

Model Peningkatan Kinerja Usaha UKM Kuliner dengan Inovasi Digital sebagai Variabel Mediasi

Emmy Junianti¹, Bobby Reza²

^{1,2} Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, Indonesia

E-mail: emmy.junianti@uta45jakarta.ac.id, bobby.reza@uta45jakarta.ac.id

Article History:

Received: January 10, 2025

Revised: January 25, 2025

Accepted: February 1, 2025

Keywords: Kinerja, UKM Kuliner
Inovasi, Digital

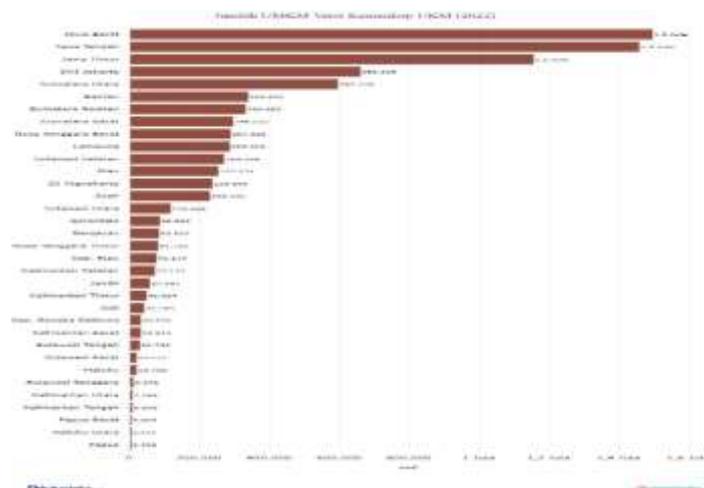
Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peningkatan kinerja usaha UKM kuliner melalui kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan dengan inovasi digital sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian adalah pengusaha UKM kuliner di Kota dan Kabupaten Bandung dengan jumlah sampel 50 orang yang tersebar di wilayah tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Forms. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak Smart PLS untuk memastikan validitas statistik. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan memiliki dampak positif langsung terhadap kinerja bisnis. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi digital memainkan peran mediasi dalam meningkatkan pengaruh kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini menawarkan wawasan berharga untuk pengambilan keputusan strategis dan perumusan kebijakan di sektor UKM kuliner, dengan implikasi penting bagi akademisi dan praktisi.

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengatur penggolongan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia berdasarkan kriteria tertentu. Berdasarkan peraturan ini, kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha dengan ciri-ciri tertentu digolongkan sebagai usaha mikro. Di sisi lain, badan usaha yang beroperasi secara mandiri, tanpa menjadi anak perusahaan dari perusahaan menengah atau besar, digolongkan sebagai usaha kecil. Usaha kecil dapat dikelola oleh orang perseorangan atau badan usaha, dengan ketentuan memenuhi kriteria yang ditentukan. Usaha menengah didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang berdiri sendiri, tanpa afiliasi langsung atau tidak langsung dengan usaha

kecil atau besar, seperti cabang atau anak perusahaan. Usaha menengah juga dapat dikelola oleh orang perseorangan atau badan usaha. Dalam proses penggolongan UMKM, faktor-faktor seperti nilai aktiva bersih dan omzet penjualan tahunan menjadi pertimbangan utama. Dengan demikian, penggolongan UMKM tidak hanya didasarkan pada struktur dan pengelolaan usahanya, tetapi juga pada kinerja keuangannya (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008).

Perhatian besar pemerintah dan masyarakat terhadap pengembangan UMKM tidak terlepas dari peran signifikan UMKM dalam penciptaan lapangan kerja. Selain itu, UMKM berperan sebagai pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut laporan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, sekitar 99 persen dari seluruh unit usaha di Indonesia merupakan UMKM. Selain itu, UMKM berkontribusi sebesar 60,5 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) dan menyerap sekitar 96,9 persen tenaga kerja nasional (UNCTAD & Sekretariat ASEAN, 2022). Meskipun kontribusi UMKM terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja terus meningkat, akses UMKM terhadap rantai pasok global masih sangat terbatas. Hanya sekitar 0,8 persen UMKM Indonesia yang terlibat dalam rantai pasok global, yang menunjukkan bahwa kinerja UMKM secara keseluruhan belum mencapai potensi penuhnya. Jumlah UMKM di setiap provinsi di Indonesia hingga tahun 2022 ditunjukkan pada Gambar 1:



Sumber : Kementerian Koperasi , Usaha Kecil dan Menengah , 2022

Gambar 1) Jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) di setiap provinsi di Indonesia pada tahun 2022.

Berdasarkan Gambar 1, Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai daerah dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia pada tahun 2022, disusul Jawa Tengah pada posisi kedua dan Jawa Timur pada posisi ketiga. Pada tahun 2021, sektor ekonomi kreatif (ekraf) Indonesia memberikan kontribusi sebesar 6,98 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Subsektor kuliner, fesyen, dan kriya menjadi penyumbang terbesar dengan total kontribusi mencapai 72,4% terhadap PDB ekonomi kreatif (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Jumlah UMKM Subsektor Industri Kreatif dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1Jumlah UKM Subsektor Industri Kreatif di Jawa Barat.

Kategori Bisnis	Jumlah UKM					
	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
Aksesoris	10.789	11.457 orang	12.166 orang	12.919 tahun	13.718 tahun	14.567 tahun
Batik	10.789	11.457 orang	12.166 orang	12.919 tahun	13.718 tahun	14.567 tahun
Sulaman	1.541 tahun	1.637 orang	1.738 orang	1.846 orang	1.960 tahun	2.081 tahun
Keahlian	385.335	409.176 orang	434.493	461.376 orang	489.923	520.235
Mode	376.087 orang	399.356	424.065 juta	450.303 orang	478.164	507.750
Konveksi	229.660 orang	243.869	258.958	274.980	291.994 tahun	310.060 tahun
Kuliner	1.658.481 juta	1.761.095 orang	1.870.058	1.985.763 tahun	2.108.627 tahun	2.239.092 tahun
Makanan	1.213.034 orang	1.288.087 tahun	1.367.784 orang	1.452.412 tahun	1.542.276 tahun	1.637.701 tahun
Minum	225.036 juta	238.959	253.744 orang	269.444 orang	286.115	303.817
Layanan/Lainnya	524.055	556.480	590.911	627.472 orang	666.295	707.520
Aksesoris	10.789	11.457 orang	12.166 orang	12.919 tahun	13.718 tahun	14.567 tahun

Kewirausahaan dan konsep-konsep terkaitnya terkait erat dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pengembangan UMKM dibentuk oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Secara internal, faktor-faktor seperti kemampuan berwirausaha dan sikap berwirausaha memainkan peran penting. Secara eksternal, jaringan kewirausahaan dan kebijakan pemerintah yang mendukung bisnis berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Kombinasi faktor-faktor ini sangat penting dalam mendorong UMKM untuk mencapai dan mempertahankan kinerja yang optimal (Barney, 1991; Bowman & Ambrosini, 2003; Teece et al., 1997; Wu, 2010).

Kompetensi kewirausahaan bermanfaat bagi perusahaan atau organisasi kecil dengan sumber daya keuangan dan dukungan teknologi yang terbatas (Al Mamun & Fazal, 2018; Peric et al., 2017). Kompetensi ini didefinisikan sebagai kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya secara efektif, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan mikro (Al Mamun et al., 2016; Mitchelmore & Rowley, 2010). Hal ini dianggap penting untuk mengelola bisnis kecil dan baru dengan sukses.

Kuratko (2023) menegaskan bahwa kinerja bisnis sangat dipengaruhi oleh kewirausahaan, yang didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengubah dan mengadaptasi hubungan antara sifat kewirausahaan dan hasil bisnis. Proses ini mencakup beberapa aspek utama, termasuk inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko. Dengan mengintegrasikan elemen-

elemen ini, kewirausahaan meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan, menciptakan nilai yang lebih besar, dan memperkuat posisi kompetitif di pasar yang dinamis. Dengan kata lain, peningkatan sifat kewirausahaan meningkatkan keterampilan pemilik usaha kecil dan menengah (UKM), yang pada akhirnya menghasilkan kinerja bisnis yang positif. Man et al. (2002) juga mencatat bahwa individu yang kompeten dapat secara efisien melakukan tugas-tugas yang menantang. Gerli et al. (2011) lebih lanjut menekankan bahwa pengusaha harus mengembangkan kompetensi mereka untuk mencapai kinerja yang unggul. Oleh karena itu, kompetensi yang dimiliki oleh pengusaha diharapkan dapat memfasilitasi kinerja perusahaan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi (Mitchelmore & Rowley, 2013).

Orientasi kewirausahaan, sebagaimana dijelaskan oleh Lumpkin & Dess (1996), mengacu pada serangkaian langkah, pelatihan, dan proses pengambilan keputusan yang ditujukan untuk menciptakan usaha baru. Orientasi ini memainkan peran penting dalam mengintegrasikan, mengembangkan, dan mengkonfigurasi ulang kemampuan internal dan eksternal UKM. Menurut Darwis (2017), hal ini memungkinkan UMKM untuk cepat beradaptasi dengan perubahan dinamis dalam lingkungan bisnis. Tidak diragukan lagi, orientasi kewirausahaan merupakan elemen fundamental dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan UKM di tengah kondisi pasar yang terus berubah. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi digital telah mengalami perkembangan pesat, yang secara fundamental mengubah pola pikir dan rutinitas sehari-hari masyarakat. Sebagaimana dicatat oleh Priyono et al. (2020), era digital telah menyaksikan lonjakan penggunaan internet untuk pengumpulan informasi di kalangan masyarakat umum. Pergeseran ini secara signifikan telah memengaruhi pola gaya hidup, memungkinkan penyelesaian tugas yang lebih cepat dan memfasilitasi komunikasi jarak jauh, sehingga mengurangi kebutuhan untuk interaksi tatap muka dalam banyak konteks. Teknologi digital terus berkembang pesat, dengan salah satu inovasi paling menonjol dalam UKM adalah digitalisasi bisnis—di mana bisnis dijalankan dengan mengintegrasikan teknologi digital baru (Ansong & Boateng, 2019). Agar perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnisnya, mereka harus berhasil berinovasi melalui teknologi digital. Ini termasuk meningkatkan pengalaman dan keterlibatan pelanggan, meminimalkan biaya operasional, dan menciptakan model bisnis baru. Tanpa inovasi ini, bisnis berisiko kalah bersaing dengan pesaing yang mengadopsi strategi tersebut (Giantari et al., 2022).

Teknologi digital menghadirkan peluang baru bagi UKM, seperti peningkatan akses ke keterampilan dan bakat, jangkauan pasar yang lebih luas, perluasan akses ke pembiayaan, komunikasi dan kolaborasi yang lebih baik, peningkatan akses ke teknologi dan aplikasi, pengembangan produk yang lebih luas, dan pengurangan birokrasi. Akibatnya, teknologi digital menyamakan kedudukan, memungkinkan UKM untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar. Meskipun banyak manfaat potensial, banyak UKM tetap ragu untuk terlibat dalam inovasi digital atau gagal memanfaatkan teknologi ini sepenuhnya. Keengganan ini dapat dikaitkan dengan beberapa faktor, termasuk sumber daya yang terbatas, kurangnya pengetahuan digital, dan tantangan dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam model bisnis mereka (Ramdani et al., 2022). Studi lain telah mengidentifikasi faktor-faktor seperti ketidakpastian tentang laba atas investasi, kurangnya dukungan infrastruktur, dan tidak adanya strategi digital yang jelas sebagai hambatan tambahan untuk adopsi teknologi digital di kalangan UKM (Nambisan et al., 2019). Oleh karena itu, meskipun UKM menyadari potensi manfaat inovasi digital, mereka sering menghadapi tantangan signifikan dalam implementasinya.

Perkembangan UMKM juga terhambat oleh berbagai faktor yang saling terkait, seperti orientasi kewirausahaan yang lemah, adopsi teknologi yang terbatas, kemampuan manajerial yang tidak memadai, akses informasi yang terbatas, dan kurangnya sumber daya manusia yang terampil untuk mendorong kinerja bisnis. Kendala-kendala ini menimbulkan tantangan yang signifikan bagi UMKM dalam upaya mereka untuk tumbuh dan tetap kompetitif di pasar yang semakin menantang. Penelitian menunjukkan bahwa penguatan orientasi kewirausahaan, yang mencakup unsur-unsur inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko, dapat membantu UMKM mengadopsi teknologi baru dan meningkatkan kinerja bisnis mereka (Campos-Núñez & Serrano- Malebrán , 2024). Tanpa intervensi yang tepat, UMKM akan terus berjuang untuk mengoptimalkan potensi mereka dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak kompetensi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis di UKM kuliner, dengan inovasi digital sebagai variabel mediasi.

Kewirausahaan

Kewirausahaan telah ditafsirkan dengan berbagai cara oleh para ahli. Suryana (2014) dan Zimmerer & Scarborough (2002) mendefinisikan kewirausahaan sebagai hasil dari proses penerapan kreativitas dan inovasi yang disiplin dan sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan peluang pasar. Demikian pula, Drucker dan Armstrong menggambarkannya sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Hisrich et al. (2024) memandang kewirausahaan sebagai suatu proses, menggambarkannya sebagai upaya untuk menciptakan nilai baru melalui investasi waktu dan energi, sambil mengambil risiko finansial, fisik, dan sosial. Sebagai imbalannya, wirausahawan menerima keuntungan finansial, kepuasan pribadi, dan kebebasan.

Perspektif ini menyoroti komponen utama kewirausahaan: inovasi, pengambilan risiko, pemanfaatan peluang, dan penciptaan nilai, yang bersama-sama membentuk dasar konsep kewirausahaan. Hisrich dkk. (2024) juga menggambarkan kewirausahaan sebagai proses di mana individu bertujuan untuk menghasilkan nilai baru dengan menginvestasikan waktu dan energi serta dengan mengambil risiko—finansial, fisik, dan sosial. Imbalan dari proses ini adalah keuntungan finansial, kepuasan pribadi, dan otonomi. Pandangan ini menggarisbawahi elemen penting kewirausahaan: inovasi, pengambilan risiko, pemanfaatan peluang, dan penciptaan nilai, yang secara kolektif mendefinisikan konsep kewirausahaan.

Kuratko (2023) menambahkan hal ini dengan menggambarkan kewirausahaan sebagai proses dinamis yang melibatkan inovasi, kreativitas, pengambilan risiko, dan inisiatif dalam penciptaan nilai baru. Kewirausahaan, menurutnya, tidak hanya tentang memulai bisnis tetapi juga tentang menciptakan nilai dengan mengembangkan solusi inovatif untuk masalah pasar yang ada. Dari perspektif organisasi, kewirausahaan sejalan dengan pandangan Schumpeter, yang menunjukkan bahwa kewirausahaan akan semakin didorong oleh perusahaan dengan sumber daya untuk mendukung inovasi. Schumpeter berpendapat bahwa pengusaha dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan, dan semakin mereka terlibat dalam inovasi, semakin banyak manfaat ekonomi secara keseluruhan (Schumpeter, 1942; Sembhi , 2002).

2.2 Kinerja Bisnis

Konsep kinerja telah ditafsirkan dengan berbagai cara oleh para ahli yang berbeda. Bernardin & Russell (1998) mendefinisikan kinerja sebagai dokumentasi hasil yang dicapai selama pelaksanaan tugas atau aktivitas tertentu dalam jangka waktu tertentu. Di sisi lain,

Wheelen & Hunger (2014) mengaitkan kinerja bisnis dengan indikator yang dapat diukur, menegaskan bahwa kinerja bisnis dapat dievaluasi melalui tiga parameter utama: volume penjualan, pangsa pasar, dan profitabilitas. Kinerja bisnis, dalam konteks ini, mewakili hasil akhir dari semua aktivitas bisnis yang dilakukan, dengan pertumbuhan penjualan dan profitabilitas sebagai indikator penting dari kinerja keseluruhan. Umrani et al. (2018) lebih jauh menguraikan kinerja bisnis sebagai cerminan efektivitas organisasi dalam menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan internal dan eksternal. Hal ini biasanya tercermin dalam pendapatan, laba, atau kekayaan yang dihasilkan bagi pemegang saham atau pemilik selama periode tertentu.

Pendekatan *Balanced Scorecard*, yang dikembangkan oleh Kaplan & Norton (2001), menawarkan metode yang lebih komprehensif untuk mengevaluasi keberhasilan suatu unit bisnis, dengan mempertimbangkan empat perspektif yang berbeda. Pertama, pendekatan ini menekankan kinerja keuangan sebagai indikator penting. Kedua, perspektif pelanggan dianggap sebagai elemen kunci dalam penilaian. Ketiga, pendekatan ini berfokus pada efisiensi dan efektivitas proses bisnis internal. Terakhir, pembelajaran dan pertumbuhan organisasi disorot sebagai kontributor penting bagi keberhasilan bisnis jangka panjang. Dengan mengintegrasikan keempat perspektif ini, *Balanced Scorecard* memberikan pandangan holistik tentang kinerja suatu unit bisnis, yang melampaui ukuran keuangan tradisional.

2.3 Kompetensi Kewirausahaan

Robbins & Judge (2023) menyatakan bahwa kompetensi merupakan karakteristik utama yang dimiliki oleh sebagian besar individu yang sukses dalam suatu organisasi atau profesi. Kompetensi mengacu pada serangkaian karakteristik individu yang terkait dengan perilaku yang diharapkan dan kinerja optimal dalam pekerjaan atau situasi tertentu. Menurut beberapa ahli, kompetensi atau kemampuan merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan individu dalam mencapai kinerja yang unggul.

Konsep kompetensi kewirausahaan telah dijelaskan oleh berbagai akademisi dari berbagai perspektif yang berbeda, namun saling melengkapi. Baum et al. (2001) mendefinisikan kompetensi kewirausahaan sebagai seperangkat karakteristik pribadi yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan tugas-tugas tertentu. Kiggunda (2002) memperluas definisi ini dengan menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan mencakup semua elemen yang terkait dengan bidang kewirausahaan, termasuk tidak hanya pengetahuan dan keterampilan tetapi juga sikap, keyakinan, kemampuan, ciri-ciri kepribadian, dan pola perilaku. Menurut Kiggunda, atribut-atribut ini penting untuk mempertahankan dan mendorong pertumbuhan bisnis. Oleh karena itu, kompetensi kewirausahaan dapat dipahami sebagai kombinasi kompleks dari faktor-faktor internal yang memungkinkan pengusaha untuk berhasil dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka.

Kompetensi kewirausahaan pada hakikatnya merujuk pada karakteristik mendasar yang dimiliki oleh individu yang mendukung mereka dalam melaksanakan tugas secara efisien (Lazar & Paul, 2015; Man et al., 2008; Yasin et al., 2019). Dimensi kompetensi kewirausahaan meliputi membangun hubungan, mengenali peluang, mengorganisasi, kemampuan konseptual, komitmen, dan strategi. Selain itu, Ahmad et al. (2010) menekankan bahwa dalam menilai kompetensi kewirausahaan, wirausahawan harus memahami sembilan kompetensi yang berkaitan dengan perilaku: strategi, komitmen, kemampuan konseptual, mengenali peluang,

mengorganisasi dan memimpin, hubungan interpersonal, proses pembelajaran, sifat pribadi, dan keterampilan teknis.

2.4 Orientasi Kewirausahaan

Konsep orientasi dan kewirausahaan telah diuraikan oleh berbagai ahli dari berbagai perspektif. Robbins & Judge (2023) menggambarkan orientasi sebagai cara individu atau kelompok memandang dan menanggapi lingkungannya, termasuk bagaimana sikap, perhatian, dan kecenderungan seseorang dibentuk oleh konteks organisasi dan situasi sosial. Orientasi memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana individu berinteraksi di tempat kerja dan dapat memengaruhi efektivitas tim dan organisasi secara keseluruhan.

Sementara itu, kewirausahaan sebagaimana didefinisikan oleh Kuratko (2023) merupakan suatu proses dinamis yang melibatkan inovasi, pengambilan risiko, dan kreativitas untuk menghasilkan nilai baru. Beberapa peneliti, antara lain Knight (2000), Ginsberg et al. (1985), Lumpkin & Dess (1996), Miller (1983), dan Morris & Paul (1987), telah mengintegrasikan kedua konsep tersebut, mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu untuk berinovasi, bertindak proaktif, dan mengambil risiko untuk mencapai tujuan ketika memulai atau mengelola suatu bisnis. Lee & Tsang (2001) mengusulkan empat parameter kunci untuk mengukur orientasi kewirausahaan: kebutuhan untuk berprestasi, keyakinan pada efikasi diri (lokus kendali internal), kepercayaan diri, dan keterbukaan terhadap lingkungan sosial (ekstroversi). Dengan demikian, orientasi kewirausahaan dapat dipahami sebagai suatu sikap mental yang memadukan kecenderungan inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko, yang dapat diukur melalui berbagai indikator psikologis dan perilaku.

2.5 Inovasi Digital

Inovasi digital didefinisikan sebagai produk, proses, atau model bisnis yang dianggap baru, memerlukan perubahan signifikan dari pihak penggunanya, dan diimplementasikan atau didukung oleh teknologi informasi (Fichman et al., 2014, hlm. 330). Inovasi digital mengacu pada bagaimana organisasi memanfaatkan teknologi digital, termasuk Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), Sistem Informasi (IS), dan Teknologi Informasi (TI). Meskipun beberapa tinjauan pustaka umum tentang inovasi telah dilakukan oleh para ahli seperti Fichman (1992), Jeyaraj et al. (2006), dan Kohli & Melville (2019), kebingungan sering kali terjadi terkait pemahaman inovasi digital dalam konteks UKM.

Nambisan dkk. (2017) mendefinisikan inovasi digital sebagai penciptaan permintaan pasar, proses, atau model bisnis yang didukung oleh teknologi digital. Definisi ini mencakup berbagai hasil inovasi, seperti produk, platform, layanan, pengalaman pelanggan, dan rantai nilai baru lainnya, yang semuanya melibatkan aktivitas bisnis yang dilakukan melalui penggunaan proses digital (Nambisan dkk., 2017). Studi sebelumnya tentang inovasi digital telah mengungkap berbagai tantangan manajerial yang terkait dengan inovasi dan transformasi digital. Penerapan teknologi digital sering kali menghasilkan perubahan signifikan dalam lingkungan bisnis. Seperti yang dicatat oleh Abrell dkk. (2016), transformasi ini melibatkan beberapa aspek utama, termasuk restrukturisasi proses bisnis, modifikasi arsitektur sistem, dan penilaian ulang kerangka kerja masalah yang ada dalam konteks digital. Selain itu, teknologi digital mendorong pola interaksi baru di antara mitra dalam rantai nilai, memperluas dampak digitalisasi di luar operasi internal ke hubungan eksternal dengan para pemangku kepentingan.

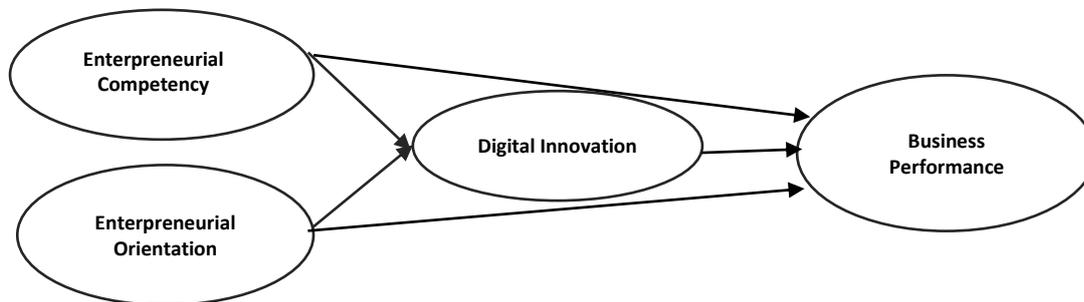
Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital bukan sekadar perubahan teknis, tetapi katalisator untuk transformasi komprehensif dalam cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan lingkungannya.

Studi oleh Nwankpa & Roumani (2016) mengungkap peran penting transformasi digital dalam bisnis modern. Mereka menemukan bahwa transformasi digital tidak hanya berdampak langsung pada kinerja tetapi juga berfungsi sebagai jembatan antara kapabilitas TI dan kinerja perusahaan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya mengenali nilai strategis transformasi digital. Selain itu, perusahaan perlu memahami cara mengoptimalkan kapabilitas TI mereka untuk meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. Gagasan ini selanjutnya didukung oleh Henfridsson et al. (2018) dan Nambisan et al. (2019), yang menekankan bahwa pemahaman yang mendalam dan pemanfaatan transformasi digital dan kapabilitas TI yang tepat sangat penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan meningkatkan kinerja dalam lanskap digital yang berkembang pesat.

Inovasi digital melibatkan kombinasi yang kuat antara teknologi digital dan keterampilan manajemen digital untuk menginovasi proses bisnis dan mencapai solusi kreatif (Zairis, 2020). Intinya, inovasi digital mencakup produk, proses, atau model bisnis baru—atau yang memerlukan perubahan signifikan—yang didukung oleh TI.

Metode

Model Penelitian



Gambar 2 Model Penelitian

2.7 Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis

Penelitian oleh Seraj et al. (2022) mengungkapkan bahwa kompetensi kewirausahaan meningkatkan ketahanan kewirausahaan dan kinerja UKM yang berkelanjutan di Arab Saudi. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Kisubi et al. (2022), yang menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kapabilitas perusahaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja UKM. Di antara tujuh kompetensi kewirausahaan yang diteliti, kompetensi inovatif menunjukkan korelasi terkuat dengan kinerja UKM dibandingkan dengan kompetensi lainnya. Hasil ini konsisten dengan penelitian oleh Sakib et al. (2022), yang menemukan bahwa semua kompetensi kewirausahaan, kecuali kompetensi strategis dan peluang, memengaruhi kinerja UKM.

Selain itu, Chang (2023), setelah melakukan uji reliabilitas dan validitas, mengamati bahwa analisis korelasi menunjukkan hubungan yang signifikan antara kompetensi dan kinerja kewirausahaan. Selanjutnya, analisis regresi mengungkapkan pengaruh positif yang signifikan

dari kompetensi terhadap kinerja kewirausahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

Hipotesis 1 (H1). Kompetensi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis.

2.8 Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis

Beberapa penelitian terkini telah mengungkap hubungan yang kuat antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis, khususnya dalam konteks UKM. Isichei et al. (2020) menemukan bahwa aspek inovasi dan proaktif dalam orientasi kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UKM. Wahyuni & Sara (2020) memperluas hal ini dengan menunjukkan bahwa orientasi pasar, orientasi pembelajaran, dan orientasi kewirausahaan berkontribusi secara langsung terhadap kinerja bisnis. Pengaruh ini dimediasi oleh kompetensi pengetahuan dan inovasi, sehingga menghasilkan efek positif yang substansial. Sakib et al. (2022) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa sebagian besar kompetensi kewirausahaan, kecuali kompetensi strategis dan peluang, memainkan peran penting dalam menentukan kinerja UKM. Kiyabo & Isaga (2020) menekankan pentingnya keunggulan kompetitif sebagai mediator antara orientasi kewirausahaan dan kinerja UKM. Selain itu, Aftab et al. (2022) mengonfirmasi hubungan positif antara orientasi kewirausahaan, kompetensi kewirausahaan, dan kinerja perusahaan, dengan menyoroti kompetensi kewirausahaan sebagai jembatan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

Hipotesis 2 (H2): Ada korelasi positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis.

2.9 Kompetensi Kewirausahaan dan Inovasi Digital

Penelitian terkini telah menunjukkan hubungan yang kuat antara kompetensi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja bisnis, khususnya dalam konteks UKM. Puerta dkk. (2022) menemukan bahwa pengembangan kompetensi kewirausahaan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kapasitas inovasi perusahaan. Temuan ini selanjutnya didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Al Koliby dkk. (2024), yang tidak hanya menegaskan peran penting kompetensi kewirausahaan dalam mendorong inovasi tetapi juga menekankan dampaknya terhadap keberlanjutan kinerja UKM di sektor manufaktur. Kedua penelitian tersebut menyoroti bahwa UKM yang berhasil mengembangkan kompetensi kewirausahaan cenderung lebih inovatif dan lebih mampu mempertahankan kinerja yang kuat dalam jangka panjang. Dengan demikian, pengembangan kompetensi kewirausahaan penting tidak hanya untuk mendorong inovasi tetapi juga untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing UKM di sektor manufaktur. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

Hipotesis 3 (H3): Kompetensi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan inovasi digital.

2.10 Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Digital

Beberapa penelitian terkini telah mengungkap hubungan yang kuat antara Orientasi Kewirausahaan (EO) dan berbagai aspek inovasi dalam organisasi. Makhloufi dkk. (2021) mengamati korelasi positif antara EO dan kapasitas inovasi organisasi. Iqbal dkk. (2021) semakin memperdalam pemahaman ini dengan menemukan hubungan langsung yang sangat signifikan antara EO, komitmen organisasi, dan kinerja inovasi. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Seo (2019), yang melalui analisis regresi, mengungkap hubungan lengkung yang

signifikan antara EO dan inovasi, dengan hubungan yang kuat terlihat dalam inovasi teknologi dan inovasi produk. Sintesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong berbagai aspek inovasi organisasi, mulai dari kapasitas inovasi hingga kinerja inovasi yang terukur baik dalam pengembangan teknologi maupun produk. Dengan mempertimbangkan hal di atas, ada dasar yang kuat untuk menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan inovasi digital. Oleh karena itu, hipotesis berikut diajukan:

Hipotesis 4 (H4): Orientasi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan inovasi digital.

2.11 Inovasi Digital dan Kinerja Bisnis

Berbagai penelitian telah menguji dampak inovasi digital terhadap kinerja bisnis. Misalnya, Liu et al. (2023) menemukan bahwa inovasi digital memengaruhi kinerja perusahaan manufaktur secara positif dengan meningkatkan kecepatan inovasi dan efisiensi operasional, yang dimungkinkan oleh kemampuan teknologi digital. Temuan ini sejalan dengan Kafetzopoulos, Psomas, et al. (2019), yang mengidentifikasi tiga dimensi kinerja inovasi yang secara langsung berkontribusi pada kinerja bisnis. Demikian pula, Expósito & Sanchis-Llopis (2019), dalam penelitian mereka terhadap sampel besar UKM Spanyol, melaporkan dampak positif inovasi pada dimensi keuangan dan operasional kinerja bisnis UKM, dengan perbedaan yang signifikan tergantung pada jenis inovasi dan indikator kinerja yang digunakan.

Penelitian oleh Kafetzopoulos, Gotzamani, dkk. (2019) mendukung kesimpulan ini, dengan menyatakan bahwa "pendorong keunggulan" dan kinerja inovasi secara langsung berkontribusi pada kinerja bisnis. Selain itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa kinerja inovasi memediasi sebagian dampak pendorong keunggulan pada kinerja bisnis. Temuan ini konsisten dengan Tsai dkk. (2022), yang menyatakan bahwa inovasi terbuka secara tidak langsung memengaruhi kinerja UKM melalui efek mediasi dari berbagai pengetahuan terbalik dan efek moderasi dari hubungan pemangku kepentingan. Implikasi praktis dan potensi teoritis untuk penelitian mendatang dibahas. Berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

Hipotesis 5 (H5): Inovasi digital memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis.

2.12 Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis melalui Inovasi Digital

Di era digital yang berkembang pesat, kompetensi kewirausahaan dan inovasi telah menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan bisnis. Studi terkini menunjukkan hubungan yang signifikan antara kompetensi kewirausahaan, inovasi digital, dan kinerja bisnis. Kompetensi kewirausahaan merupakan faktor penting yang mendukung kinerja bisnis, karena pengusaha dengan kompetensi yang kuat lebih mampu mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan membuat keputusan strategis. Hal ini, pada gilirannya, meningkatkan efisiensi operasional dan profitabilitas.

Lebih lanjut mendukung argumen ini, Ng et al. (2019) menemukan bahwa inovasi proses memediasi hubungan antara kompetensi teknis dan kinerja keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk berinovasi, terutama dalam konteks digital, berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan kompetensi kewirausahaan dengan peningkatan kinerja bisnis. Berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

Hipotesis 6 (H6): Kompetensi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis melalui inovasi digital.

Hipotesis ini menyiratkan bahwa pengusaha dengan kompetensi kewirausahaan yang tinggi cenderung mengadopsi dan menerapkan inovasi digital dalam bisnis mereka. Pada gilirannya, inovasi digital ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing perusahaan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis secara keseluruhan.

2.13 Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis melalui Inovasi Digital

Dalam lanskap bisnis yang dinamis saat ini, orientasi kewirausahaan telah muncul sebagai faktor penting yang memengaruhi kinerja perusahaan. Orientasi ini, yang mencakup kecenderungan terhadap inovasi, pengambilan risiko yang terukur, dan proaktif, telah menjadi semakin relevan di era transformasi digital. Penelitian terkini menunjukkan hubungan yang kompleks antara orientasi kewirausahaan, inovasi digital, dan kinerja bisnis. Sebuah studi oleh Ince et al. (2023) menawarkan wawasan berharga dalam konteks ini. Mereka menemukan bahwa kinerja inovasi berfungsi sebagai mediator penting dalam dua hubungan utama: pertama, antara modal sosial dan kinerja perusahaan, dan kedua, antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan. Temuan ini menekankan peran utama inovasi dalam mengubah sikap dan sumber daya kewirausahaan menjadi hasil bisnis yang terukur.

Di era digital, inovasi sering kali terwujud sebagai transformasi digital. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital baru, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan proposisi nilai kepada pelanggan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, hipotesis berikut dapat dirumuskan:

Hipotesis 7 (H7): Orientasi kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis melalui inovasi digital.

Hipotesis ini mengusulkan bahwa perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat cenderung mengembangkan dan menerapkan inovasi digital. Inovasi ini, pada gilirannya, diharapkan dapat meningkatkan berbagai aspek kinerja bisnis, termasuk efisiensi operasional, kepuasan pelanggan, dan hasil keuangan.

Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, purposive sampling, yang juga dikenal sebagai subjective sampling, diterapkan dalam penelitian ini. Seperti yang dijelaskan oleh Douglas (2022), metode ini melibatkan pemilihan sampel yang disengaja berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan untuk memilih partisipan yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Pendekatan ini tidak menggunakan pemilihan acak, tetapi lebih mengandalkan penilaian peneliti mengenai kesesuaian partisipan potensial dalam kaitannya dengan fokus penelitian. Dengan menggunakan metode ini, penelitian ini mencari informasi yang mendalam dan kontekstual dari individu yang dapat memberikan wawasan berharga tentang fenomena yang sedang diteliti. Melalui penerapan teknik pengambilan sampel subjektif ini, data dikumpulkan dari sumber yang diyakini menawarkan informasi yang paling berharga dan relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian:

- 1) Minimal 5 tahun pengalaman dalam menjalankan UKM kuliner.

- 2) UKM tersebut terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Jawa Barat (DiskopUKM Jabar).
- 3) UKM tersebut telah mengoperasikan platform bisnis daring setidaknya selama 3 tahun.

Mengacu pada anjuran Chin (2000), besar sampel yang dibutuhkan untuk analisis PLS-SEM berkisar antara 30 sampai dengan 100 responden. Berdasarkan pedoman tersebut, tim peneliti memutuskan untuk melibatkan 50 pelaku UKM yang beroperasi di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung sebagai partisipan dalam penelitian ini. Besar sampel tersebut tidak hanya memenuhi persyaratan minimal yang disarankan oleh Chin, tetapi juga mempertimbangkan keseimbangan antara kebutuhan statistik dan kendala praktis dalam pengumpulan data. Dengan melibatkan 50 responden dari sektor UKM di Bandung, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang cukup representatif untuk analisis PLS-SEM, dengan tetap berada dalam cakupan yang dapat dikelola. Keputusan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang bermakna tentang dinamika UKM di Kota Bandung dan Kabupaten Bandung, dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip metodologi yang digariskan oleh para ahli dalam analisis statistik, seperti Chin.

3.2 Pengukuran Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan skala likert 5 poin kepada pelaku UKM kuliner. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, khususnya Structural Equation Modeling (SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS . Metode ini memadukan teori dengan penelitian empiris dan mempertimbangkan relevansinya dengan teori terkait dalam konteks keterkaitannya. Analisis data dilakukan dengan menggunakan PLS-SEM yang diolah dengan SmartPLS 3, karena PLS merupakan metode yang tidak memerlukan ukuran sampel yang besar, bahkan ukuran sampel di bawah 100 pun masih dapat digunakan sehingga memudahkan proses analisis (Hair et al., 2022).

Selain model pengukuran yang merupakan komponen krusial dalam analisis PLS, penelitian ini juga memerlukan pengujian model struktural. Evaluasi model struktural dilakukan dengan metode bootstrapping, di mana t-statistik dibandingkan dengan nilai t kritis pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$). Jika t-statistik melebihi nilai t kritis pada tingkat toleransi ini, dapat disimpulkan bahwa variabel laten eksogen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel laten endogen. Selain itu, signifikansi pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dinilai melalui uji nilai-p. Nilai-p kurang dari 5% menunjukkan bahwa variabel laten eksogen memengaruhi variabel laten endogen secara signifikan.

Pengukuran model internal digunakan untuk mengevaluasi dampak keseluruhan variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen dengan memeriksa nilai R-kuadrat (R^2), yang menunjukkan seberapa besar varians dalam variabel laten endogen dijelaskan oleh variabel laten eksogen (Hair et al., 2022). Perubahan nilai R-kuadrat dinilai untuk menentukan apakah perubahan ini signifikan.

Langkah terakhir dalam pengujian dengan aplikasi SmartPLS adalah pengujian hasil bootstrapping. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada bobot regresi dan perbandingan nilai-p pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$). Suatu hipotesis dianggap signifikan jika nilai-p kurang dari 5%.

Hasil**Model Pengukuran**

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan model pengukuran untuk mengevaluasi beberapa aspek utama, termasuk reliabilitas, reliabilitas komposit (CR), dan Average Variance Extracted (AVE). Penilaian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan dua parameter: Cronbach's Alpha (CA) dan reliabilitas komposit (CR). Hasil pengujian, yang disajikan dalam Tabel 2, menampilkan nilai CA dan CR untuk empat konstruk utama:

- 1) Kinerja Bisnis: 0,932 (CA) dan 0,944 (CR)
- 2) Inovasi Digital: 0,914 (CA) dan 0,930 (CR)
- 3) Kompetensi Kewirausahaan: 0,933 (CA) dan 0,943 (CR)
- 4) Orientasi Kewirausahaan: 0,877 (CA) dan 0,911 (CR)

Hair et al. (2019) menetapkan standar bahwa nilai CA dan CR yang melebihi 0,7 menunjukkan reliabilitas dan akseptabilitas instrumen penelitian. Berdasarkan kriteria ini, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi persyaratan reliabilitas dan dapat diterima untuk analisis lebih lanjut. Hal ini dibuktikan dengan nilai CA dan CR untuk setiap konstruk yang secara konsisten melebihi ambang batas 0,7.

Selain reliabilitas, validitas instrumen juga merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi hasil penelitian (Dellinger & Leech, 2007). Validitas konvergen diuji dengan memeriksa nilai AVE, yang tercantum dalam Tabel 2. Semua nilai AVE melebihi ambang batas 0,50, dengan Kinerja Bisnis pada 0,678, Inovasi Digital pada 0,574, Kompetensi Kewirausahaan pada 0,622, dan Orientasi Kewirausahaan pada 0,595. Nilai AVE di atas 0,5 merupakan standar minimum untuk menunjukkan validitas konvergen yang baik, yang berarti bahwa lebih dari 50% varians dari indikator terkait dijelaskan oleh konstruk laten (Hair et al., 2019).

Uji validitas berikutnya yang dilakukan adalah dengan menggunakan rasio Fornell-Larcker dan rasio heterotrait-monotrait (HTMT) untuk menilai validitas diskriminan (Fornell & Larcker, 1981). Uji Fornell-Larcker yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai AVE lebih besar daripada korelasi antar variabel. Tabel 4 menunjukkan hasil rasio HTMT, yang nilainya di bawah 0,9. Jika nilai HTMT melebihi 0,9, hal itu dapat menunjukkan adanya masalah dengan validitas diskriminan antara konstruk yang diukur (Henseler et al., 2015). Lebih lanjut, uji Variance Inflation Factor (VIF) dilakukan untuk mengevaluasi multikolinearitas dalam data. Menurut Henseler et al. (2016), nilai VIF harus <10. Dalam penelitian ini, nilai VIF berada dalam rentang yang direkomendasikan, yaitu <10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami masalah multikolinearitas (lihat Tabel 5).

Tabel 2 Model Pengukuran

Membangun	Kode Barang	Memuat	Berat Luar	Bahasa Inggris Raya	Bahasa Inggris	JALUR
Kinerja (BP)	Bisnis			0.932	0,944 tahun	0,678 tahun
	BP1	0.748	0.143			
	BP2	0.899	0,176 tahun			
	BP3	0,878	0.180			

Membangun	Kode Barang	Memuat	Berat Luar	Bahasa Inggris Raya	Bahasa Inggris	JALUR
	BP4	0.818	0.152			
	BP5	0.889	0,179 tahun			
	BP6	0,778 tahun	0.117			
	BP7	0.794	0,137 tahun			
	BP8	0,767 tahun	0.123			
Inovasi Digital (DI)				0.914	0.930	0,574 tahun
	DI1	0,888	0.160			
	DI2	0.852	0,150			
	DI3	0.802	0.151			
	DI4	0.840	0.117			
	DI5	0.744	0.142			
	DI6	0.762	0.113			
	DI7	0.739	0.103			
	DI8	0.771	0.119			
	DI9	0.553	0.133			
	DI10	0,548 tahun	0,148			
Kompetensi Kewirausahaan (KE)				0,933	0.943	0.622
	EC1	0.724	0.141			
	EC2	0.819	0.131			
	EC3	0.821	0.166			
	Bahasa Inggris EC4	0,825	0.142			
	EC5	0,778 tahun	0.126			
	EC6	0,758	0.128			
	EC7	0.811	0.113			
	EC8	0.737	0.124			
	EC9	0,745 tahun	0,091 tahun			
	EC10	0.859	0.102			
Orientasi Kewirausahaan (EO)				0.887	0.911	0,595
	EO 1	0.823	0.231			
	EO2	0.742	0,174 tahun			
	Nomor 3	0,799	0.196			

Membangun	Kode Barang	Memuat	Berat Luar	Bahasa Inggris Raya	Bahasa Inggris	JALUR
		tahun				
	Nomor E04	0.753	0,155			
	E05	0,769	0.213			
	Kategori 6	0.782	0.190			
	Nomor E07	0.729	0.131			

Catatan: Rata-rata varians yang diekstraksi (AVE); Alfa Cronbach (CA); Keandalan komposit (CR).

Tabel 3 Validitas Diskriminan (Fornell dan Larcker)

	BP	DI	EC	EO
BP	0.823			
DI	0.805	0,758		
EC	0.718	0.736	0,789 tahun	
EO	0,475 tahun	0.478	0.333	0.771

Catatan: Kinerja Bisnis (BP); Inovasi Digital (DI); Kompetensi Kewirausahaan (EC); Orientasi Kewirausahaan (EO).

Tabel 4 HTMT (Rasio Heterotrait – Monotrait)

	BP	DI	EC
DI	0.837		
EC	0.746	0.762	
EO	0.512	0,509	0.350

Catatan: Kinerja Bisnis (BP); Inovasi Digital (DI); Kompetensi Kewirausahaan (EC); Orientasi Kewirausahaan (EO).

Tabel 5 Hasil Model Jenuh

Membangun	Bahasa Indonesia: VIF	R ²	Kata sifat R ²	f ²
BP	2.517	0,695 tahun	0,675 tahun	0.381
DI	1.125	0.603	0,586 tahun	

Catatan: Faktor Inflasi Varians (VIF); Penentuan Koefisien (R²); Ukuran Efek (f²).

4.2 Penilaian Model Struktural

Evaluasi model struktural menggunakan SmartPLS dilakukan dengan melakukan SEM dengan 5000 bootstrap resampling. R-squared (R²) dalam SEM-PLS digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel independen menjelaskan variabel dependen dalam model struktural. Nilai R² dikategorikan substansial jika > 0,67, sedang jika sekitar 0,33, dan lemah jika sekitar 0,19. Namun, perspektif lain mengkategorikan lemah pada R² 0,02, sedang pada 0,13, dan kuat pada 0,26 (Chin, 1998). Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa 69,5% varians dalam Kinerja Bisnis dijelaskan oleh Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Digital, sedangkan 60,3% varians dalam Inovasi Digital dijelaskan oleh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan. Nilai f² dalam penelitian ini adalah 0,381, yang termasuk dalam kategori pengaruh besar. Nilai f² diinterpretasikan sebagai berikut: 0,02

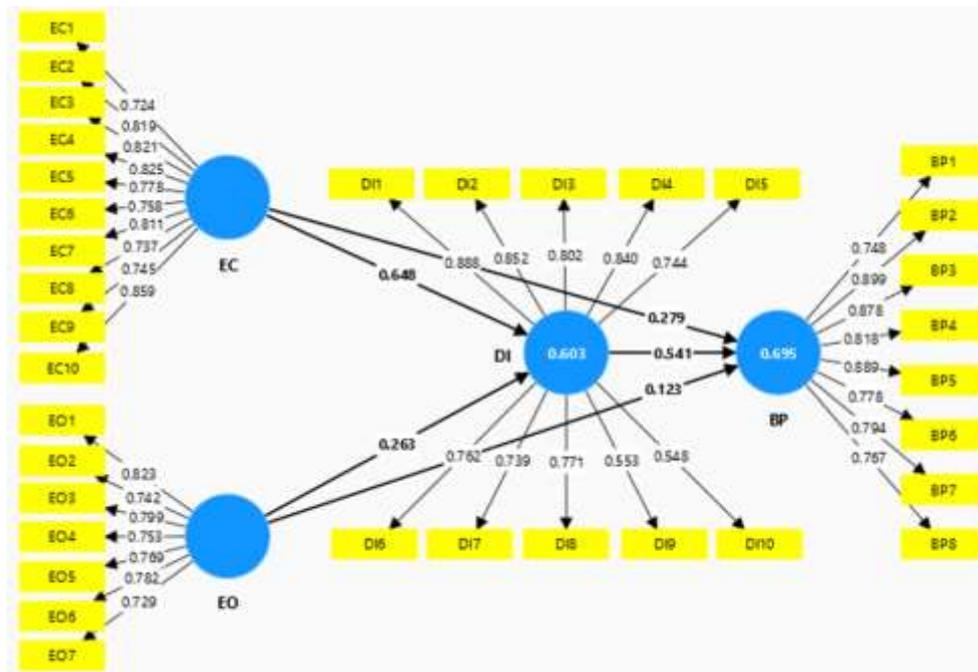
menunjukkan tidak ada signifikansi, 0,02 hingga 0,15 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 hingga 0,35 menunjukkan pengaruh sedang, dan nilai lebih besar dari 0,35 menunjukkan pengaruh besar (Cohen, 2013).

Pemodelan Persamaan Struktural

Hasil analisis data menggunakan PLS-SEM menunjukkan bahwa Kompetensi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis (H1) dengan nilai β sebesar 0,279, $t = 2,005$, dan $p < 0,05$. Orientasi Kewirausahaan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis (H2), dengan nilai β sebesar 0,123, $t = 1,928$, dan $p < 0,05$. Selain itu, Inovasi Digital berdampak positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis (H3), dengan nilai $\beta = 0,541$, $t = 4,657$, dan $p < 0,05$. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa Kompetensi Kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Digital (H4), dengan $\beta = 0,648$, $t = 6,174$, dan $p < 0,05$, dan bahwa Orientasi Kewirausahaan secara positif memengaruhi Inovasi Digital (H5), dengan $\beta = 0,263$, $t = 2,129$, dan $p < 0,05$. Akibatnya, pengaruh langsung dari H1, H2, H3, H4, dan H5 semuanya diterima.

Analisis ini juga mengungkap bahwa Inovasi Digital memediasi hubungan antara Kompetensi Wirausaha dan Kinerja Bisnis (H6), dengan efek tidak langsung sebesar $\beta = 0,351$, $t = 3,566$, dan $p < 0,05$. Demikian pula, Inovasi Digital memediasi hubungan antara Orientasi Wirausaha dan Kinerja Bisnis (H7), dengan efek tidak langsung sebesar $\beta = 0,142$, $t = 2,078$, dan $p < 0,05$. Hubungan tidak langsung ini mewakili sebagian dari total efek variabel independen terhadap variabel dependen melalui mediator, yang sejalan dengan konsep mediasi yang diusulkan oleh Hayes (2013) dan Baron & Kenny (1986). Baik efek langsung maupun tidak langsung bersifat positif dan signifikan, yang menunjukkan mediasi parsial, di mana mediator hanya menjelaskan sebagian dari hubungan antara variabel independen dan dependen. Bahkan dengan kehadiran mediator, variabel independen terus menunjukkan dampak langsung yang signifikan terhadap variabel dependen, meskipun pengaruh ini berkurang dibandingkan saat mediator tidak ada, seperti yang dicatat oleh Shrout & Bolger (2002).

Dengan demikian, H6 dan H7 diterima, yang menegaskan bahwa Inovasi Digital secara parsial memediasi hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis, serta antara Orientasi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis. Temuan ini memberikan wawasan yang berarti tentang peran Inovasi Digital sebagai mediator dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui kompetensi dan orientasi kewirausahaan.



Tabel 6Konstruksi Hipotesis

Efek	Hubungan	Bahasa Inggris	Berarti	STDEV	Nilai t	Keputusan
Efek Langsung						
H1	EC-nya → BP	0,279	0.272	0,139	2.005*	Ya
H2	EO → BP	0.123	0.131	0.133	1.928*	Ya
H3	DI → BP	0,541	0,546	0.116	4.657*	Ya
H4	EC → DI	0.648	0.648	0,105	6.174*	Ya
H5	EO → DI	0.263	0.274	0.123	2.129*	Ya
Efek Tidak Langsung						
H6	EC-DI-BP	0.351	0.354	0,098	3.566*	Ya
H7	EO → DI → BP	0.142	0,145	0,068	2.078*	Ya

Catatan: * p < 0,05, Kompetensi Kewirausahaan (EC), Orientasi Kewirausahaan (EO); Inovasi Digital (DI); Kinerja Bisnis (BP).

5. DISKUSI

Studi ini mengeksplorasi efek mediasi inovasi digital pada hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Bisnis di UKM kuliner. Inovasi digital mengacu pada penggunaan teknologi digital untuk membuat atau memodifikasi proses, produk, atau model bisnis dengan potensi untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian sebelumnya telah menyoroti bahwa inovasi digital secara positif memengaruhi kinerja bisnis (Jahanmir & Cavadas, 2018; Lyytinen et al., 2016; Sahibzada et al., 2024). Inovasi digital memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, terutama dalam konteks

digitalisasi global (Nambisan et al., 2017). Penerapan teknologi digital memungkinkan perusahaan untuk beroperasi lebih efisien, mengurangi biaya operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Inovasi digital meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis, terutama dalam industri yang mengalami tingkat disrupsi teknologi yang tinggi (Bharadwaj et al., 2013).

Kompetensi Kewirausahaan mengacu pada kemampuan individu untuk mengidentifikasi peluang bisnis, berinovasi, dan mengelola risiko. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kinerja bisnis (Al Mamun et al., 2016; Gunawan, 2024; Pulka et al., 2021; Yusuff et al., 2022). Kompetensi kewirausahaan mencakup karakteristik seperti motif, citra diri, peran sosial, sifat, dan pengetahuan khusus yang berkontribusi pada kelahiran, kelangsungan hidup, dan pertumbuhan suatu bisnis (Bird, 2019). Pengusaha dengan kompetensi kewirausahaan yang tinggi cenderung mencapai kinerja bisnis yang lebih baik karena kemampuan mereka untuk menanggapi perubahan pasar dan memanfaatkan peluang baru. Kompetensi kewirausahaan yang kuat membantu dalam membuat keputusan yang tepat dan beradaptasi lebih baik dengan lingkungan bisnis yang dinamis. Lebih jauh lagi, kompetensi kewirausahaan secara signifikan memengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengadopsi teknologi digital dan mempercepat proses inovasi digital (Ndubisi & Iftikhar, 2012). Kompetensi ini membantu mengidentifikasi teknologi baru, merancang model bisnis berbasis digital, dan memimpin transformasi digital dalam organisasi.

Dalam konteks ini, kewirausahaan yang adaptif dan berorientasi pada inovasi digital menciptakan keunggulan kompetitif melalui teknologi baru. Kompetensi kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi, khususnya di bidang digitalisasi. Pengusaha yang memiliki kompetensi kuat dalam identifikasi peluang, pengambilan risiko, dan inovasi lebih mungkin berhasil mengintegrasikan teknologi digital ke dalam model bisnis mereka. Dalam hal ini, inovasi digital memediasi hubungan antara kompetensi kewirausahaan dan kinerja bisnis dengan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, mempercepat proses, dan meningkatkan kinerja dan daya saing pasar. Inovasi digital memperkuat dampak positif kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis (Bharadwaj et al., 2013). Dengan memanfaatkan inovasi digital, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi baru untuk meningkatkan kemampuan operasional mereka, merespons perubahan pasar dengan lebih cepat, dan mengoptimalkan pengambilan keputusan berdasarkan data. Hasilnya, bisnis dengan inovasi digital yang kuat cenderung menunjukkan kinerja keseluruhan yang lebih baik, khususnya dalam hal efisiensi operasional dan jangkauan pasar. Inovasi digital memediasi efek positif kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis dengan meningkatkan fleksibilitas perusahaan dalam mengadopsi teknologi baru, memperkuat transformasi digital, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan berbasis teknologi (Nambisan et al., 2017).

Orientasi kewirausahaan dapat digunakan sebagai strategi perusahaan yang mencakup inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja bisnis (Guo & Wang, 2022; Khadhraoui et al., 2019; X. Zhang et al., 2024; Y. Zhang & Zhang, 2012). Orientasi kewirausahaan memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat, sehingga memanfaatkan peluang inovasi dan pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, orientasi kewirausahaan yang kuat membuat perusahaan lebih kompetitif dan efisien dalam menavigasi lingkungan bisnis yang tidak pasti. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan

yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang unggul dalam menghasilkan inovasi produk dan proses, yang pada gilirannya mendukung kinerja bisnis secara keseluruhan (Wiklund & Shepherd, 2005).

Kompetensi kewirausahaan tidak hanya memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga secara signifikan mendukung inovasi digital. Kompetensi seperti kreativitas, pengambilan risiko, dan keterampilan memecahkan masalah memungkinkan pengusaha untuk mengenali dan memanfaatkan peluang digital. Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi digital (Gavrila & De Lucas Ancillo, 2022; Mitchelmore & Rowley, 2010).

Orientasi kewirausahaan, yang terdiri dari dimensi-dimensi seperti kebutuhan untuk berprestasi, lokus kendali internal, kepercayaan diri, dan ekstroverti, bertindak sebagai pendorong utama inovasi dalam perusahaan. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi digital, khususnya dalam menghadapi perubahan teknologi yang cepat. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat lebih cenderung mengadopsi inovasi digital karena kemauan mereka untuk mengeksplorasi teknologi baru dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang didorong oleh digitalisasi (Kreiser et al., 2013). Orientasi kewirausahaan yang inovatif mendorong perusahaan untuk berinovasi tidak hanya dalam produk dan layanan tetapi juga dalam proses digital, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi dan daya saing.

Orientasi kewirausahaan dapat digunakan sebagai strategi perusahaan yang mencakup inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko. Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berdampak positif pada kinerja bisnis (Guo & Wang, 2022; Khadhraoui et al., 2019; X. Zhang et al., 2024; Y. Zhang & Zhang, 2012). Orientasi kewirausahaan memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat, sehingga memanfaatkan peluang inovasi dan pada akhirnya meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, orientasi kewirausahaan yang kuat membuat perusahaan lebih kompetitif dan efisien dalam menavigasi lingkungan bisnis yang tidak pasti. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung memiliki kemampuan yang unggul dalam menghasilkan inovasi produk dan proses, yang pada gilirannya mendukung kinerja bisnis secara keseluruhan (Wiklund & Shepherd, 2005).

Kompetensi kewirausahaan tidak hanya memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis, tetapi juga secara signifikan mendukung inovasi digital. Kompetensi seperti kreativitas, pengambilan risiko, dan keterampilan memecahkan masalah memungkinkan pengusaha untuk mengenali dan memanfaatkan peluang digital. Kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi digital (Gavrila & De Lucas Ancillo, 2022; Mitchelmore & Rowley, 2010).

Orientasi kewirausahaan, yang terdiri dari dimensi-dimensi seperti kebutuhan untuk berprestasi, lokus kendali internal, kepercayaan diri, dan ekstroverti, bertindak sebagai pendorong utama inovasi dalam perusahaan. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi digital, khususnya dalam menghadapi perubahan teknologi yang cepat. Perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat lebih cenderung mengadopsi inovasi digital karena kemauan mereka untuk mengeksplorasi teknologi baru dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang didorong oleh digitalisasi (Kreiser et al., 2013). Orientasi kewirausahaan yang inovatif mendorong

perusahaan untuk berinovasi tidak hanya dalam produk dan layanan tetapi juga dalam proses digital, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi dan daya saing

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji SEM-PLS, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Kompetensi kewirausahaan berperan penting dalam mendorong inovasi digital, yang berdampak positif pada kinerja bisnis. Kompetensi ini memungkinkan wirausahawan tidak hanya memanfaatkan peluang teknologi tetapi juga mengelola sumber daya secara efektif, merancang strategi yang tepat, membangun hubungan yang mendukung, dan tetap berkomitmen pada tujuan inovasi jangka panjang. Inovasi digital berfungsi sebagai kunci yang menghubungkan kompetensi ini dengan peningkatan kinerja perusahaan di era teknologi yang terus berkembang.

Demikian pula, orientasi kewirausahaan memberikan kontribusi signifikan terhadap inovasi digital, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja bisnis. Orientasi kewirausahaan mendorong para wirausahawan untuk memaksimalkan hasil melalui inovasi digital sekaligus memperkuat keyakinan mereka dalam mengendalikan hasil melalui adopsi teknologi digital. Lebih jauh, orientasi kewirausahaan mendorong tindakan independen dalam menerapkan inovasi dan memfasilitasi kolaborasi untuk mendukung proses inovasi. Dengan demikian, inovasi digital bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan orientasi kewirausahaan dengan peningkatan kinerja bisnis, terutama dalam menavigasi dinamika persaingan pasar digital.

1. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk ketersediaan data, karena hanya menggunakan sampel terbatas dari Kota dan Kabupaten Bandung dan berfokus pada satu sektor UKM, khususnya UKM kuliner. Akibatnya, generalisasi temuan ke industri atau wilayah lain mungkin terbatas. Selain itu, penggunaan pendekatan kuantitatif melalui SEM-PLS dapat mengabaikan elemen kualitatif, seperti persepsi dan motivasi individu, yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu, yang mungkin tidak sepenuhnya menangkap dinamika pasar jangka panjang atau perubahan teknologi yang cepat. Temuan penelitian ini berkontribusi pada literatur yang ada tentang peran kompetensi kewirausahaan dalam memengaruhi kinerja bisnis, khususnya dalam konteks digital. Lebih jauh, penelitian ini memperkuat teori orientasi kewirausahaan dengan mendukung gagasan bahwa orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja bisnis melalui inovasi dan proaktivitas. Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya inovasi digital dalam teori kinerja UKM, dengan menyoroti bahwa adopsi teknologi baru secara proaktif dapat meningkatkan efisiensi dan profitabilitas UKM secara signifikan. Pelaku UKM Kuliner: Pelaku UKM Kuliner dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan meningkatkan kompetensi dan orientasi kewirausahaan. Hal ini dapat dicapai melalui program pelatihan yang terarah yang dirancang untuk mengembangkan kompetensi tersebut, sehingga menghasilkan hasil bisnis yang lebih baik.
2. Investasi dalam Teknologi Digital: UKM harus memprioritaskan investasi dalam inovasi digital untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan kinerja bisnis. Penerapan teknologi digital secara berkelanjutan sangat penting untuk tetap unggul dalam pasar yang berkembang pesat.

3. Pengembangan Kebijakan: Pemerintah dan organisasi terkait harus mengembangkan kebijakan yang mendukung program yang bertujuan untuk mendorong pengembangan kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, dan adopsi teknologi digital di sektor UKM. Inisiatif ini sangat penting untuk mendorong pertumbuhan dan inovasi di kalangan UKM.

REFERENSI

- Abrell, T., Pihlajamaa, M., Kanto, L., vom Brocke, J., & Uebernickel, F. (2016). Peran pengguna dan pelanggan dalam inovasi digital: Wawasan dari perusahaan manufaktur B2B. *Informasi & Manajemen*, 53 (3), 324–335. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.12.005>
- Aftab, J., Veneziani, M., Sarwar, H., & Ishaq, MI (2022). Orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan dalam UKM: peran mediasi kompetensi kewirausahaan dan peran moderasi dinamisme lingkungan. *Jurnal Internasional Pasar Berkembang*. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2021-1151>
- Ahmad, NH, Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Apakah hubungan kompetensi kewirausahaan dan keberhasilan bisnis bergantung pada lingkungan bisnis? *Jurnal Internasional Perilaku dan Penelitian Kewirausahaan*, 16 (3), 182–203. <https://doi.org/10.1108/13552551011042780>
- Al Koliby, ISM, Abdullah, HH, & Mohd Suki, N. (2024). Menghubungkan kompetensi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja berkelanjutan UKM manufaktur. *Jurnal Administrasi Bisnis Asia-Pasifik*, 16 (1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/APJBA-09-2021-0480>
- Al Mamun, A., & Fazal, SA (2018). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kompetensi dan kinerja usaha mikro. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan Asia Pasifik*, 12 (3), 379–398. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0033>
- Al Mamun, A., Muniady, R., Yukthamarani, PP, Noor Raihani Binti, Z., & Mohamad, MR (2016). Inisiatif pengembangan usaha mikro dan kompetensi kewirausahaan, inovasi, dan modal sosial di Malaysia. *Pengembangan dalam Praktik*, 26 (8), 1094–1110. <https://doi.org/10.1080/09614524.2016.1228830>
- Ansong, E., & Boateng, R. (2019). Bertahan hidup di era digital – model bisnis perusahaan digital di negara berkembang. *Kebijakan Digital, Regulasi dan Tata Kelola*, 21 (2), 164–178. <https://doi.org/10.1108/DPRG-08-2018-0046>
- Barney, J. (1991). Sumber Daya Perusahaan dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen*, 17 (1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Baron, RM, & Kenny, DA (1986). Perbedaan Variabel Moderator-Mediator dalam Penelitian Psikologi Sosial: Pertimbangan Konseptual, Strategis, dan Statistik. *Jurnal Kepribadian dan Psikologi Sosial*, 51 (6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Baum, JR, Locke, EA, & Smith, KG (2001). Model Pertumbuhan Usaha Multidimensi. *Academy of Management Journal*, 44 (2), 292–303. <https://doi.org/10.2307/3069456>
- Bernardin, HJ, & Russell, JEA (1998). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pendekatan Eksperiensial*. McGraw-Hill.
- Bharadwaj, A., El Sawy, OA, Pavlou, PA, & Venkatraman, NV (2013). Strategi Bisnis Digital: Menuju Wawasan Generasi Berikutnya. *MIS Quarterly*, 37 (2), 471–482.
- Bird, B. (2019). *Bab 6 Menuju Teori Kompetensi Kewirausahaan* (hlm. 115–131). <https://doi.org/10.1108/S1074-754020190000021011>

- Bowman, C., & Ambrosini, V. (2003). Bagaimana Pandangan Berbasis Sumber Daya dan Kemampuan Dinamis Perusahaan Menginformasikan Strategi Tingkat Korporat. *British Journal of Management* , 14 (4), 289–303. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2003.00380.x>
- Campos-Núñez, F., & Serrano- Malebrán , J. (2024). Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Bagaimana Orientasi Kewirausahaan dan Kemampuan Teknologi Informasi Berinteraksi. *Applied Sciences* , 14 (16), 7243. <https://doi.org/10.3390/app14167243>
- Chang, X. (2023). Penelitian tentang Hubungan Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Melalui Analisis Faktor. *Jurnal The Institution of Engineers (India): Seri C* , 104 (3), 581–585. <https://doi.org/10.1007/s40032-023-00951-y>
- Chin, WW (1998). Pendekatan Kuadrat Terkecil Parsial untuk Pemodelan Persamaan Struktural. Dalam *Metode Modern untuk Penelitian Bisnis* . Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Chin, WW (2000). Partial least squares untuk peneliti sistem informasi: tinjauan umum dan penyajian kemajuan terkini menggunakan pendekatan PLS. *Prosiding Konferensi Internasional ke-21 tentang Sistem Informasi* . <https://www.researchgate.net/publication/221600127>
- Cohen, J. (2013). *Analisis Daya Statistik untuk Ilmu Perilaku* . Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>
- Covin, JG, & Wales, WJ (2019). Menyusun Penelitian Orientasi Kewirausahaan Berdampak Tinggi: Beberapa Pedoman yang Disarankan. *Teori dan Praktik Kewirausahaan* , 43 (1), 3–18. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>
- Darwis, G. (2017). Transformasi UKM Indonesia yang dipercepat: Merangkul orientasi kewirausahaan dan inovasi dalam mencapai kemampuan dinamis untuk meningkatkan daya saing. *Komunitas Tanpa Batas dan Negara Berbatasan* .
- Dellinger, AB, & Leech, NL (2007). Menuju Kerangka Validasi Terpadu dalam Penelitian Metode Campuran. *Jurnal Penelitian Metode Campuran* , 1 (4), 309–332. <https://doi.org/10.1177/1558689807306147>
- Douglas, H. (2022). Teknik Pengambilan Sampel untuk Penelitian Kualitatif. Dalam *Prinsip Metodologi Penelitian Sosial* (hlm. 415–426). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-19-5441-2_29
- Expósito , A., & Sanchis-Llopis, JA (2019). Hubungan antara jenis inovasi dan kinerja UKM: penilaian empiris multidimensi. *Eurasian Business Review* , 9 (2), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s40821-018-00116-3>
- Fichman, RG (1992). Difusi Teknologi Informasi: Tinjauan Penelitian Empiris. *Prosiding ICIS 1992*. 39. <http://aisel.aisnet.org/icis1992/39>
- Fichman, RG, Dos Santos, BL, & Zheng, Z. (Eric). (2014). Inovasi Digital sebagai Konsep Fundamental dan Berpengaruh dalam Kurikulum Sistem Informasi. *MIS Quarterly* , 38 (2), 329–343. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2014/38.2.01>
- Fornell, C., & Larcker, DF (1981). Model Persamaan Struktural dengan Variabel Tak Teramati dan Kesalahan Pengukuran: Aljabar dan Statistik. *Jurnal Riset Pemasaran* , 18 (3), 382–388. <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- Gavrila, SG, & De Lucas Ancillo , A. (2022). Kewirausahaan, inovasi, digitalisasi, dan transformasi digital menuju pertumbuhan berkelanjutan dalam lingkungan pandemi. *Jurnal*

- Internasional Perilaku & Penelitian Kewirausahaan* , 28 (1), 45–66.
<https://doi.org/10.1108/IJEER-05-2021-0395>
- Gerli, F., Tognazzo , A., & Tognazzo , A. (2011). *Kompetensi Wirausaha dan Kinerja Perusahaan: Sebuah Studi Empiris Kompetensi wirausaha dan kinerja perusahaan: sebuah studi empiris Makalah dipresentasikan pada Lokakarya Internasional VIII tentang Manajemen Sumber Daya Manusia-Sevilla, 12-13 Mei 2011-Prosiding Konferensi* .
<https://www.researchgate.net/publication/228314296>
- Giantari , IGAK, Yasa, NNK, Suprasto , HB, & Rahmayanti , PLD (2022). Peran pemasaran digital dalam memediasi dampak pandemi COVID-19 dan intensitas persaingan terhadap kinerja bisnis. *Jurnal Internasional Ilmu Data dan Jaringan* , 6 (1), 217–232.
<https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.9.006>
- Ginsberg, MR, Weissberg, RP, & Cowen, EL (1985). Hubungan antara kepuasan supervisor terhadap supervisi dan perubahan klien. *Jurnal Psikologi Komunitas* , 13 (4), 387–392.
[https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198510\)13:4<387::AID-JCOP2290130407>3.0.CO;2-A](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198510)13:4<387::AID-JCOP2290130407>3.0.CO;2-A)
- Gunawan, AF (2024). Dampak karakteristik dan kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada industri kreatif di Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship* , 18 (3), 300–317. <https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2023-0172>
- Guo, Y., & Wang, L. (2022). Orientasi Kewirausahaan Lingkungan dan Kinerja Perusahaan: Peran Inovasi Lingkungan dan Tekanan Pemangku Kepentingan. *SAGE Open* , 12 (1), 215824402110613. <https://doi.org/10.1177/21582440211061354>
- Hair, JF, Black, WC, Babin, BJ, & Anderson, RE (2019). *Analisis Data Multivariat Edisi Kedelapan* (edisi ke-8). Annabel Ainscow.
- Hair, JF, Hult, GTM, Ringle, CM, & Sarstedt, M. (2022). *Pengantar tentang Pemodelan Persamaan Struktural Kuadrat Terkecil Parsial (PLS-SEM)* (edisi ke-3). SAGE Publications, Inc.
- Hayes, AF (2013). *Pengantar mediasi, moderasi, dan analisis proses bersyarat: Pendekatan berbasis regresi* . Guilford Press.
- Henfridsson, O., Nandhakumar, J., Scarbrough, H., & Panourgias , N. (2018). Rekombinasi dalam lanskap nilai terbuka dari inovasi digital. *Informasi dan Organisasi* , 28 (2), 89–100.
<https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.03.001>
- Henseler, J., Hubona , G., & Ray, PA (2016). Penggunaan pemodelan jalur PLS dalam penelitian teknologi baru: pedoman yang diperbarui. *Manajemen Industri & Sistem Data* , 116 (1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Henseler, J., Ringle, CM, & Sarstedt, M. (2015). Kriteria baru untuk menilai validitas diskriminan dalam pemodelan persamaan struktural berbasis varians. *Jurnal Akademi Ilmu Pemasaran* , 43 (1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hisrich, R., Shepherd, D., & Peters, M. (2024). *Kewirausahaan* (edisi ke-12). McGraw Hill.
- Ince, H., Imamoglu , SZ, & Karakose , MA (2023). Orientasi kewirausahaan, modal sosial, dan kinerja perusahaan: Peran mediasi kinerja inovasi. *Jurnal Internasional Kewirausahaan dan Inovasi* , 24 (1), 32–43. <https://doi.org/10.1177/14657503211055297>
- Iqbal, S., Moleiro Martins, J., Nuno Mata, M., Naz, S., Akhtar, S., & Abreu, A. (2021). Menghubungkan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja Inovasi di UKM; Peran Komitmen Organisasi dan Kepemimpinan Transformasional Menggunakan Smart PLS-SEM. *Sustainability* , 13 (8), 4361. <https://doi.org/10.3390/su13084361>

- Isichei, EE, Emmanuel Agbaeze , K., & Odiba , MO (2020). Orientasi dan kinerja kewirausahaan di UKM. *Jurnal Internasional Pasar Berkembang* , 15 (6), 1219–1241. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2019-0671>
- Jahanmir , SF, & Cavadas, J. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi keterlambatan adopsi inovasi digital. *Jurnal Riset Bisnis* , 88 , 337–343. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.058>
- Jeyaraj, A., Rottman, JW, & Lacity , MC (2006). Tinjauan Prediktor, Keterkaitan, dan Bias dalam Penelitian Adopsi Inovasi TI. *Jurnal Teknologi Informasi* , 21 (1), 1–23. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jit.2000056>
- Kafetzopoulos , D., Gotzamani , K., & Skalkos , D. (2019). Hubungan antara enabler EFQM dan kinerja bisnis. *Jurnal Manajemen Teknologi Manufaktur* , 30 (4), 684–706. <https://doi.org/10.1108/JMTM-06-2018-0166>
- Kafetzopoulos , D., Psomas, E., & Skalkos , D. (2019). Dimensi inovasi dan kinerja bisnis dalam ketidakpastian lingkungan. *European Journal of Innovation Management* , 23 (5), 856–876. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2019-0197>
- Kaplan, RS, & Norton, DP (2001). Organisasi yang berfokus pada strategi. *Strategi & Kepemimpinan* , 29 (3). <https://doi.org/10.1108/sl.2001.26129cab.002>
- Kemenparekraf . (2022). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021-2022* . <https://tasransel.kemenparekraf.go.id/outlook-pariwisata-and-ekonomi-kreatif-indonesia-2021-2022/show>
- Khadhraoui, M., Plaisent , M., Lakhal, L., & Prosper, B. (2019). Dampak Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan Spin-Off: Sebuah Studi Lintas Budaya. *SAGE Open* , 9 (3), 215824401986581. <https://doi.org/10.1177/2158244019865817>
- Kiggunda , M. (2002). Pengusaha dan Kewirausahaan di Afrika: Apa yang Diketahui Perlu Dilakukan. *Jurnal Kewirausahaan Pembangunan* , 7 , 239–258.
- Kisubi , MK, Aruo , F., Wakibi , A., Mukyala, V., & Ssenyange , K. (2022). Kompetensi kewirausahaan dan kinerja UKM Uganda: peran mediasi kapabilitas perusahaan. *Cogent Business & Management* , 9 (1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2115622>
- Kiyabo , K., & Isaga , N. (2020). Orientasi kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja UKM: penerapan ukuran pertumbuhan perusahaan dan kekayaan pribadi. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan* , 9 (1), 12. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00123-7>
- Knight, G. (2000). Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran: UKM dalam Globalisasi. *Jurnal Pemasaran Internasional* , 8 (2), 12–32. <https://www.jstor.org/stable/25048805>
- Kohli, R., & Melville, NP (2019). Inovasi digital: tinjauan dan sintesis < scp >A</ scp >. *Jurnal Sistem Informasi* , 29 (1), 200–223. <https://doi.org/10.1111/isj.12193>
- Kreiser, PM, Marino, LD, Kuratko, DF, & Weaver, KM (2013). Memisahkan orientasi kewirausahaan: dampak non-linier dari inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko pada kinerja UKM. *Ekonomi Bisnis Kecil* , 40 (2), 273–291. <https://doi.org/10.1007/s11187-012-9460-x>
- Kuratko, DF (2023). *Kewirausahaan: Teori, Proses, Praktik* (edisi ke-12). Cengage Learning.
- Lazar, N., & Paul, G. (2015). Kompetensi Kewirausahaan dalam Perusahaan Bisnis–Tinjauan Umum. *Jurnal Internasional Penelitian Ilmiah* .

- Lee, DY, & Tsang, EWK (2001). Pengaruh kepribadian wirausaha, latar belakang, dan aktivitas jaringan terhadap pertumbuhan usaha*. *Jurnal Studi Manajemen* , 38 (4), 583–602. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00250>
- Liu, Y., Dong, J., Mei, L., & Shen, R. (2023). Inovasi digital dan kinerja perusahaan manufaktur: Perspektif affordance. *Technovation* , 119 , 102458. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102458>
- Lumpkin, GT, & Dess, GG (1996). Klarifikasi Konstruksi Orientasi Kewirausahaan dan Kaitannya dengan Kinerja. *The Academy of Management Review* , 21 (1), 135. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Lyytinen, K., Yoo, Y., & Boland Jr., RJ (2016). Inovasi produk digital dalam empat kelas jaringan inovasi. *Jurnal Sistem Informasi* , 26 (1), 47–75. <https://doi.org/10.1111/isj.12093>
- Makhloufi, L., Laghouag, AA, Ali Sahli, A., & Belaid, F. (2021). Dampak Orientasi Kewirausahaan terhadap Kemampuan Inovasi: Peran Mediasi Kemampuan Penyerapan dan Kemampuan Pembelajaran Organisasi. *Sustainability* , 13 (10), 5399. <https://doi.org/10.3390/su13105399>
- Man, TWY, Lau, T., & Chan, KF (2002). Daya saing usaha kecil dan menengah. *Jurnal Usaha Ventura* , 17 (2), 123–142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6)
- Man, TWY, Lau, T., & Snape, E. (2008). Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Kecil dan Menengah: Sebuah Investigasi melalui Kerangka Daya Saing. *Jurnal Usaha Kecil & Kewirausahaan* , 21 (3), 257–276. <https://doi.org/10.1080/08276331.2008.10593424>
- Miller, D. (1983). Korelasi Kewirausahaan dalam Tiga Jenis Perusahaan. *Ilmu Manajemen* , 29 (7), 770–791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Kompetensi kewirausahaan: tinjauan pustaka dan agenda pengembangan. *Jurnal Internasional Perilaku dan Penelitian Kewirausahaan* , 16 (2), 92–111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Kompetensi kewirausahaan wirausaha perempuan yang mengejar pertumbuhan bisnis. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil dan Perusahaan* , 20 (1), 125–142. <https://doi.org/10.1108/14626001311298448>
- Morris, MH, & Paul, GW (1987). Hubungan antara kewirausahaan dan pemasaran di perusahaan mapan. *Jurnal Usaha Ventura* , 2 (3), 247–259. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90012-7](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90012-7)
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Lagu, M. (2017). Manajemen Inovasi Digital. *MIS Triwulanan* , 41 (1), 223–238.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). Transformasi digital inovasi dan kewirausahaan: Kemajuan, tantangan, dan tema utama. *Kebijakan Penelitian* , 48 (8), 103773. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>
- Ndubisi, NO, & Iftikhar, K. (2012). Hubungan antara kewirausahaan, inovasi dan kinerja. *Jurnal Riset Pemasaran dan Kewirausahaan* , 14 (2), 214–236. <https://doi.org/10.1108/14715201211271429>
- Ng, HS, Kee, DMH, & Ramayah, T. (2019). Meneliti peran mediasi inovasi dalam hubungan antara kompetensi inti dan kinerja UKM. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil dan Perusahaan* , 27 (1), 103–129. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2018-0379>

- Nwankpa, JK, & Roumani, Y. (2016). Kemampuan TI dan Transformasi Digital: Perspektif Kinerja Perusahaan. *Konferensi Internasional tentang Sistem Informasi*. <https://www.researchgate.net/publication/362751432>
- Peric, M., Durkin, J., & Vitezic, V. (2017). Konstruksi Model Bisnis yang Didefinisikan Ulang: Perjalanan Setengah Abad. *SAGE Open*, 7 (3), 215824401773351. <https://doi.org/10.1177/2158244017733516>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, VNAO (2020). Mengidentifikasi Jalur Transformasi Digital dalam Model Bisnis UKM selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Terbuka: Teknologi, Pasar, dan Kompleksitas*, 6 (4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Puerta, CDB, Bermúdez-González, G., & García, IPS (2022). Human Systematic Innovation Helix: Manajemen Pengetahuan, Kecerdasan Emosional, dan Kompetensi Kewirausahaan. *Sustainability*, 14 (7), 4296. <https://doi.org/10.3390/su14074296>
- Pulka, BM, Ramli, A., & Mohamad, A. (2021). Kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, jaringan kewirausahaan, dukungan bisnis pemerintah dan kinerja UKM. Peran moderasi lingkungan eksternal. *Jurnal Pengembangan Usaha Kecil dan Usaha Kecil*, 28 (4), 586–618. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2018-0390>
- Ramdani, B., Raja, S., & Kayumova, M. (2022). Inovasi digital pada UKM: tinjauan sistematis, sintesis, dan agenda penelitian. *Teknologi Informasi untuk Pembangunan*, 28 (1), 56–80. <https://doi.org/10.1080/02681102.2021.1893148>
- Robbins, SP, & Judge, TA (2023). *Perilaku Organisasi* (Edisi Global ke-19). Pearson.
- Sahibzada, UF, Aslam, N., Muavia, M., Shujahat, M., & Rafi-ul-Shan, PM (2024). Menavigasi gelombang digital: mengungkap kepemimpinan kewirausahaan menuju inovasi digital dan kinerja berkelanjutan dalam industri TI Tiongkok. *Jurnal Manajemen Informasi Perusahaan*. <https://doi.org/10.1108/JEIM-01-2024-0023>
- Sakib, Md. N., Rabbani, MR, Hawaldar, IT, Jabber, MA, Hossain, J., & Sahabuddin, M. (2022). Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja UKM di Negara Berkembang. *Sustainability*, 14 (20), 13643. <https://doi.org/10.3390/su142013643>
- Schumpeter, JA (1942). *Kapitalisme, sosialisme, dan demokrasi*. Harper & Brothers.
- Sembhi, RA (2002). *Orientasi Kewirausahaan: Tinjauan Literatur Terpilih*. Universitas Waterloo.
- Seo, R. (2019). Orientasi kewirausahaan dan kinerja inovasi: wawasan dari usaha-usaha Korea. *European Journal of Innovation Management*, 23 (4), 675–695. <https://doi.org/10.1108/EJIM-01-2019-0023>
- Seraj, AHA, Fazal, SA, & Alshebami, AS (2022). Kompetensi Kewirausahaan, Literasi Keuangan, dan Kinerja Berkelanjutan—Meneliti Peran Mediasi Ketahanan Kewirausahaan di antara Pengusaha Saudi. *Keberlanjutan*, 14 (17), 10689. <https://doi.org/10.3390/su141710689>
- Shrout, PE, & Bolger, N. (2002). Mediasi dalam studi eksperimental dan noneksperimental: Prosedur dan rekomendasi baru. *Metode Psikologis*, 7 (4), 422–445. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.4.422>
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan* (IV). Salemba Empat.
- Teece, DJ, Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Kemampuan dinamis dan manajemen strategis. *Jurnal Manajemen Strategis*, 18 (7), 509–533. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199708\)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199708)18:7<509::AID-SMJ882>3.0.CO;2-Z)

- Tsai, F.-S., Cabrilo, S., Chou, H.-H., Hu, F., & Tang, AD (2022). Inovasi terbuka dan kinerja UKM: Peran berbagi pengetahuan terbalik dan hubungan pemangku kepentingan. *Jurnal Riset Bisnis*, 148, 433–443. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.051>
- Umrani, WA, Kura, KM, & Ahmed, U. (2018). Kewirausahaan korporat dan kinerja bisnis. *PSU Research Review*, 2 (1), 59–80. <https://doi.org/10.1108/PRR-12-2016-0011>
- UNCTAD, & Sekretariat ASEAN. (2022). *Laporan Investasi ASEAN 2022, Pemulihan Pandemi dan Fasilitas Investasi*. <https://unctad.org/publication/asean-investment-report-2022>
- UU RI Nomor 20. (2008). *Undang-undang Republik Indonesia No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Wahyuni, NM, & Sara, IM (2020). Pengaruh variabel orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis dalam konteks industri UKM. *Jurnal Pembelajaran di Tempat Kerja*, 32 (1), 35–62. <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>
- Wheelen, TL, & Hunger, JD (2014). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Bisnis*.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha kecil: pendekatan konfigurasi. *Jurnal Usaha Ventura*, 20 (1), 71–91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Wu, L.-Y. (2010). Penerapan pandangan berbasis sumber daya dan kemampuan dinamis dalam menghadapi volatilitas lingkungan. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 63 (1), 27–31. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.01.007>
- Yasin, NA, Ridjal, S., Jufri, ; Muh, & Anshari. (2019). *Modal manusia dan kewirausahaan serta dampaknya terhadap produktivitas pengrajin tradisional*. 40 (4). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n04/a19v40n04p08.pdf>
- Yusuff, YZMI, Ab Wahab, NY, Khadri, NAM, Sidek, S., & Hasbolah, H. (2022). *Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Bisnis Perempuan di Malaysia* (hlm. 585–595). https://doi.org/10.1007/978-3-031-08087-6_42
- Zairis, AG (2020). *Penggunaan Teknologi Digital yang Efektif oleh UKM* (hlm. 244–255). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3648-3.ch014>
- Zhang, X., Zhang, X., & Yang, L. (2024). Apakah Orientasi Kewirausahaan Hijau Meningkatkan Kinerja Agribisnis yang Berkelanjutan? Bukti dari Tiongkok. *Sage Open*, 14 (3). <https://doi.org/10.1177/21582440241271110>
- Zhang, Y., & Zhang, X. (2012). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. *Jurnal Kewirausahaan Tiongkok*, 4 (2), 132–142. <https://doi.org/10.1108/17561391211242744>
- Zimmerer, WT, & Secarborough, NM (2002). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil (Edisi Bahasa Indonesia)*. PT. Rineka Cipta.