar 2.1 Model Penelitian	31
Gambar 3.1 Hasil <i>Outer Loading</i>	43
Gambar 3.2 Diagram Analisis <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	44
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	56
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Waktu Usaha Beroperasi	58
Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	60
Gambar 4.6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan Tahunan.....	61
Gambar 4.7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	63
Gambar 4.8 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	104
Lampiran 2. Hasil Data Kuesioner	109
Lampiran 3. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	114
Lampiran 4. Hasil Analisis Data.....	117
Lampiran 5. Pemilik Usaha Kuliner Di Dutamas dan Jelambar	120

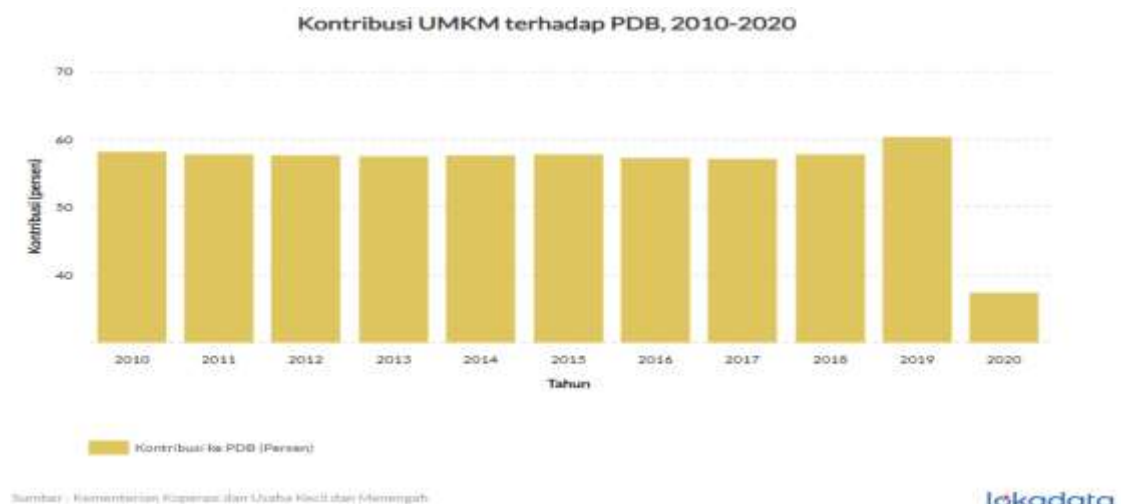
BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2020, Indonesia sedang dilanda dengan pandemi Covid-19. Dampaknya sangat berpengaruh terhadap tingkat perekonomian di Indonesia, bahkan hal tersebut turut dialami oleh seluruh masyarakat dimana terjadinya beberapa masalah seperti penurunan pendapatan hingga meningkatnya angka pengangguran. Hal tersebut membuat seluruh masyarakat perlu memikirkan cara untuk mempertahankan dan meningkatkan tingkat perekonomian mereka. Keberlangsungan Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) pun turut terancam akibat dampak negatif yang terjadi dari pandemi Covid-19. Sektor kuliner terkena dampak paling besar dibandingkan dengan sektor usaha lainnya. Selain itu, sebesar 94,69% UMKM yang mengalami penurunan penjualan akibat pandemi dan sebesar 72,02% UMKM yang tidak dapat mempertahankan usahanya akibat adanya penurunan pendapatan yang dapat dikatakan signifikan akan tetapi tetap harus mengeluarkan biaya produksi (Junida, 2020).



Gambar 1.1 Kontribusi UMKM terhadap PDB

Sumber : lokadata.beritagar.id (2020)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah memegang peran penting bagi perekonomian negara baik negara maju maupun negara berkembang. Selain itu, UMKM turut memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) yang cukup besar. Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan bahwa pada tahun 2020 kontribusi UMKM ke Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan yang terendah yakni 37,3 % dan mengalami penurunan hingga 38,14% dibandingkan tahun sebelumnya (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2020). Melalui hal tersebut, UMKM di Indonesia terjadi penurunan kontribusi yang terjadi akibat dampak negatif dari pandemi Covid-19 dan tentunya akan mempengaruhi perekonomian dan usaha UMKM.

Selama masa pandemi Covid-19 pemerintah menyarankan seluruh masyarakat untuk mengurangi kegiatan diluar rumah. Hal ini membuat pelaku usaha yang menjalankan usahanya secara *offline* akan mengalami kerugian akibat kurangnya pembeli sehingga tidak menutup kemungkinan akan adanya pengaruh buruk bagi suatu usaha dimana akan adanya penurunan pendapatan penjualan dari usaha akibat kurang adanya transaksi jual beli dengan pelanggan. Hal tersebut akan membuat pelaku usaha sulit untuk mempertahankan usahanya akibat kekurangan modal usaha. Pandemi Covid-19 membuat adanya perubahan dalam seluruh kegiatan usaha dimana UMKM perlu untuk melakukan inovasi dan mengerahkan ide baru yang menjadi daya tarik usahanya agar dapat bertahan.

Seiring terjadinya pandemi Covid-19, perkembangan teknologi terus berjalan atau dapat dikatakan tidak adanya hambatan yang terjadi mengenai teknologi informasi. Melalui perkembangan teknologi yang terjadi, membuat timbulnya aktivitas internet yang semakin berkembang yakni penggunaan aplikasi *e-commerce* di seluruh dunia. Teknologi informasi dan komunikasi dapat dikatakan menjadi salah satu fasilitas yang mampu meningkatkan daya saing bisnis. Teknologi informasi yang dapat digunakan yaitu aktivitas internet berupa *e-business* atau lebih dikenal dengan *e-commerce* yang merupakan alat penting bagi perusahaan untuk membantu operasional bisnis untuk menjadi lebih efisien dan memperoleh keunggulan yang kompetitif. Sistem yang terdapat pada *e-commerce* terdiri menjadi dua bagian yaitu berupa promosi dan juga berupa iklan

produk atau jasa serta pengiriman barang secara elektronik (Al-Bakri & Katsioloudes, 2015). *E-commerce* dapat mengubah cara berbisnis dengan memberikan penawaran yang lebih menarik, harga yang lebih kompetitif, hingga adanya strategi pemasaran yang lebih menarik untuk membuat timbulnya rasa ketertarikan dari pelanggan untuk membeli suatu produk atau jasa yang dijual (Valarezo, Amaral, Munoz, Garcia, & Lopez, 2018).

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang berkembang, akan membuat dunia bisnis menjadi lebih kompetitif yang disebabkan karena adanya perkembangan teknologi informasi (Martínez-Caro & Gabriel Cegarra-Navarro, 2010). Semakin berkembangnya suatu teknologi akan membuat setiap perusahaan ingin untuk bergerak maju agar tidak kalah saing dengan pesaingnya dengan lebih memanfaatkan teknologi dalam usahanya (Chatterjee & Kar, 2018). Hal ini membuat persaingan dalam dunia bisnis menjadi lebih kompetitif sehingga akan mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tidak menutup kemungkinan akan sulit untuk mengembangkan usahanya. UMKM akan sulit untuk menghadapi persaingan yang ada apabila UMKM tersebut masih tertinggal dengan tidak adanya penggunaan teknologi akibat kurangnya pemahaman tentang penggunaan teknologi. Selain membuat UMKM menghadapi persaingan, UMKM juga dapat dikatakan tertinggal dengan perusahaan besar akibat perusahaan besar memiliki selangkah lebih maju dibandingkan UMKM. Maka dengan itu, UMKM perlu memiliki kesiapan yang matang agar dapat menghadapi persaingan yang ada dalam dunia bisnis. Dalam dunia bisnis akan adanya persaingan yang harus dihadapi oleh setiap pelaku usaha sehingga pengusaha perlu untuk memanfaatkan peluang baru yang lebih cepat daripada pesaing dengan memanfaatkan orientasi kewirausahaan dalam keberlangsungan usahanya, yaitu seperti mulai untuk mengikuti alur perubahan yang terjadi dimana pelaku usaha UMKM turut beralih melakukan perdangan secara *online* atau lebih memanfaatkan teknologi yang ada.

Pengadopsian orientasi kewirausahaan dari pelaku usaha menjadi suatu peranan penting yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut akan memiliki kinerja usaha yang baik. Orientasi kewirausahaan memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Pada

dasarnya orientasi kewirausahaan juga perlu untuk diarahkan agar dapat mencapai keunggulan kompetitif yang lebih signifikan (Karacaoglu & San, 2013). Dengan kata lain, adanya pengadopsian orientasi kewirausahaan dalam suatu usaha khususnya UMKM akan membuat pelaku usaha tersebut dapat mempertahankan usahanya untuk mencapai keunggulan yang kompetitif. Para pelaku UMKM perlu untuk turut berupaya melakukan orientasi kewirausahaan dengan adanya inovasi produk, mempelajari dan meningkatkan pemahaman mengenai kebutuhan pelanggan, dan mengembangkan produk agar bisnis dapat tetap bertahan (Ergun & Kuscu, 2013). Dengan menerapkan orientasi kewirausahaan yang baik maka dapat membantu usaha dengan meningkatkan pendapatan penjualan, menarik pelanggan, dan pertumbuhan kinerja (Karabulut, 2015). Maka dari hal tersebut, orientasi kewirausahaan menjadi salah satu komponen yang penting dalam mengembangkan usaha, dimana dapat dilihat dari cara pemilik atau pelaku usaha UMKM mengelola usahanya dengan menunjukkan tindakan atau perilaku yang inovatif, berani dalam mengambil risiko, dan proaktif.

Apabila UMKM melibatkan orientasi kewirausahaan dalam usahanya maka orientasi kewirausahaan tersebut mampu meningkatkan kinerja usaha melalui pengadopsian *e-commerce* dan teknologi digital, dimana UMKM melakukan inovasi dengan memulai mengadopsi *e-commerce* dalam seluruh kegiatan usaha (Abebe, 2014). Dengan kata lain, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh bagi pelaku UMKM untuk melakukan inovasi dalam usahanya yaitu dengan adanya strategi baru dalam kegiatan usaha yang lebih mengadopsikan atau menggunakan *e-commerce* (Suhendah & Brigita, 2020). Mengenai data pengadopsian *e-commerce* berdasarkan Laporan Institut Global McKinsey (2018), bahwa sepertiga dari total jumlah UMKM di Indonesia yaitu 36% menerapkan transaksi secara *offline*, 37% memiliki kemampuan untuk menggunakan alat elektronik seperti komputer atau akses *online*, 18% UMKM memiliki kemampuan untuk menggunakan media *platform online* seperti *web* atau media sosial, dan 9% diantaranya mampu melakukan *e-commerce*. Pertumbuhan pendapatan dapat meningkat antara 23% dan 80% apabila UMKM mengadopsikan *e-commerce* dalam usahanya. Maka dengan itu, UMKM perlu memiliki orientasi

kewirausahaan agar dapat mempertahankan usahanya seiring terjadinya perkembangan teknologi.

Selain orientasi kewirausahaan, kinerja UMKM turut perlu diperhatikan dikarenakan beberapa UMKM masih memiliki kinerja usaha yang belum maksimal sehingga perlu untuk ditingkatkan (Sanny, Angelina, & Christian, 2021). Hal tersebut terjadi karena masih adanya UMKM yang memiliki kinerja yang buruk yang membuat beberapa UMKM mengalami kegagalan, tidak adanya perkembangan, hingga tutup permanen terutama apabila kurangnya inovasi dari pelaku usaha (Uchenna, Sanjo, & Joseph, 2019). Pada dasarnya, kinerja usaha dapat dikatakan menjadi salah satu tolak ukur untuk menilai keberhasilan manajemen dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Apabila UMKM tidak memiliki kinerja usaha yang baik maka UMKM akan sulit untuk mengembangkan usaha seiring dengan adanya persaingan yang semakin kompetitif.

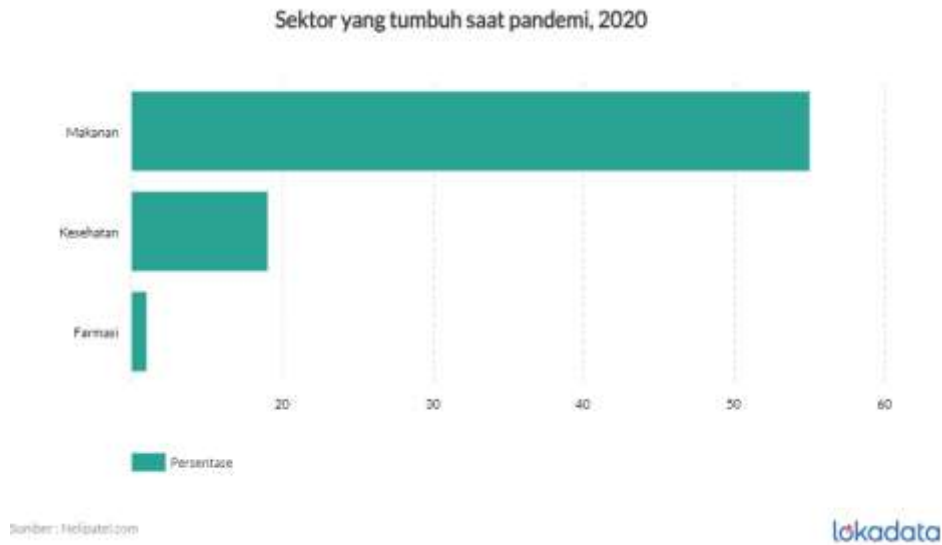
Untuk tercapainya tujuan usaha maka setiap pelaku usaha turut memerlukan pemahaman yang baik mengenai manajemen pengetahuan serta mengetahui manfaat manajemen pengetahuan bagi usaha. Manajemen pengetahuan merupakan suatu strategi untuk menciptakan kemampuan baru yang mampu mendorong inovasi suatu usaha sehingga usaha tersebut dapat memiliki kinerja yang unggul. Dengan kata lain, manajemen pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelaku usaha untuk mengadopsi *e-commerce* (Yee-Loong Chong, Ooi, Bao, & Lin, 2014). Dengan memahami dan mengetahui manfaat dari manajemen pengetahuan bagi suatu usaha tidak berarti cukup akan tetapi perlu untuk diterapkan dalam suatu usaha. Perlu diketahui bahwa tingkat implementasi dan kesadaran mengenai manajemen pengetahuan saat ini masih belum optimal terutama apabila tidak adanya dukungan dari pemerintah (Pandey & Dutta, 2013). Hal ini membuat beberapa usaha menjadi kurang berinovasi terhadap usahanya dan tidak menggunakan *e-commerce* untuk mengembangkan usaha sedangkan manajemen pengetahuan secara tidak langsung dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan UMKM untuk berinovasi dalam usahanya dengan menggunakan *e-commerce* dan meningkatkan

efisiensi serta kualitas pengetahuan dalam usahanya (Shujahat, Sousa, Hussain, Nawaz, Wang, & Umer, 2019). Apabila belum menerapkan manajemen pengetahuan yang optimal, hal tersebut akan membuat UMKM tidak dapat berinovasi dalam usahanya. Penerapan manajemen pengetahuan yang baik tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar saja, melainkan pelaku UMKM turut melakukannya karena seiring dengan persaingan yang semakin kompetitif maka membuat UMKM harus menjadi lebih inovatif dibanding sebelumnya. Agar tidak tertinggal dari para pesaing maka UMKM harus mengelola manajemen pengetahuan dengan lebih optimal agar UMKM tersebut dapat terus belajar untuk melakukan inovasi berkelanjutan dari usahanya.

Orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat berpengaruh agar pelaku usaha lebih memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku usaha (Wach, Głodowska, & Maciejewski, 2018) hingga menciptakan pengetahuan baru yang dapat diterapkan dalam suatu usaha dan akan membuat adanya inovasi dalam usaha tersebut (Jiang, Wang, & Jiang, 2019). Pengetahuan dijadikan aset penting bagi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pelaku usaha, apabila penerapan manajemen pengetahuan tidak efektif tentunya akan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan sehingga dapat menghambat pertumbuhan usaha maka perlu adanya penerapan manajemen pengetahuan yang efektif karena akan menghasilkan pengambilan keputusan yang baik dan hal tersebut merupakan bagian dari orientasi kewirausahaan dengan tujuan mencapai kesuksesan dalam usaha (Adam, Mahadi, Panatik, & Rahman, 2018). Penerapan orientasi kewirausahaan pada suatu organisasi akan membuat individu memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif hingga berani dalam mengambil risiko untuk meningkatkan manajemen pengetahuan yang dimiliki menjadi semakin efektif karena pastinya akan ada banyak peluang hingga risiko yang harus dihadapi secara kritis maka perlu menerapkan strategi dan pengambilan keputusan yang baik (Matin, Nakhchian, & Kashani, 2013). Proses dari manajemen pengetahuan dapat dikatakan sebagai suatu proses dasar yang mampu meningkatkan kemampuan yang dimiliki mengenai teknologi tertentu dan akan

berhubungan dengan keberhasilan dari penerapan teknologi tersebut (Al-Emran, Mezhuyev, Kamaludin, & Shaalan, 2018).

Manajemen pengetahuan dijadikan sebagai kerangka kerja yang tepat untuk merancang strategi, struktur, dan proses dalam kegiatan usaha agar dapat menggunakan pengetahuan yang dimiliki untuk belajar, memulai hal baru, mengikuti tren, hingga menciptakan nilai ekonomi dan sosial bagi pelanggan (Omotayo, 2015). Manajemen pengetahuan yang efektif akan menghasilkan proses, metode, dan praktik pengambilan keputusan yang baik bagi pelaku usaha sehingga dapat memanfaatkan orientasi kewirausahaan yang dimiliki dan meningkatkan keinginan pelaku usaha untuk mengadopsikan *e-commerce* (Matin, Nakhchian, & Kashani, 2013). Manajemen pengetahuan berperan sebagai mediator untuk meningkatkan hubungan antara orientasi kewirausahaan dan pengadopsian *e-commerce* terutama apabila manfaat dari manajemen pengetahuan sudah diterapkan dengan baik pada suatu usaha dengan mulai pengadopsian *e-commerce* maka dapat meningkatkan orientasi kewirausahaan yang dimiliki. Selain itu, bagi perusahaan yang mengadopsi *e-commerce* dalam seluruh kegiatan usahanya tentunya akan lebih menguntungkan dibandingkan perusahaan yang tidak mengadopsi *e-commerce* (Al-Emran, Mezhuyev, Kamaludin, & Shaalan, 2018). Dengan adanya pengadopsian *e-commerce* maka akan membuat perusahaan mendapatkan pengetahuan baru yang lebih berguna bagi perusahaan sehingga perusahaan dapat berkembang. Apabila tidak adanya pengadopsian *e-commerce* maka perusahaan tidak dapat berkembang mengikuti perkembangan era digital atau dengan kata lain, perusahaan dapat tertinggal dibandingkan pesaing.



Gambar 1.2 Sektor yang tumbuh saat pandemi

Sumber : lokadata.beritagar.id (2020)

Berdasarkan gambar 1.2 menjelaskan bahwa sektor yang mengalami pertumbuhan pada saat terjadinya pandemi yaitu sektor makanan atau kuliner yakni sebesar 55% dibanding sektor lainnya. Melalui hal tersebut, sektor kuliner dapat memanfaatkan teknologi dalam usahanya melalui *e-commerce* yang ada untuk mempromosikan dan meningkatkan angka pendapatan dari penjualan produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini tidak dibatasi pada tingkat masyarakat tertentu saja melainkan seluruh masyarakat baik masyarakat yang baru memulai usaha hingga pelaku UMKM dapat turut memanfaatkan teknologi yang mendukung operasional bisnis mereka.

E-commerce memberikan peluang besar bagi seluruh pelaku usaha baik usaha mikro, kecil, menengah, hingga usaha besar. Peluang dengan adanya *e-commerce* turut dimanfaatkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bisnisnya sehingga terjadi perubahan besar dimulai dengan peralihan dari perdagangan tradisional ke tren yang baru yaitu dengan menerapkan teknologi. UMKM yang mulanya melakukan perdagangan dengan cara bertemu dengan pelanggan secara langsung dan sekarang berubah menjadi UMKM dapat mempromosikan produk dan layanan melalui *platform* digital baik dalam bentuk gambar atau video, menyediakan transaksi tanpa kehadiran fisik atau memperluas

jangkauan geografisnya yaitu pelanggan dapat membeli produk dari rumah atau kantor, memanfaatkan *e-commerce* untuk memudahkan pelanggan menemukan produk atau jasa yang ditawarkan hingga memberikan keuntungan bagi UMKM dengan adanya pengurangan biaya operasional. Perubahan besar tersebut dapat terjadi apabila UMKM menerapkan orientasi kewirausahaan dalam usahanya.

Meskipun penggunaan *e-commerce* meningkat, akan tetapi masih adanya beberapa hambatan mengenai pengadopsian elektronik dalam usahanya yaitu UMKM yang enggan untuk menggunakan *e-commerce* dalam usahanya akibat kurangnya infrastruktur digital yang andal, kurangnya keterampilan dan pengetahuan digital di kalangan pemilik UMKM, kurangnya pemahaman mengenai *e-commerce* hingga adanya kecemasan terhadap masalah keamanan dan privasi terhadap aset digital yang belum tentu terjaga (Jahanshahi & Brem, 2013). Hal ini akan mempersulit UMKM dalam memanfaatkan *e-commerce*, melakukan pemasaran secara *online* dan sulit untuk memanfaatkan teknologi yang efisien. Maka dengan itu, UMKM yang menggunakan *e-commerce* masih tertinggal dibandingkan perusahaan besar karena pada dasarnya perusahaan besar lebih menerapkan orientasi kewirausahaan dalam usahanya.

Berdasarkan hasil uraian latar belakang diatas, maka peneliti berminat dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang “PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENGADOPSIAN *E-COMMERCE* UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA BARAT MELALUI MEDIASI PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan penelitian, antara lain:

- a. Kontribusi UMKM ke Produk Domestik Bruto (PDB) mengalami penurunan pada tahun 2020 yang terjadi akibat dampak negatif dari pandemi Covid-19.
- b. Perkembangan teknologi informasi membuat semakin banyak perusahaan yang berkembang sehingga membuat dunia bisnis menjadi lebih kompetitif.

- c. Beberapa UMKM memiliki kinerja usaha yang belum maksimal sehingga masih adanya UMKM yang memiliki kinerja yang buruk hingga membuat beberapa UMKM mengalami kegagalan akibat tidak adanya perkembangan.
- d. Tingkat implementasi dan kesadaran mengenai manajemen pengetahuan belum optimal terutama apabila tidak adanya dukungan dari pemerintah sehingga membuat UMKM tidak dapat melakukan inovasi dalam usahanya.
- e. Perusahaan yang mengadopsi *e-commerce* dalam kegiatan usahanya akan lebih menguntungkan dibandingkan perusahaan yang tidak mengadopsi *e-commerce*.
- f. Adanya hambatan dalam pengadopsian *e-commerce* usaha UMKM yang enggan menggunakan *e-commerce* akibat kurangnya infrastruktur digital yang andal, kurangnya pengetahuan digital bagi pelaku UMKM, kurangnya pemahaman mengenai *e-commerce* dan kecemasan terhadap masalah keamanan aset digital.

3. Batasan Masalah

Variabel yang diuji dalam penelitian ini yaitu orientasi kewirausahaan berupa inovasi, pengambilan risiko dan proaktif serta pengadopsian *e-commerce* yang dimediasi oleh manajemen pengetahuan. Alasan diujinya variabel orientasi kewirausahaan berupa inovasi, pengambilan risiko dan proaktif karena variabel tersebut memberikan pengaruh yang besar yang berhubungan dengan biaya operasional perusahaan dan kinerja perusahaan sehingga membuat kegiatan kewirausahaan yang menjadi lebih inovatif. Melalui penelitian yang akan dilakukan membuat adanya strategi dan rencana jangka panjang melalui manajemen pengetahuan yang tepat yang harus dilakukan sebelum menggunakan *e-commerce* atau pengadopsian *e-commerce* terhadap suatu usaha.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disimpulkan pada bagian latar belakang dan identifikasi masalah serta telah dilakukannya pembatasan agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih terarah, maka peneliti merumuskan permasalahan yang

terdapat pada topik “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pengadopsian *E-commerce* UMKM Sektor Kuliner Di Jakarta Barat Melalui Mediasi Proses Manajemen Pengetahuan” adalah sebagai berikut :

- a. Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce* bagi UMKM sektor kuliner di Jakarta Barat?
- b. Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap proses manajemen pengetahuan bagi UMKM sektor kuliner di Jakarta Barat?
- c. Apakah proses manajemen pengetahuan memiliki pengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce* bagi UMKM sektor kuliner di Jakarta Barat?
- d. Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap pengadopsian *e-commerce* bagi UMKM sektor kuliner di Jakarta Barat yang dimediasi oleh proses manajemen pengetahuan?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengadopsian *e-commerce* bagi UMKM.
- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap proses manajemen pengetahuan bagi UMKM.
- c. Untuk mengetahui pengaruh proses manajemen pengetahuan terhadap pengadopsian *e-commerce* bagi UMKM.
- d. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap pengadopsian *e-commerce* bagi UMKM yang dimediasi oleh proses manajemen pengetahuan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis. Manfaat teoritis merupakan manfaat jangka panjang dalam pengembangan mengenai teori pembelajaran, sedangkan untuk manfaat praktis yaitu dengan

memberikan dampak secara langsung terhadap komponen-komponen pembelajaran. Maka dengan itu, manfaat teoritis dan manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Manfaat teoritis

1. Bagi pembaca

Hasil dari penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bentuk wawasan tambahan mengenai orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan, dan pengadopsian *e-commerce* terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil dari penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat menjadi referensi untuk mendukung penelitian selanjutnya dan untuk memberikan motivasi bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian-penelitian yang belum terjangkau pada penelitian ini.

b. Manfaat praktis

1. Bagi UMKM

Hasil dari penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi UMKM sektor kuliner di Jakarta untuk memanfaatkan teknologi seperti *e-commerce* dalam usahanya demi meningkatkan strategi orientasi kewirausahaan.

2. Bagi pemerintah

Hasil dari penelitian yang dilaksanakan diharapkan dapat bermanfaat bagi pemerintah untuk pengambilan kebijakan yang berguna dalam menyusun strategi dan rencana jangka panjang dalam menilai pengadopsian *e-commerce* UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Thomas, B., Murphy, L., & Plant, E. (2018). An investigation of the benefits and barriers of e-business adoption activities in Yemeni SMEs. *Strategic Change, Vol. 27 No. 3*, 195-208.
- Abebe, M. (2014). Electronic commerce adoption, entrepreneurial orientation and small-and medium-sized enterprise (SME) performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 21(1)*, 100-116.
- Adam, S., Fuzi, N. M., Ramdan, M. R., Isa, R. M., Ismail, A. F., Hashim, M. Y., et al. (2022). Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance of Online Business in Malaysia: The Mediating Role of the Knowledge Management Process. *Sustainability*.
- Adam, S., Mahadi, B., Panatik, S., & Rahman, A. (2018). The mediating role of knowledge management in e-Business in Malaysia. *Asia-Pacific Management Accounting Journal, Vol. 13 No. 2*, 1-25.
- Al-Bakri, A., & Katsioloudes, M. (2015). The factors affecting e-commerce adoption by Jordanian SMEs. *Management Research Review, Vol. 38 No. 7*, 726-749.
- Al-Emran, M., Mezhyuev, V., Kamaludin, A., & Shaalan, K. (2018). The impact of knowledge management processes on information systems: a systematic review. *International Journal of Information Management, Vol. 43*, 173-187.
- Anderson, J., & Gerbing, D. (1988). *Pemodelan persamaan struktural dalam praktik: Tinjauan dan pendekatan dua langkah yang direkomendasikan*. Psikol. Banteng.
- Anwar, M., & Shah, S. (2021). Entrepreneurial orientation and generic competitive strategies for emerging SMEs: financial and nonfinancial performance perspective. *Journal of Public Affairs, Vol. 21 No. 1*, 2125.

- Bratianu, C., & Bejinaru, R. (2021). COVID-19 induced emergent knowledge strategies. *Knowledge and Process Management, Vol. 28 No. 1*, 11-17.
- Chatterjee, S., & Kar, A. (2018). Effects of successful adoption of information technology enabled services in proposed smart cities of India. *Journal of Science and Technology Policy Management, Vol. 9 No. 2*, 189-209.
- Dasuki, R. E. (2021). Manajemen Strategi : Kajian Teori Resources Based View . *Jurnal Ilmiah Manajemen 12(3)*, 47-54.
- Ergun, S., & Kuscu, K. (2013). Innovation orientation, market orientation and e-loyalty: evidence from Turkish e-commerce customers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol.99*, 509-516.
- Ferraris, A., Mazzoleni, A., Devalle, A., & Couturier, J. (2019). Big data analytics capabilities and knowledge management: Impact on firm performance. *Management Decision, 57(8)*, 1923-1936.
- Fonseka, K., Jaharadak, A. A., & Raman, M. (2022). Impact of E-commerce adoption on business performance of SMEs in Sri Lanka; moderating role of artificial intelligence. *International Journal Social Economic*.
- Gao, T., Chai, Y., & Liu, Y. (2018). A review of knowledge management about theoretical conception and designing approaches. *International Journal of Crowd Science, Vol. 2 No. 1*, 42-51.
- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of Business Research, 519-537*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Multivariate Dengan Program SmartPLS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). *Customer relationship management: Digital transformation and sustainable business model innovation*. Diambil kembali dari Economic

- Guo, Y., Wang, L., & Chen, Y. (2020). Green entrepreneurial orientation and green innovation: The mediating effect of supply chain learning. *Sage Open*, 10(1).
- Ha, S.-T., Lo, M.-C., Mohamad, A. A., & Ramayah, T. (2018). Determinants of innovation performance among SMEs: Moderating effect of entrepreneurial orientation. *Global Business & Management Research*, 10(2), 241-252.
- Ha, V. (2020). Enhancing the e-commerce application in SMEs. *Manag. Sci. Lett.*, vol. 10, no.12, 2821-2828.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Hair, J., Anderson, R., Babin, B., & Black, W. (2010). *Multivariate data analysis seventh edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hasan, A., & Mardhani, M. (2021). An overview of e-commerce adoption in Indonesian SMEs. *Journal of Physics: Conference Series*, vol. 1811, no. 1.
- Hussain, A., Akbar, M., Shahzad, A., Poulouva, P., Akbar, A., & Hassan, R. (2022). E-Commerce and SME Performance: The Moderating Influence of Entrepreneurial Competencies. *Administrative Sciences*, 12(1), 1-16.
- Hutahayan, B. (2019). Factors affecting the performance of Indonesian special food SMEs in entrepreneurial orientation in East Java. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2), 231-246.
- Isichei, E. E., Agbaeze, K. E., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs The mediating role of structural infrastructure capability. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 15 No. 6, 1219-1241.

- Jahanshahi, A. Z., & Brem, A. (2013). E-commerce for SMEs: empirical insights from three countries. *Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 20 No. 4*, 849-865.
- Jayawardana, C., Albattat, A., Valeri, M., & Jaharadak, A. (2022). Technology acceptance antecedents in digital transformation on hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*.
- Jiang, F., Wang, G., & Jiang, X. (2019). Entrepreneurial orientation and organizational knowledge creation: a configurational approach. *Asia Pacific Journal of Management, Vol. 36 No. 4*, 1193-1219.
- Junida, A. I. (2020, Juni 29). *LIPi: Lebih dari 94 persen UMKM turun penjualan karena pandemi*. Dipetik 09 22, 2023, dari antaranews: <https://www.antaranews.com/berita/1579310/lipi-lebih-dari-94-persen-umkm-turun-penjualan-karena-pandemi>
- Kallmuenzer, A., & Peters, M. (2018). Entrepreneurial behaviour, firm size and financial performance: the case of rural tourism family firms . *Tourism Recreation Research, Vol. 43 No. 1*, 2-14.
- Kamble, S. S., Gunasekaran, A., & Gawankar, S. A. (2020). Achieving sustainable performance in a data-driven agriculture supply chain: A review for research and applications. *International Journal of Production Economics, 219*, 179-194.
- Karabulut, T. (2015). Effects of innovation strategy on firm performance: a study conducted on . *Procedia of Social Behavior Science, Vol. 195 (1)*, 1338-1347.
- Karacaoglu, K. B.-I., & San, F. (2013). Dampak kewirausahaan perusahaan terhadap kinerja keuangan perusahaan: bukti dari perusahaan bursa saham Istanbul. *Penelitian Bisnis Internasional*, 163-175.
- Kementrian Keuangan. (2022, 7 18). *Knowledge Management System*. Diambil kembali dari Kementrian Keuangan Direktorat Jenderal Perbendaharaan:

<https://djpb.kemenkeu.go.id/kanwil/sumsel/id/data-publikasi/berita-terbaru/2878-knowledge-management-system-kms.html#:~:text=Terdapat%20tiga%20faktor%20utama%20dalam,people%2C%20process%2C%20dan%20technology.&text=People%20merupakan%20orang%20Dorang%20yang>

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap PDB, 2010-2020*. Diambil kembali dari Beritagar Merawat Indonesia : lokadata: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-2010-2020-1611277587>

Martens, C., Machado, F., Martens, M., & de Freitas, H. (2018). Linking entrepreneurial orientation to project success. *International Journal of Project Management, Vol. 36 No. 2*, 255-266.

Martínez-Caro, E., & Gabriel Cegarra-Navarro, J. (2010). The impact of e-business on capital productivity: an analysis of the UK telecommunications sector. *International Journal of Operations and Production Management, Vol. 30 No. 5*, 488-507.

Matin, E., Nakhchian, A., & Kashani, B. (2013). Effect of employees' entrepreneurial orientations on knowledge management in small and medium enterprises in Iran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research, 3(3)*, 608-617.

Maysitoh, Siti, Azhad, M. N., & Rahayu, J. (2019). Penerapan Konsep Resources Based View (RBV) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan.

Miller, D. (2019). The resourced based view of the firm. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*.

Muchtar, M. K., Miyasto, M., & Rahardja, E. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Knowledge Management, dan Strategi Kemitraan

- Terhadap Keunggulan Bersaing Serta Implikasinya Pada Kinerja Perusahaan. *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(2), 137-149.
- Nasution, M., Rafiki, A., Lubis, A., & Rossanty, Y. (2021). Entrepreneurial orientation, knowledge management, dynamic capabilities towards e-commerce adoption of SMEs in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 12 No. 2, 256-282.
- Nelipatel.com. (2020). *Sektor yang tumbuh saat pandemi, 2020*. Diambil kembali dari Beritagar Merawat Indonesia: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/sektor-yang-tumbuh-saat-pandemi-2020-1599011576>
- Nyarko, B., Mensah, N. O., Boateng, K. A., & Donkor, A. (2022). Influences of E-commerce Adoption on Sales performance among Agrochemical Input Dealers in the Ghanaian City. *Cogent Business Management*, vol. 9, no. 1.
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., & Hasbullah, H. (2020). Impact on E-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of SMEs. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516-525.
- Omotayo, F. O. (2015). Knowledge management as an important tool in organisational management: A review of literature. *Library Philosophy and Practice (E-Journal)*, 1238.
- Pandey, S., & Dutta, A. (2013). Role of knowledge infrastructure capabilities in knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 17 No. 3, 435-453.
- Pratama, A. (2020). *Pengaruh Knowledge Management terhadap Kinerja Pemasaran pada PT FPS Indonesia*.
- Radjab, E., & Jam'an, A. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Rafiki, A., Nasution, M. D., Rossanty, Y., & Sari, P. B. (2023). Organizational learning, entrepreneurial orientation and personal values towards SMEs' growth in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management, Vol. 14 No. 1*, 181-212.
- Rahayu, R., & Day, J. (2018). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review, Vol. 7 No. 1*, 25-41.
- Rahi, S. (2017). Research Design and Methods: A Systematic Review of Research Paradigms, Sampling Issues and Instruments Development. *International Journal of Economics and Management Sciences, 6(2)*, 1-5.
- Report, M. G. (2018). *The digital archipelago: how online commerce is driving Indonesia's economic development*.
- Rofiaty. (2019). The relational model of entrepreneurship and knowledge management toward innovation, strategy implementation and improving Islamic boarding school performance. *Journal of Modelling in Management, Vol 14 No 3*, 662-685.
- Roscue. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Dalam I. M. Adnyana, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (hal. 125). Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Rynardo, K., & Utama, L. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume III No. 4*, 1066-1075.
- Sahasranamam, S., & Raman, G. (2018). Individual Resources, property rights and entrepreneurship in China. *International Journal of Emerging Markets, Vol. 13 No. 6*, 1502-1521.
- Sanny, L., Angelina, V., & Christian, B. (2021). Innovation of SME service industry in Indonesia in improving customer satisfaction. *Journal of Science and Technology Policy Management, Vol. 12 No. 2*, 351-370.

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach, Seventh Edition*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Seputar PPH Final. (2023). *6 Perbedaan UKM dan UMKM yang Wajib Anda Ketahui*. Diambil kembali dari Online Pajak: <https://www.online-pajak.com/seputar-pph-final/perbedaan-ukm-umkm#:~:text=Usaha%20mikro%20setidaknya%20memiliki%201,memiliki%2020%2D99%20tenaga%20kerja>.
- Shekhar, & Valeri, M. (2023). Trends in knowledge management research in small businesses. *European Business Review, Vol. 35 No. 5*, 573-599.
- Shemi, A., & Procter, C. (2018). E-commerce and entrepreneurship in SMEs: case of myBot. *Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 25 No. 3*, 501-520.
- Shujahat, M., Sousa, M. J., Hussain, S., Nawaz, F., Wang, M., & Umer, M. (2019). Translating the impact of knowledge management processes into knowledge-based innovation : The neglected and mediating role of knowledge-worker productivity. *Journal of Business Research, 94*, 442-450.
- Sondra, T. C., & Widjaja, O. H. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Ukm Bidang Konveksi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, III(2)*, 500-508.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendah, R., & Brigita, M. A. (2020). TQM, Entrepreneurial Orientation, Innovation, and Organizational Performance in Indonesian Palm-Oil

- Industry. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 174.
- Tolstoy, D., Nordman, E. R., & Vu, U. (2022). The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs. *International Business Revolution*, vol. 31, no. 3.
- Tome, E., Gromova, E., & Hatch, A. (2022). Knowledge management and COVID-19: Technology, people and processes. *Knowledge and Process Management*, Vol. 29 No. 1, 70-78.
- Troise, C., Ben-Hafaïedh, C., Tani, M., & Yablonsky, S. A. (2022). Guest editorial: New technologies and entrepreneurship: exploring entrepreneurial behavior in the digital transformation era. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1129-1137.
- Uchenna, E., Sanjo, O., & Joseph, F. (2019). Entrepreneurial orientation and micro, small and medium enterprises (MSMES) performance in Abia state, Nigeria. *Covenant Journal of Entrepreneurship (Special Edition)*, Vol. 3 No. 1.
- Utama, L., & Hartono, M. V. (2018). Pengaruh Sumber Daya Pemilik Waralaba Terhadap Kinerja Penerima. *Conference On Management and Behavioral Studies*.
- Vaio, A. D., Palladino, R., Pezzi, A., & E. Kalisz, D. (2021). The role of digital innovation in knowledge management systems: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 220-231.
- Valarezo, Amaral, P., Munoz, G., Garcia, H., & Lopez. (2018). Ecommerce by individuals in Spain using panel data 2008-2016. *Telecommunications Policy*, 44.
- Valeri, M., & Baggio, R. (2022). Knowledge management in tourism: paradigms, approaches and methods. *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 35 No. 2, 257-263.

- Valeri, M., & Baggio, R. (2022). Knowledge management in tourism: paradigms, approaches and methods. *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 35 No. 2, 257-263.
- Vila-Lopez, N., & White, G. (2018). North American entrepreneurs in Cuba: which entry mode and government affiliation strategy? *European Journal of Management and Business Economics*, Vol. 27 No. 3, 285-303.
- Wach, K., Głodowska, A., & Maciejewski, M. (2018). Entrepreneurial orientation, knowledge utilization and internationalization of firms. *Sustainability*, Vol. 10 No. 12, 4711.
- Yee-Loong Chong, A., Ooi, K., Bao, H., & Lin, B. (2014). Can e-business adoption be influenced by knowledge management? An empirical analysis of Malaysian SMEs. *Journal of Knowledge Management*, Vol. 18 No. 1, 121-136.
- Yogesh, D., Elvira, Laurie, Jamie, Raffaele, Jenna, et al. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*.