

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI *E-COMMERCE* DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UMKM

Wilson Wijaya¹, Oey Hannes Widjaja²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: wilson.115190290@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: hannesw@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 22-08-2022, revisi: 05-10-2022, diterima untuk diterbitkan: 07-12-2022

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia selalu bertambah tiap tahunnya. Semakin banyaknya jumlah UMKM akan membuat semakin banyaknya persaingan sehingga wirausahawan perlu untuk terus berinovasi dalam menghadapi persaingan bisnis. Penggunaan aplikasi *E-commerce* menjadi salah satu inovasi yang berkembang di lingkungan masyarakat dan telah menjadi faktor yang sangat penting bagi usaha untuk dapat memperluas wilayah usaha, meningkatkan produktivitas usaha dan menciptakan strategi baru dalam kegiatan *marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi *E-commerce* dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dibidang kuliner. Sampel UMKM dibidang kuliner yang digunakan adalah sebanyak 75 sampel yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Data pada sampel diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebar. Data diolah dengan menggunakan analisis *outer model analysis* dan *inner model analysis* pada software SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *E-commerce* berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM dan orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM.

Kata Kunci: *E-commerce*, orientasi kewirausahaan, kinerja UMKM, UMKM kuliner

ABSTRACT

The growth in the number of SMEs in Indonesia is always increasing every year. The increasing number of SMEs will create more competition so that entrepreneurs need to continue to innovate to facing business competition. The use of *E-commerce* applications has become one of the innovations that have developed in society and has become a very important factor for businesses to be able to expand business areas, increase business productivity and create new strategies in marketing activities. This study aims to determine the effect of using *E-commerce* applications and entrepreneurial orientation on the performance of SMEs in the culinary field. The SME sample in the culinary field used was 75 samples selected using the *purposive sampling* method. Data on the sample was obtained using a distributed questionnaire. The data is processed using *outer model analysis* and *inner model analysis* in SmartPLS 3 software. The results of this study indicate that the use of *E-commerce* applications has a positive effect on SME performance and entrepreneurial orientation does not have a positive effect on SME performance.

Keywords: *E-commerce*, entrepreneurial orientation, SMEs performance, culinary SMEs

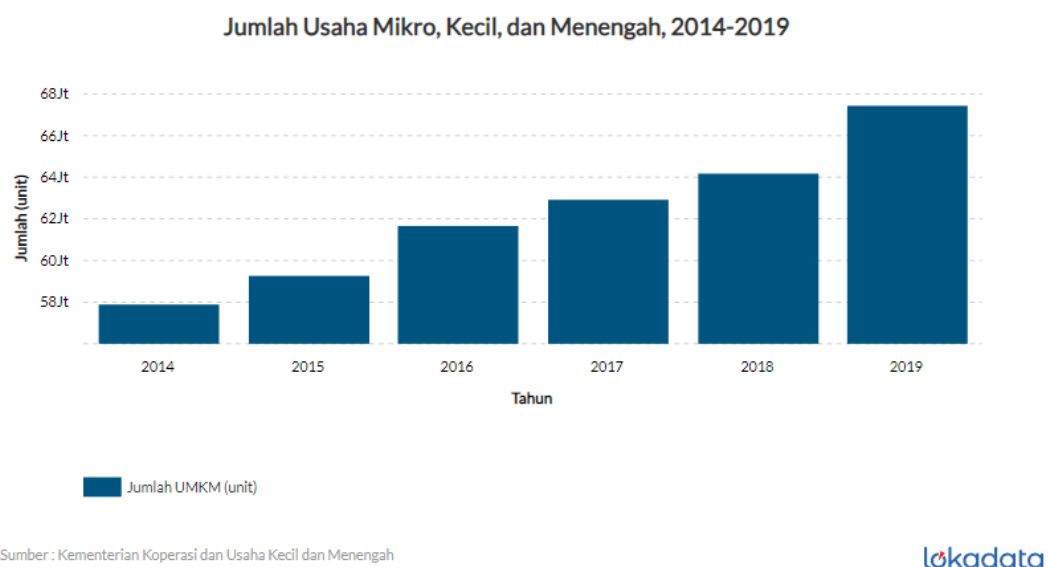
1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Kesiapan usaha dalam mengimplementasikan teknologi menjadi hal yang penting dalam membentuk kinerja usaha. Dalam dunia bisnis, teknologi informasi dan komunikasi menjadi fasilitas bisnis yang mampu untuk meningkatkan daya saing. Teknologi ini digunakan dalam bentuk virtual atau jaringan dengan aktivitas internet yang disebut sebagai *Electronic Commerce*

(*E-Commerce*) (Hussain *et al.* (2022)). Dalam membentuk strategi pada persaingan, pengusaha perlu untuk berperilaku secara cepat dalam menemukan dan memanfaatkan peluang baru yang jauh di depan para pesaing yang dimana menjadi konsep dalam orientasi kewirausahaan (Utama & Hartono, 2018).

Orientasi kewirausahaan memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu usaha. Kemampuan pengusaha untuk mengukur peluang bisnis dapat membentuk keberhasilan bisnis yang mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha (Ranto, 2016). Orientasi kewirausahaan menjadi kerangka kerja perusahaan yang berguna dalam membentuk peluang usaha ketika memasuki pasar yang baru (Sondra & Widjaja, 2021).



Gambar 1. Jumlah UMKM
Sumber: lokadata.beritagar.id (2020)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah UMKM di Indonesia selalu bertambah tiap tahunnya. Semakin banyaknya jumlah UMKM akan membuat semakin banyaknya persaingan sehingga wirausahawan perlu untuk terus berinovasi dalam menghadapi persaingan bisnis.

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada awal tahun 2020 membuat keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terancam. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) (2022) menyatakan bahwa sekitar 94,7% UMKM di Indonesia mengalami penurunan penjualan karena pandemi.

Berdasarkan data yang bersumber dari lokadata.beritagar.id (2020), sektor usaha yang tumbuh pada saat pandemi Covid-19 meliputi makanan (55%), kesehatan (19%), farmasi (11%) dan sisanya masuk dalam sektor lainnya (15%). Berdasarkan hal tersebut, usaha UMKM yang berkembang sangat pesat merupakan usaha dalam industri kuliner. Industri kuliner berkembang pesat karena makanan termasuk kebutuhan hidup semua orang. Selain itu, industri kuliner memiliki berbagai macam inovasi yang mudah penyajiannya, segmentasi yang luas serta membutuhkan modal yang cenderung kecil dibandingkan industri lainnya (Kevin & Puspitowati, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas maka penulis berminat dan tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *E-Commerce* dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM”.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah terdapat pengaruh penggunaan aplikasi *E-commerce* terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM?

Kajian Teori

Penelitian ini mengacu pada teori *the integration of planned behavior theory* yang dikembangkan oleh Sedighi & Sirang (2018). Teori ini menjelaskan bahwa perusahaan yang menyebarkan informasi dengan menggunakan teknologi seperti internet sangatlah penting untuk membentuk usaha yang efektif dalam keunggulan, kesiapan dan tekanan eksternal. Berdasarkan teori tersebut dapat diketahui bahwa kegiatan yang dilakukan wirausaha dengan penggunaan teknologi yang berhubungan dengan internet untuk melaksanakan kegiatan usahanya dapat memberikan dampak dalam menjalankan usahanya. Dampak yang dihasilkan juga tergantung pada seorang wirausaha dalam menanggapi teknologi yang digunakan. Seorang wirausaha yang mampu menguasai teknologi tersebut dapat membentuk keunggulan dalam usahanya.

Penelitian ini juga mengacu pada teori *Resource-Based View (RBV)* yang dikembangkan oleh Meekaewkunchorn *et al.* (2021). Teori ini berfokus dalam kemampuan internal perusahaan yang bertindak sebagai blok bangunan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan. Teori ini juga menjelaskan bahwa kinerja UMKM akan meningkat bila wirausahawan mengalokasikan sumber daya internal dengan benar, merespon secara proaktif terhadap kondisi pasar, mencari peluang dan mengambil resiko dalam mengimplementasikan ide-ide baru.

Kaitan Antara *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian Hanum dan Sinarasri (2017), Adopsi *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dibuktikan dalam penelitiannya bahwa UMKM yang mengadopsi *E-commerce* telah sukses dalam memperluas wilayah dagang. Adapun menurut penelitian Ningtyas, Sunarko dan Jaryono (2015) yang menunjukkan bahwa dengan adopsi *E-commerce* dapat membentuk lapangan kerja baru sehingga adopsi *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu, dalam penelitian Setiawan *et al.* (2020), *E-commerce* dengan indikator aktivitas pembelian terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Gupta & Batra, 2016) bahwa dengan meningkatnya pembelian maka akan meningkatkan profitabilitas, produktivitas, dinamika pendapatan, dan biaya yang merupakan perspektif kuantitatif sebagai pandangan baik kinerja UMKM.

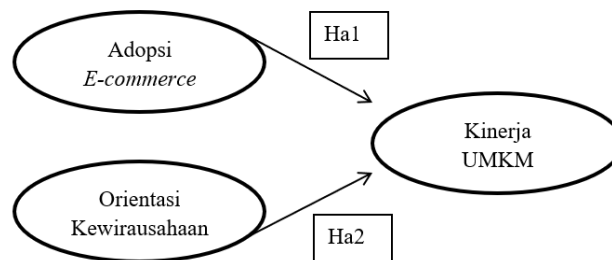
Kaitan Antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian Darwis dan Utama (2020) pada UMKM di Jelambar, UMKM yang inovasi, proaktif dan mampu mengambil resiko dapat mempermudah proses adaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Dengan kata lain, strategi orientasi yang terbentuk dalam orientasi kewirausahaan (Suhendah & Brigita, 2020) mempengaruhi kinerja UMKM sehingga orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Menurut Hussain *et al.* (2022) tingkat *entrepreneurial orientation* mempengaruhi UMKM sektor manufaktur dalam berkinerja lebih baik dan proaktif dalam perubahan pasar sehingga dapat mempertahankan posisi di pasar.

Menurut Hutahayan (2019), orientasi kewirausahaan yang tinggi memberikan pengaruh signifikan terhadap kemampuan wirausahawan dalam menentukan strategi bisnis yang tepat sehingga menghasilkan produk yang berkualitas, penawaran yang lebih baik, produk yang beragam, dan layanan terbaik kepada pelanggannya.

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat dibuat model penelitian seperti pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Model Penelitian

Berdasarkan model penelitian di atas, perumusan hipotesis penelitian yaitu :

H1 : Adopsi *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H2 : Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif merupakan pendekatan yang menjelaskan hubungan kausal atau yang disebut sebagai hubungan yang bersifat sebab akibat (Pahleviannur *et al.*, 2022). Hubungan kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan keterkaitan antar variabel yang dimana variabel dependen dipengaruhi oleh independen (Sugiyono, 2013).

Data dikumpulkan secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dimana objek penelitian telah ditentukan oleh peneliti guna memperoleh informasi yang tepat dalam penelitian yang sedang atau akan dilakukan (Alkassim & Tran, 2015). Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan UMKM bidang kuliner yang terdapat di Villa Taman Bandara, Tangerang dengan sampel sebanyak 75 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang disebar secara luring.

Data kuesioner akan dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Aplikasi ini akan membantu dalam menganalisis seluruh jalur struktural secara bersamaan sehingga dapat dengan mudah untuk mendapatkan hasil dari *outer model analysis* dan *inner model analysis*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil data yang diperoleh dari responden diolah dengan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM). SEM merupakan teknik analisis *multivariate* untuk memprediksi hubungan tiap variabel dalam gambaran yang kompleks yang diperoleh, diterima atau ditolaknya hipotesis yang ditentukan (Ghozali & Latan, 2015).

Metode yang digunakan untuk analisis data SEM yaitu dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) yang dikelola dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

Dalam kuesioner terdapat profil responden yang berisikan jenis kelamin, usia, pendidikan, aplikasi *E-commerce* yang digunakan dan waktu lamanya penggunaan aplikasi *E-commerce*. Selain itu terdapat juga 15 pertanyaan yang berasal dari indikator tiap variabel yang terdiri dari 5 indikator variabel *E-commerce*, 5 indikator variabel orientasi kewirausahaan dan 5 indikator kinerja UMKM.

Berdasarkan profil responden dapat diketahui bahwa dari 75 responden, Mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki yang berjumlah 46 orang (61,3%), mayoritas usia responden berumur di atas 30 (>30) tahun yang berjumlah 43 orang (57,3%), mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMA yang berjumlah 48 orang (64%), mayoritas aplikasi *E-commerce* yang digunakan adalah Gojek yaitu sebanyak 68 responden dan mayoritas waktu penggunaan aplikasi *E-commerce* adalah 1-3 tahun yang berjumlah 33 responden (44%).

Penelitian ini menggunakan pengujian *outer model analysis* dan *inner model analysis*. Pengujian *outer model analysis* dilakukan untuk analisis validitas dan reliabilitas. Analisis validitas dan reliabilitas dapat membuktikan apakah indikator dan variabelnya telah valid dan reliabel. Pada analisis validitas, dilakukan pengujian validitas konvergen (*convergent validity*) dan validitas diskriminan (*discriminant validity*). Pada pengujian validitas konvergen, akan dilakukan pendekatan terhadap nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan nilai *loading factor* yang dimana jika nilai AVE dan *loading factor* lebih dari 0,5 (>0,5) maka indikator dapat dikatakan valid. Pada pengujian validitas diskriminan, akan dilakukan pendekatan terhadap nilai *cross loading* yang dimana jika hasil dari tiap variabel terhadap indikatornya masih lebih besar dibanding dengan indikator maka indikator dapat dikatakan valid.

Tabel 1. Hasil *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
<i>E-commerce</i>	0,652
Orientasi Kewirausahaan	0,770
Kinerja UMKM	0,639

Sumber: Data pribadi yang diolah

Tabel 2. Hasil *Factor Loading*

Variabel	Indikator	<i>Loading Factor</i>
Adopsi <i>E-commerce</i>	EC2	0,827
	EC4	0,856
	EC5	0,757
Orientasi Kewirausahaan	OK1	0,735
	OK2	0,855
	OK3	0,800
	OK5	0,802
Kinerja UMKM	KU1	0,919
	KU2	0,891
	KU3	0,820

Sumber: Data pribadi yang diolah

Berdasarkan hasil pengujian *outer model analysis* pada analisis validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini, pada tabel 1 dan tabel 2 telah diperoleh nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dan *loading factor* di atas 0,5. Nilai *loading factor* yang berada di bawah 0,7 akan dieliminasi. Dalam penelitian ini, indikator yang telah dieliminasi adalah EC1, OK4, KU4, dan KU5. Nilai *cross loading* pada tabel 3 pada tiap indikator didapati memperoleh nilai yang lebih besar

dibanding dengan variabel lainnya sehingga terbukti bahwa indikator dan variabel dalam penelitian dapat dikatakan valid.

Tabel 3 Hasil Analisis *Cross Loading*

Indikator	EC	KU	OK
EC2	0,827	0,390	0,069
EC3	0,784	0,390	0,155
EC4	0,856	0,415	0,111
EC5	0,757	0,288	0,240
KU1	0,440	0,919	0,156
KU2	0,419	0,891	0,214
KU3	0,359	0,820	0,087
OK1	0,025	0,081	0,735
OK2	0,122	0,184	0,855
OK3	0,120	0,079	0,800
OK5	0,217	0,163	0,802

Sumber: Data pribadi yang diolah

Nilai *Cross Loading* pada tabel 3 berada di atas 0,7 sehingga variabel yang diteliti dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R-Square	Keterangan
Kinerja UMKM	0,227	lemah

Sumber: Data pribadi yang diolah

Pengujian *inner model analysis* dilakukan untuk menguji hipotesis dalam penelitian yang terdiri dari uji koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2), *effect size* (f^2), dan pengujian hipotesis penelitian. Pada tabel 4, terdapat hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,227 yang menandakan 22,7% kinerja UMKM dipengaruhi oleh *E-commerce* dan orientasi kewirausahaan.

Tabel 5. Hasil Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Variabel	<i>Predictive Relevance</i> (Q^2)
Kinerja UMKM	0,132

Sumber: Data pribadi yang diolah

Pada tabel 5, nilai Q^2 sebesar 0,132. Karena nilai Q^2 di atas 0 maka variabel endogen dan eksogen memiliki relevansi yang baik.

Tabel 6. Hasil Uji *Effect Size* (f^2)

Variabel	Kinerja UMKM
<i>E-commerce</i>	0,252
Orientasi Kewirausahaan	0,013

Sumber: Data pribadi yang diolah

Pada tabel 6, nilai f^2 pada variabel *E-commerce* sebesar 0,252 sehingga variabel *E-commerce* memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel kinerja UMKM dan nilai f^2 pada variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,013 sehingga orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang lemah terhadap variabel kinerja UMKM.

Tabel 7. Hasil Analisis *Path Coefficient*

Variabel	Path Coefficient	Keterangan
<i>E-commerce</i> → Kinerja UMKM	0,448	Positif
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja UMKM	0,103	positif

Sumber: Data pribadi yang diolah

Berdasarkan tabel 7, dapat diketahui bahwa *E-commerce* dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,448 dan 0,103. variabel yang memberikan kontribusi terbesar adalah variabel *E-commerce*.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikan

Variabel	T-Statistic	P-Values	Keterangan
<i>E-commerce</i> → Kinerja UMKM	4,296	0,000	Tidak ditolak
Orientasi Kewirausahaan → Kinerja UMKM	0,898	0,370	Ditolak

Sumber: Data pribadi yang diolah

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa H1 menghasilkan *t-statistic* sebesar 4,296 dan *p-values* sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 tidak ditolak yang berarti *E-commerce* dapat memprediksi secara positif kinerja UMKM. Dapat dilihat juga bahwa bahwa H2 menghasilkan *t-statistic* sebesar 0,898 dan *p-values* sebesar 0,370. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 ditolak yang berarti orientasi kewirausahaan tidak dapat memprediksi secara positif kinerja UMKM.

Pembahasan

Dalam pengujian hipotesis pertama (H1) pada tabel 7 dan 8, diketahui bahwa nilai *path-coefficient* = 0,448, *p-value* = 0,00, dan *t-statistic* = 4,296 sehingga *E-commerce* memberikan pengaruh yang positif dan dapat diterima. Hasil ini sama seperti dengan penelitian Pratama dkk., (2022) yang menyatakan adanya pengaruh positif adopsi *E-commerce* terhadap kinerja UMKM yang dapat diterima dengan responden sebanyak 174. Hasil ini juga sejalan seperti penelitian lainnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif pada *E-commerce* terhadap kinerja UMKM (Hussain *et al.* 2022; Sedighi & Sirang, 2018; Ha, 2020).

Penggunaan aplikasi *E-commerce* menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi usaha untuk dapat memperluas wilayah usaha, meningkatkan produktivitas usaha dan menciptakan strategi baru dalam kegiatan *marketing*. *E-commerce* telah menjadi bagian dalam strategi dan rencana bagi wirausahawan dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam pengujian hipotesis kedua (H2) pada tabel 7 dan 8, diketahui bahwa nilai *path-coefficient* = 0,103, *p-value* = 0,370, dan *t-statistic* = 0,898 sehingga orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh yang positif dan ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hindarwati dkk., (2021) yang menyatakan dimensi orientasi kewirausahaan yang lainnya: inovasi, proaktif dan resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini juga bertentangan dengan penelitian lainnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif pada orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM (Darwis & Utama, 2020; Meekaewkunchorn *et al.*, 2021; Prasetyo & Wijaya, 2019; Herlinawati dkk., 2019; Syed *et al.*, 2017; Pratama dkk., 2022)

Banyak sekali faktor yang menyebabkan wirausahawan tidak menerapkan orientasi kewirausahaan seringkali terjadi dalam masyarakat. Sifat wirausahawan UMKM umumnya lebih

suka tidak mengambil resiko terlebih lagi pada kondisi pandemi Covid-19 yang berjalan sampai saat ini. Pembentukan produk dan pelayanan yang baru juga menjadi tantangan yang sulit bagi wirausahawan karena nilai keaslian atau *original* produk yang menjadi ciri khas usaha jika diubah atau dihilangkan dapat meningkatkan resiko perginya pelanggan tetap. Kurangnya rasa persaingan antar penjual untuk menjaga rasa persahabatan antar pedagang membuat usaha sulit untuk berkembang.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh penggunaan aplikasi *E-commerce* yang positif terhadap kinerja UMKM
2. Tidak terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan yang positif terhadap kinerja UMKM

Saran

Bagi calon wirausahawan

Menggunakan aplikasi *E-commerce* menjadi hal yang penting karena dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi kinerja usaha. Aplikasi *E-commerce* membantu wirausaha untuk menjangkau wilayah yang lebih luas, memberikan tempat untuk berjualan secara digital, dan meningkatkan produktivitas usaha.

Harus merencanakan apa yang akan dilakukan terhadap usaha yang dijalankan kedepannya. Jumlah usaha akan selalu meningkat dari tahun ke tahun dan tentunya membuat persaingan semakin sulit. Wirausahawan harus dapat menyesuaikan usahanya dengan tren di sekitar tempat usaha serta merencanakan strategi yang tepat sehingga mengurangi resiko yang dapat terjadi.

Bagi wirausahawan

Melakukan perencanaan dan peramalan dalam membuat strategi usaha. Perencanaan dan perkiraan yang telah diteliti dengan mapan dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam pelaksanaan strategi dan mengurangi resiko yang dapat terjadi. Informasi mengenai perencanaan dan peramalan dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti keluarga dan penjual lainnya.

Selalu menggunakan peluang yang ada. Banyak sekali wirausahawan yang masih sering menggunakan prinsip 'rejeku tidak kemana-mana'. Hal ini membuat kegiatan yang dilaksanakan masih tidak berjalan dengan efisien dan dapat mengurangi niat beli pelanggan.

Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambah jumlah variabel yang mempengaruhi kinerja UMKM dan menambah jumlah indikator pada variabel-variabel yang akan diteliti. Disarankan juga untuk peneliti selanjutnya agar dapat memperluas wilayah penelitian.

Ucapan Terima Kasih

Dengan selesainya penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian artikel ini, Khususnya kepada Bapak Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM. selaku pembimbing dan penulis kedua penelitian ini dan kepada seluruh responden yang bersedia dalam mengisi kuesioner.

REFERENSI

- Alkassim, R. S., & Tran, X. (2015). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 1-4.
- Darwis, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 542-552. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7948>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*. Semarang: Diponegoro University.
- Gupta, V. K., & Batra, S. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in Indian SMEs: Universal and contingency perspectives. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 660-682.
- Ha, V. D. (2020). Enhancing the e-commerce application in SMEs. *Management Science Letters*, 2821-2828.
- Haider, S. H., Asad, M., & Fatima, M. (2017). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Manufacturing Sector Small and Medium Scale Enterprises of Punjab Pakistan. *European Business & Management*, 3(2), 21-28.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus Umkm Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 1-15.
- Herlinawati, E., Suryana, Ahman, E., & Machmud, A. (2019). The Effect Of Entrepreneurial. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22(5), 1-15.
- Hindarwati, E. N., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2021). Orientasi Kewirausahaan dalam Kinerja UMKM di Jember. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 9(1), 42-54.
- Hussain, A., Akbar, M., Shahzad, A., Poulova, 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.
- Kevin, & Puspitowati, I. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, II(3), 612-620. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9573>
- Meekaewkunchorn, N., Woszczyna, K. S., Muangmee, C., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Entrepreneurial Orientation And Sme Performance: The Mediating Role Of Learning Orientation. *Interdisciplinary Approach To Economics And Sociology*, 14(2), 294-312.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2020). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, 2014-2019*. Retrieved from Beritagar Merawat Indonesia : lokadata: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/jumlah-usaha-menengah-kecil-dan-mikro-2014-2019-1586254692>
- Nelipatel.com. (2020). *Sektor yang tumbuh saat pandemi, 2020*. Retrieved from Beritagar Merawat Indonesia : lokadata: <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/sektor-yang-tumbuh-saat-pandemi-2020-1599011576>
- Ningtyas, P. K., Sunarko, B., & Jaryono. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm. *Performance, Business & Management Journal*, 95-107.
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on E-Commerce Adoption on Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in Business Performance of SMEs. *Asian Economic and Financial Review*, 516-525.

- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM Pada Bidang Kuliner Di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 383-393. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9865>
- Pratama, M. I., Sunarya, E., & Saori, S. (2022). Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Adopsi E-Commerce Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid-19. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1450-1459.
- Putri, M. A. (2022). *UMKM Gulung Tikar! Digitalisasi Bisnis Melalui E-Commerce Menjadi Batu Loncatan Bangkitnya UMKM*. Retrieved 8 13, 2022, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/mariaassumptafputri1474/62f7287c3555e44b5c282cc2/umkm-gulung-tikar-digitalisasi-bisnis-melalui-e-commerce-menjadi-batu-loncatan-bangkitnya-umkm>
- Ranto, D. W. (2016). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1-11.
- Sarastyarini, N. M., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh E-Commerce dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 1880-1907.
- Sedighi, A., & Sirang, B. (2018). The Effect of E-Commerce on SME Performance. *International Journal of Applied Research in Management and Economics*, 13(2), 71-81.
- Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2020). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Sosial UHB*, 37-46.
- Sirang, A. S. (2018). The Effect of E-Commerce on SME Performance. *International Journal of Applied Research in Management and Economics*, I(2), 71-81.
- 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. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11897>
- Sugiyono. (2013). *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.
- Syed Hussain Haider, M. A. (2017). Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Manufacturing Sector Small and Medium Scale Enterprises of Punjab Pakistan. *European Business & Management*, 3(2), 21-28.
- Utama, L., & Hartono, M. V. (2018). Pengaruh Sumber Daya Pemilik Waralaba Terhadap Kinerja Penerima. *Conference On Management and Behavioral Studies*.