

Analisa Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Kewirausahaan dan Kinerja UMKM

¹Edy Aswandy, ²Tatik Mariyati

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul
Jakarta, Indonesia
edy.aswandi@esaunggul.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti
Jalan Kyai Tapa No. 1 Grogol, Jakarta Barat, Indonesia
tatik.mariyanti@trisakti.ac.id

Abstrak– Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap orientasi kewirausahaan dan kinerja UMKM. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha UMKM, sedangkan sampel dengan menggunakan rumus slovin berjumlah 391 orang, penyebaran kuisioner dipilih secara Proportionate stratified random sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian persamaan struktural 1 menunjukkan teknologi informasi & teknologi berpengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Untuk persamaan ke 2 menunjukkan teknologi informasi & teknologi dan orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi & teknologi dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Implikasi dalam penelitian ini adalah Disperindagkop memberikan pelatihan pada UMKM manfaat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi lebih intensif dan pelatihan tersebut dilakukan tepat sasaran dan aplikatif sesuai kebutuhan. Untuk pengusaha UMKM harus dapat memanfaatkan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan usaha dan bersedia mengikuti pelatihan mengenai teknologi informasi dan komunikasi yang diadakan oleh disperindagkop maupun pihak yang lain.

Kata Kunci: Teknologi Informasi dan Komunikasi,
Kewirausahaan dan Kinerja UMKM

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tidak terlepas dari adanya dukungan dari perbankan yang menyalurkan kredit kepada pelaku UMKM. Penyaluran kredit oleh Perbankan kepada UMKM setiap tahunnya mengalami pertumbuhan dan pertumbuhan ini lebih tinggi dari pertumbuhan total kredit perbankan secara keseluruhan. Angka pelaku usaha UMKM Indonesia termasuk paling banyak jika dibandingkan dengan negara-negara lainnya, hal ini dapat dilihat dimulai dari tahun 2014 dan terus mengalami pertumbuhan sampai pada saat ini.

Peran Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara sangat vital, hal ini tidak hanya berlaku di Indonesia saja, akan tetapi berlaku juga pada negara-negara lainnya, baik itu negara berkembang maupun negara maju. Peranan UMKM di Indonesia dalam pertumbuhan dan pembangunan ekonomi menjadi salah satu dalam mengatasi masalah pengangguran. Seiring dengan bertumbuhnya UMKM maka makin banyak ketersediaan kesempatan kerja dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakatnya. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti UMKM juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran. Kontribusi sektor usaha mikro, kecil dan menengah terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84% menjadi 60,34% dalam 5 tahun terakhir. Serapan tenaga kerja pada sektor ini juga meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama.

Dalam usaha meningkatkan produktifitas dan efisiensi dari UMKM maka dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi secara efektif memberikan pengaruh langsung kepada UMKM. Pengaruh positif pada UMKM dapat menikmati berbagai keuntungan dari penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Dimana UMKM dapat melakukan komunikasi secara cepat, meningkatkan produktifitas, membangun peluang bisnis baru dan mereka juga dapat terhubung ke jaringan global dengan jangkauan secara internasional.

Saat ini Peran dari teknologi dan komunikasi bagi pelaku UMKM khususnya menjadi sangat penting. Dengan makin canggihnya teknologi, maka komunikasi khususnya dalam bisnis menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini membuka kesempatan yang lebih luas bagi para pelaku UMKM untuk mempercepat pertumbuhan bisnisnya dan memperluas jaringan bisnis. Dengan semakin canggihnya kemajuan teknologi terutama dalam hal telekomunikasi, komunikasi dan kerjasama dapat dilakukan dari jarak jauh baik dengan rekan bisnis, pelanggan maupun investor. Saat ini banyak tersedia aplikasi *online* yang membantu terhubungnya komunikasi seperti whatsapp, telegram, facebook, instagram, blackberry messenger, dan twitter bahkan melakukan *meeting online* atau *teleconference* melalui *video call* dengan aplikasi seperti google meet, zoom, sykpe, microsoft team, webex dan masih banyak aplikasi lainnya.

Pada saat ini strategi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM paling banyak dan paling mudah dilakukan adalah dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial. Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaanya. Penggunaan media sosial ini dapat dimanfaatkan oleh para pelaku UMKM sebagai ajang promosi yang mudah dan menguntungkan seperti penggunaan website, facebook, instagram, twitter, dan lain-lain. Penggunaan media sosial bagi para pelaku UMKM dapat berguna sebagai sarana mempromosikan produk ataupun jasa kepada para calon pelanggannya di berbagai daerah tanpa harus bertatap muka langsung yang menghabiskan biaya seperti biaya tiket pesawat, akomodasi, dan transportasi.

Kemudahan yang di sajikan oleh berbagai aplikasi dan media sosial saat ini yang sangat berguna bagi para pelaku UMKM belum sepenuhnya di manfaatkan dengan optimal. Berdasarkan data dari dari international telecommunication union (ITU), jumlah pengguna internet di Indonesia untuk tahun 2017 tercatat sekitar 33,5 juta atau hanya 952 per 10.000 penduduk. Hal ini menunjukkan kondisi informasi di Indonesia sedikit tertinggal dibandingkan dengan berbagai negara seperti Jepang, Singapore dan Amerika Serikat.

1.2. Tujuan, Masalah dan Hipotesis Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat (1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap orientasi kewirausahaan. (2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap kinerja UMKM. Dan (3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian maka dirumuskan masalah penelitian ini, (1) apakah terdapat pengaruh signifikan teknologi informasi dan komunikasi terhadap orientasi kewirausahaan? (2) apakah terdapat pengaruh signifikan teknologi informasi dan komunikasi terhadap kinerja UMKM? (3) apakah terdapat pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM? Maka sesuai rumusan masalah, maka diajukan hipotesis (1) Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap orientasi strategi kewirausahaan; (2) Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM; (3) Orientasi strategi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

II. KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

Kewirausahaan

Ginsberg (2011) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu dalam melakukan inovasi, proaktif dan mengambil risiko untuk memulai hingga mengelola usaha. Orientasi strategi kewirausahaan yaitu kecenderungan manajemen puncak dalam mengambil risiko yang telah diperhitungkan, inovatif dan untuk menunjukkan proaktif (Morris dan Paul, 2007). Tyasari dan Mutikowati (2014) menjelaskan bahwa orientasi strategi kewirausahaan sebagai salah satu yang terlibat dalam inovasi produk-pasar, melakukan sedikit usaha berisiko, dan datang pertama kali dengan proaktif, inovasi, serta memberikan pukulan untuk mengalahkan pesaing. Frishammar dan Horte (2007) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan terdiri dari tiga dimensi yaitu:

1. **Keinovasian**
Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik. Kemampuan berinovasi adalah titik penting dari kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan.
2. **Pengambilan risiko**
Seseorang yang berani mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian konteks pengambilan keputusan. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal.
3. **Proaktif**
Proaktifitas seseorang untuk berusaha berprestasi merupakan petunjuk lain dari penerapan atas orientasi kewirausahaan secara pribadi. Perusahaan menekankan proaktifitas dalam kegiatan bisnisnya, maka perusahaan tersebut telah melakukan aktifitas kewirausahaan yang dapat mendorong tingginya kinerja. Perusahaan dengan aktifitas kewirausahaan yang tinggi berarti dapat terlihat dari tingginya semangat yang tidak pernah padam karena hambatan, rintangan, dan tantangan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya.

Kinerja Organisasi

Kinerja organisasi merupakan hasil yang dicapai dari perilaku anggota organisasi (Gibson, 2012). Hasil yang diinginkan organisasi dari perilaku orang-orang yang ada di dalamnya disebut sebagai kinerja organisasi. Definisi dan pemahaman Kinerja Organisasi mengalami berbagai perkembangan begitu juga dengan pengukurannya. Menurut Barney (2001) pemahaman dan definisi tentang kinerja organisasi dalam literatur akademik dan dari beberapa penelitian manajemen yang beragam, akan tetap menjadi isu dan terus mengalami perkembangan. Menurut Ricardo and Wade (2001) perkembangan terkait konsep kinerja organisasi meliputi efektifitas, efisiensi, ekonomi, kualitas, konsistensi perilaku, dan tindakan normatif

Gavrea, et al (2011) mengemukakan tidak ada definisi kinerja organisasi yang dapat diterima secara universal. Terdapat beberapa pemikiran untuk menggambarkan konsep kinerja organisasi yaitu:

1. Kinerja adalah perangkat keuangan dan non keuangan yang memberikan informasi terhadap tercapainya tujuan dan hasil
2. Kinerja adalah dinamis, memerlukan pertimbangan dan interpretasi
3. Kinerja digambarkan dengan penggunaan model kualitas yang menjelaskan bagaimana tindakan dapat berpengaruh terhadap hasil yang akan datang
4. Kinerja dipahami secara berbeda tergantung pada orang yang terlibat dalam penilaian kinerja organisasi
5. Konsep kerja memerlukan pengetahuan karakteristik elemen-elemen untuk masing-masing bidang pertanggungjawaban
6. Untuk pelaporan tingkat kinerja organisasi memerlukan kemampuan mengkuantitatifkan hasil.

Menurut Luthans (2006), kinerja organisasi adalah kuantitas dan kualitas hasil kerja yang dihasilkan atau jasa yang diberikan oleh seseorang yang melakukan pekerjaan dalam organisasi. Kinerja organisasi merupakan sebagai hasil yang diperoleh organisasi selama satu periode tertentu (Fahmi, 2011). Oleh karena itu kinerja organisasi mencerminkan tingkat prestasi dan pencapaian sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya serta keberhasilan manajer atau pemimpin organisasi dalam mengelola organisasi.

Menurut Mulyadi (2007) kinerja organisasi merupakan keberhasilan anggota, tim atau organisasi dalam mewujudkan sasaran strategis yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan. Kinerja (*performance*) organisasi menurut Daft (2010) adalah kemampuan untuk mencapai tugas organisasi dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien. Sumber daya dapat meliputi sumber daya manusia, seluruh kekayaan, kapabilitas, proses organisasi, atribut perusahaan, informasi serta pengetahuan yang dikendalikan perusahaan. Kinerja organisasi didefinisikan sebagai gambaran tingkat pencapaian pelaksanaan kegiatan, program serta kebijakan dengan menggunakan sejumlah sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Sembiring 2012). Berdasarkan beberapa pendapat tersebut mengindikasikan bahwa untuk mencapai hasil kerja organisasi yang maksimal adalah dengan memanfaatkan serta mengelola sumber daya organisasi secara baik.

Menurut Boyatzis (2008) dengan *Theory of action and Job Performance* menjelaskan bahwa kinerja pada suatu organisasi dipengaruhi oleh tiga kelompok utama yaitu:

1. Faktor pertama adalah individu yang terdiri dari visi, nilai-nilai, filosofi, pengetahuan, sifat, kompetensi, jenjang karir, gaya (*style*) dan minat
2. Faktor kedua adalah lingkungan organisasi terdiri dari budaya dan iklim, struktur dan sistem, kedewasaan industri, posisi strategis organisasi, kompetensi inti, dan konteks yang lebih besar.
3. Faktor ketiga adalah permintaan pekerjaan terdiri dari tugas, fungsi dan peran masing-masing anggota pada organisasi.

Indikator kinerja organisasi pada pertengahan dekade tahun 1990an penggunaan pengukuran kinerja hanya dilihat dari perspektif keuangan dan sangat jarang dipergunakan. Beberapa tahun terakhir, sistem pengukuran kinerja tradisional tersebut dikombinasikan dengan kinerja non keuangan untuk menunjukkan kinerja perusahaan secara keseluruhan yang dinamakan *balanced score card*. Kaplan dan Norton tahun 1992 mengembangkan tolok ukur keberhasilan kinerja organisasi yang lebih komprehensif (Fahmi, 2011). *Balanced score card* (BSC) menekankan pada empat pendekatan yaitu perspektif keuangan, pelanggan, bisnis internal, pembelajaran dan pertumbuhan. Menurut Anthony dan Govindarajan (2005), BSC yaitu pengukuran kinerja organisasi untuk meningkatkan komunikasi, penetapan tujuan organisasi, dan memberikan umpan balik pada strategi yang ditetapkan perusahaan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Rewah (2018), pada pengujian serentak didapatkan hasil $.000 < .05$ yang berarti secara parsial *price, content, trust, product* berpengaruh signifikan terhadap Pengusaha muda. Ini menunjukkan dalam melakukan promosi *online* empat variabel berperan penting dengan kata lain harus memperhatikan *content, trust, price dan product* dalam setiap promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Empat variabel ini saling terkait satu dengan yang lain dalam menopang promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi dimana pengusaha muda harus menyeimbangkan empat variabel ini. Empat variabel ini tidak dapat berdiri sendiri dalam melakukan promosi berbasis teknologi informasi dan komunikasi.

Fahreza (2018), penelitiannya menunjukkan usaha kecil dan menengah menjadi hal yang harus diperhatikan di Indonesia sebab dengan kondisi perekonomian sebagai negara berkembang, usaha kecil menengah memegang peranan yang cukup penting guna pembangunan nasional dengan semakin banyaknya bermunculan ukm yang baru pelaku usaha dituntut untuk terus menjaga kinerja usahanya. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif yang terdiri dari analisis regresi linier berganda. Analisis korelasi, dan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh orientasi kewirausahaan dan teknologi informasi terhadap kinerja usaha. Hasil menunjukkan penelitian analisis deskriptif variabel orientasi kewirausahaan memiliki kategori cukup baik, variabel teknolog informasi dengan kategori cukup baik, dan untuk variabel kinerja usaha kategori cukup baik. Untuk analisis verifikatif dijelaskan bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dan teknologi informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

Wardoyo, Rusdianti dan Purwantini (2017), penelitiannya mengkaji seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap dari pengembangan strategi bisnis dan hubungan bisnis dengan kinerja bisnis. Populasi yang digunakan adalah pelaku usaha UMKM di Ujung-Ujung Kecamatan Pabelan, Kabupaten Semarang. Pencacahan sampel dilakukan oleh 46 UMKM. Data yang dikumpulkan adalah dari data primer melalui kuesioner dan wawancara. Analisis Kuantitatif Organisasi data dan penemuan temuan. Untuk Tes Model Dan Hubungan yang dikembangkan Penelitian adalah SmartPLS Program ini

dioperasikan melalui SmartPLS. Terdapat pengaruh positif yang signifikan dan orientasi kewirausahaan terhadap strategi bisnis, ada pengaruh positif yang signifikan terhadap strategi bisnis dan bisnis kinerja dan pengaruh positif dan orientasi kewirausahaan yang signifikan terhadap bisnis kinerja.

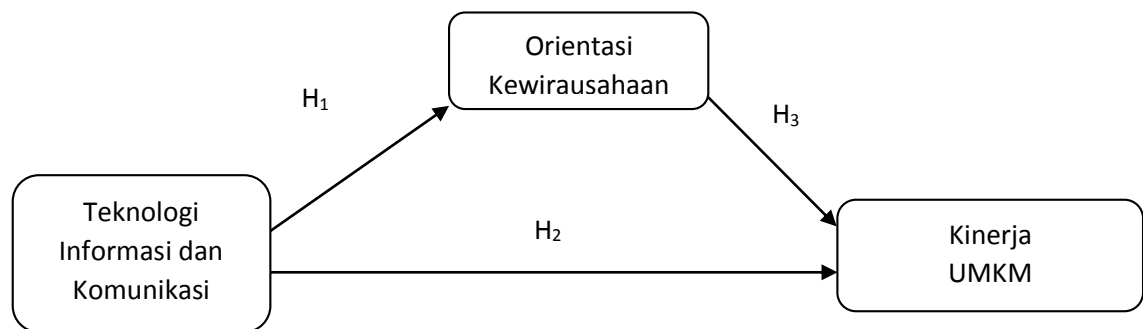
Penelitian yang dilakukan Wardi (2017) menemukan bahwa analisis peran moderasi dari intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi bahwa kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan yang meliputi keinovasian, keproaktifan dan keberanian beresiko dalam penelitiannya yang berjudul orientasi kewirausahaan pada kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) Sumatera Barat. Akan tetapi, intensitas persaingan, turbulensi pasar dan teknologi di Sumatera Barat tidak dapat memperkuat pengaruh orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM.

Penelitian yang dilakukan Moorthy (2012) di Malaysia, menyimpulkan bahwa faktor penentu yang mempengaruhi kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) ada empat. Wiraswaha yang efektif, tepatnya manajemen sumber daya manusia, penggunaan informasi dalam pemasaran dan penerapan penggunaan teknologi informasi mempunyai faktor yang signifikan terhadap kinerja UKM di Malaysia. Diantara empat faktor tersebut penggunaan informasi dalam pemasaran dan penerapan penggunaan teknologi informasi mempunyai hubungan positif dan sangat kuat hubungannya dengan kinerja UKM di Malaysia. Penelitian ini disampaikan Moorthy (2012) dalam "A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia".

Sejalan dengan Moorthy (2012), Anis (2018) dalam "the effect of entrepreneurship orientation, information technology, strategic planning to competitive advantages with business performance as intervening variables: empirical study food processing smes in North Sulawesi, juga sependapat bahwa penggunaan teknologi informasi UMKM telah menjadi faktor utama dalam memasarkan produk mereka ke pasar online. Orientasi wirausaha UMKM adalah data penting tentang dampaknya terhadap kinerja dan keunggulan kompetitif mereka. Sehingga pemanfaatan teknologi informasi dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UKM dan keunggulan kompetitif industri makanan di Sulawesi Selatan.

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kerangka konseptual penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

2.4. Hipotesis Penelitian

Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Orientasi Strategi Kewirausahaan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di industri sekarang semakin banyak inovasi teknologi yang diterapkan dalam proses bisnis suatu industri. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi harus diterapkan juga di industri UMKM untuk mengoptimalkan strategi kewirausahaan. Dengan teknologi informasi dan komunikasi pada UMKM akan lebih unggul dalam persaingan karena proses pekerjaan akan lebih cepat, mudah, dan resiko kesalahan akan berkurang. Industri UMKM dalam proses bisnisnya, teknologi informasi dan komunikasi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Karena jika teknologi informasi yang dimiliki UMKM tidak mengikuti perkembangan teknologi maka perusahaan tidak akan bisa mengikuti persaingan. Teknologi informasi ini akan membantu UMKM dalam bersaing di pasar global seperti sekarang. Penelitian yang dilakukan Rewah (2018) serta Sidik dan Atutik (2017) menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap strategi kewirausahaan. Berdasarkan analisis di atas, maka hipotesis dibangun sebagai berikut:

H1: Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap orientasi strategi kewirausahaan.

Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Kinerja UMKM

Seiring dengan semakin cepat berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, maka kinerja UMKM akan semakin tertinggal apabila tidak mengikutinya. Kinerja usaha adalah hasil pembentukan sikap dan strategi yang dijalankan perusahaan, dan juga aktifitas perusahaan yang tercermin dari kegiatan harian yang dilakukan pelaku organisasi dari perusahaan tersebut. Kinerja usaha dalam hal ini UMKM mempunyai peranan penting dalam persaingan di dunia usaha. Kinerja usaha menjadi modal awal dalam persaingan. Kinerja usaha yang baik tidak dapat tercapai dengan sendirinya, akan tetapi harus dibentuk dengan baiknya sikap dari pemilik perusahaan dan juga budaya yang diterapkan dalam suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan Fahreza (2018) dan Moorthy (2012) menunjukkan bahwa teknologi komunikasi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Melalui analisis diatas, hipotesis dibangun sebagai berikut:

H2: Teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM

Pengaruh Orientasi Strategi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM

Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang sesuai dengan tujuan perusahaan itu dapat mengikuti persaingan pasar. Apabila dalam proses bisnis pelaku usaha mampu menerapkan orientasi kewirausahaan secara maksimal, maka menghasilkan kinerja unggul yang akan menaikkan posisi perusahaan pada persaingan pasar. Orientasi kewirausahaan akan menunjukkan bagaimana kinerja dalam perusahaan itu sendiri, dengan adanya orientasi kewirausahaan yang terarah, maka kinerja perusahaan akan terorganisir dan akan berdampak pada kemajuan usaha. Orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan yang tercermin dari sikap penuh inovasi, proaktif dan keberanian mengambil risiko diyakini mampu mendongkrak kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan Wardoyo et.al (2017) juga Wardi (2017) serta Anis (2018), menunjukkan bahwa orientasi strategi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, Oleh karena itu konstruk hipotesis adalah sebagai berikut:

H3: Orientasi strategi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM

III. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Sekaran dan Boogie (2013:240) mendefinisikan populasi "*The entire group of people, events or things of interest that researcher wishes to investigate*". Sementara itu sampel adalah bagian kecil yang diambil dari populasi, diupayakan mewakili keseluruhan komponen penting populasi. Populasi dalam penelitian ini menurut sifatnya adalah populasi yang homogen. Populasi dalam penelitian ini adalah dibatasi pada UMKM di Jabodetabek .

Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan proportionate stratified random sampling (Sinambela, 2014:101). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin (Riduan, 2011:45). Dari perhitungan di atas, maka sampel dalam penelitian adalah sebagian dari populasi, yaitu sebanyak 392 pengusaha UMKM di Jabodetabek untuk menjadi objek penelitian ini melalui penyebaran kuesioner yang dipilih acak secara proporsional (Proportionate stratified random sampling technique). Hair et al. (2013) menyarankan ukuran sampel minimal untuk SEM adalah 100 sampai 200 dengan syarat asumsi normalitas data terpenuhi, atau minimal lima kali dari jumlah indikator Sekaran dan Bougie, 2016).

3.2. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel bebas (*Independent variable*), variabel perantara (*intervening variable*), dan variabel terikat (*dependent variable*) dalam kuesioner adalah menggunakan skala likert dengan skala penilaian 1 sampai dengan 5, dengan variasi jawaban untuk masing-masing jenis pertanyaan adalah:

1. 4 = Sangat Setuju (SS)
2. 3 = Setuju (S)

3. 2 = Tidak Setuju (TS)
4. 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Teknologi Informasi dan Komunikasi

Tabel 1. Item Pertanyaan Teknologi dan Informasi

-
1. Teknologi informasi dan komunikasi sangat mempengaruhi usaha saya karena sangat diperlukan banyak keuntungan yang diperoleh dari penggunaannya
 2. Teknologi informasi dan komunikasi dapat membesarkan usaha saya karena mempertinggi efektivitas dan mengembangkan kinerja pekerjaan
 3. Saya percaya bahwa media teknologi informasi dan komunikasi sangat membantu usaha untuk operasional usaha serta sarana dan promosi.
 4. Saya tetap menggunakan teknologi informasi dan komunikasi walaupun biaya mahal dan kompleksitas
 5. Saya tidak menggunakan teknologi informasi dan komunikasi karena biayanya mahal
 6. Saya tidak menggunakan teknologi informasi dan komunikasi karena kompleksitas
 7. Saya tidak menggunakan teknologi informasi dan komunikasi karena malas untuk mempelajarinya
 8. Saya tidak menggunakan teknologi informasi dan komunikasi karena yang lain-lain
-

Sumber: Susanto (2013)

Orientasi Kewirausahaan

Tabel 2. Item Pertanyaan Orientasi Kewirausahaan

-
1. Saya berani mengambil risiko untuk tetap inovatif walaupun harus keluar biaya lebih.
 2. Saya berupaya untuk merespon setiap tindakan pesaing.
 3. Produk/ jasa yang saya hasilkan harus lebih baik dari pesaing.
 4. Saat berusaha, saya bergantung pada bank/sumber keuangan lain
 5. Saya bergantung pada supplier
 6. Saya selalu peduli dengan kualitas produk/jasa akhir yang saya jual.
 7. Saya peduli dengan kepuasan pelanggan saya.
 8. Produk/jasa yang sayaciptakan memiliki keunikan yang belum ada dipasar.
-

Sumber: Tyasari dan Mustikowati (2014)

UMKM Performance

Tabel 3. Item Pertanyaan UMKM Performance

-
1. Perusahaan saya mampu menghasilkan keuntungan (laba)
 2. Perusahaan saya mampu membayar atau melunasi utang atau kewajiban dalam skala jangka pendek yang harus segera dipenuhi
 3. Perusahaan saya mampu melunasi semua kewajibannya, baik kewajiban jangka panjang maupun jangka pendek, utamanya apabila disaat perusahaan saya harus dilikuidasi.
 4. Perusahaan saya mampu mengukur keefektifan atau efisiensi perusahaan dalam menggunakan aktiva-aktiva yang dimiliki
 5. Karyawan yang saya rekrut harus mempunyai pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan bidang pekerjaannya
 6. Karyawan selalu saya berikan pendidikan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan
 7. Karyawan selalu menjalani tugas dengan baik dengan memahami peran dan tanggungjawabnya.
 8. Karyawan saya selalu produktif dengan memprioritaskan pekerjaan dan mengelola waktu dengan baik
-

Sumber: Ariwibawa (2016)

3.3. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode analisis regresi linier sederhana dan berganda. Metode tersebut digunakan untuk meramalkan pengaruh dari suatu variabel terikat yaitu kinerja UMKM dan variabel intervening yaitu orientasi strategi kewirausahaan berdasarkan variabel bebas yaitu teknologi informasi dan komunikasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan analisis regresi berganda dan analisis jalur (path analysis), dengan menggunakan program SPSS 22, kemudian dijelaskan secara deskriptif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

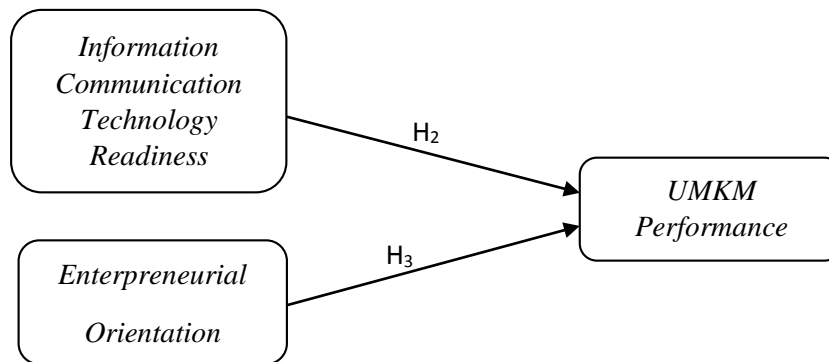
4.1. Analisis Jalur (Path Analysis)

Menentukan diagram jalurnya berdasarkan paradigma hubungan variabel dan menentukan persamaan regresi struktural sebagai berikut:

Persamaan Struktural 1

1. Persamaan Regresi Struktural 1:

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_1 \tag{1}$$



Gambar 2. Diagram Jalur Persamaan Regresi Struktural 1

Tabel 4. Persamaan Regresi Struktural 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.443	1.185		6.278	.000
	TIK	.795	.038	.725	20.770	.000

a. Dependent Variable: OSK

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2019)

Dari tabel di atas dapat dimasukkan dalam bentuk persamaan regresi struktural 1 adalah sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \epsilon_1$$

$$Z = 7,443 + 0,795X_1 + \epsilon_1 \tag{2}$$

Penjelasan persamaan regresi berganda berdasarkan tabel di atas adalah Koefisien regresi variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebesar 0,795, artinya jika variabel teknologi informasi dan komunikasi TIK mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel orientasi kewirausahaan (OSK) akan mengalami kenaikan sebesar 0,795 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.

2. Uji t Statistik (Uji Signifikansi Parsial)

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK), nilai t-hitung (20,770) > t-tabel (1,96) dan nilai probabilitas 0,000 > 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap orientasi strategi kewirausahaan (OSK).

3. Koefisien Determinasi Majemuk (R^2)

Tabel 5. Koefisien Determinasi Persamaan Regresi Struktural 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 ^a	.526	.525	3.34138

a. Predictors: (Constant), TIK

b. Dependent Variable: OSK

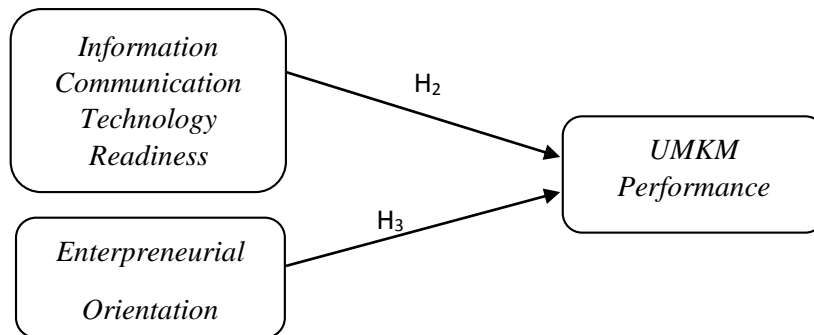
Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2019)

Pada tabel di atas, nilai *adjusted R*² yaitu sebesar 0,525 atau 52,5%. Hal ini berarti 52,5%, variabel orientasi strategi kewirausahaan (OSK) bisa dijelaskan oleh variabel bebas yaitu teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Sedangkan sisanya sebesar 100% - 52,5% = 47,5%, dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model atau variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Persamaan Struktural 2

1. Persamaan Regresi Struktural 2:

$$Y = \beta_3 X_1 + \beta_4 X_2 + \beta_5 Z + \varepsilon_2 \tag{3}$$



Sumber: Peneliti (2020)

Gambar 3. Diagram Jalur Persamaan Struktural 2

Tabel 6. Persamaan Regresi Struktural 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	12.888	1.088		11.849	.000
	TIK	.425	.049	.458	8.748	.000
	OSK	.251	.044	.297	5.667	.000

a. Dependent Variable: KUMKM

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2019)

Dari tabel di atas dapat dimasukkan dalam bentuk persamaan regresi struktural 1 adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_2 X_1 + \beta_3 Z + \varepsilon_2$$

$$Y = 12,888 + 0,425X_1 + 0,251Z + \varepsilon_2 \tag{4}$$

Penjelasan persamaan regresi berganda berdasarkan tabel di atas adalah sebagai berikut:

- Koefisien regresi variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebesar 0,425, artinya jika teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kinerja UMKM (KUMKM) akan mengalami kenaikan sebesar 0,425 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.
- Koefisien regresi variabel orientasi kewirausahaan (OK) sebesar 0,251, artinya jika variabel strategi kewirausahaan (OK) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel kinerja UMKM (KUMKM) akan mengalami kenaikan sebesar 0,251 satuan dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.

2. Uji t Statistik (Uji Signifikansi Parsial)

Berdasarkan tabel di atas, pengujian koefisien regresi variabel bebas yaitu teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan orientasi strategi kewirausahaan (OSK) terhadap variabel terikatnya yaitu kinerja UMKM (KUMKM), langkah-langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK), nilai t-hitung (8,748) > t-tabel (1,96) dan nilai probabilitas 0,000 > 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (KUMKM).
- b. Untuk variabel orientasi kewirausahaan (OK), nilai t-hitung (5,667) > t-tabel (1,96) dan nilai probabilitas 0,000 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa orientasi strategi kewirausahaan (OSK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (KUMKM).

3. Uji F Statistik (Uji Signifikansi Simultan)

Tabel 7. Uji F Persamaan Regresi Struktural 2

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3249.528	2	1624.764	190.369	.000 ^b
Residual	3311.515	388	8.535		
Total	6561.043	390			

a. Dependent Variable: KUMKM

b. Predictors: (Constant), OK, TIK

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2019)

Dari table di atas, nilai F-hitung (190,369) > F-tabel (3,01) dan nilai probabilitas 0,000 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan orientasi kewirausahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (KUMKM).

4. Koefisien Determinasi Majemuk (R^2)

Tabel 8. Koefesien Determinasi Persamaan Regresi Struktural 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.495	.493	2.92144

c. Predictors: (Constant), TIK, O K

d. Dependent Variable: KUMKM

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22 (2019)

Pada tabel di atas, nilai *adjusted* R^2 yaitu sebesar 0,493 atau 49,3%. Hal ini berarti 49,3%, variasi kinerja UMKM (KUMKM) bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel bebas yaitu teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan orientasi kewirausahaan (OK). Sedangkan sisanya sebesar 100% - 49,3% = 50,7%, dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model atau variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

4.2. Pembahasan

Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Orientasi Strategi Kewirausahaan

Untuk variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK), nilai t-hitung (20,770) > t-tabel (1,96) artinya bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap orientasi strategi kewirausahaan (OSK). Hasil penelitian ini berarti sama dengan penelitian yang dilakukan Rewah (2018) serta Sidik dan Atutik (2017) menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap strategi kewirausahaan. Hal ini karena dengan teknologi informasi dan

komunikasi dapat mendukung orientasi strategi kewirausahaan pada UMKM dalam berinovasi dan berdaya saing secara kompetitif.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, hal tersebut mendorong beberapa UMKM untuk menciptakan beberapa inovasi yang sangat menguntungkan dan bisa dijadikan peluang bisnis baru (*E-business*) untuk UMKM. Elektronik bisnis atau bisnis yang berlandaskan kepada produk yang berbentuk daring, semakin dilirik oleh pasar. Contohnya dengan penjualan *elektronik book*, *e-paper*, *e-money* dan bentuk produk lain yang kini sudah bisa diubah kedalam bentuk elektronik yang pemakaiannya sangat mudah dan bisa dibawa kemana-mana.

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi diterapkan UMKM untuk mengoptimalkan orientasi kewirausahaan. Teknologi informasi dan komunikasi pada UMKM menjadi lebih unggul dalam persaingan karena proses pekerjaan akan lebih cepat, mudah, dan resiko kesalahan akan berkurang. Teknologi informasi dan komunikasi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam proses bisnis industri UMKM. Teknologi informasi dan komunikasi yang dimiliki UMKM tidak mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi maka perusahaan tidak akan bisa mengikuti persaingan. Teknologi informasi dan komunikasi akan membantu UMKM dalam bersaing di pasar global seperti sekarang.

Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja UMKM

Untuk variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK), nilai t -hitung (8,748) > t -tabel (1,96) artinya bahwa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (KUMKM). Hasil penelitian ini berarti sama dengan penelitian yang dilakukan Fahreza (2018) dan Moorthy (2012) menunjukkan bahwa teknologi komunikasi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Ini berarti dengan memanfaatkan teknologi informasi, UMKM dapat mengikuti teknologi yang sedang berkembang dan UMKM akan semakin bersaing atau unggul dengan kompetitor yang memiliki budaya usaha yang lebih baik. Kinerja usaha adalah hasil pembentukan sikap dan strategi yang dijalankan UMKM serta aktifitas UMKM yang tercermin dari kegiatan harian yang dilakukan pelaku organisasi dari UMKM tersebut. Kinerja dalam sebuah usaha memiliki peranan yang penting sebagai modal awal untuk bersaing dan menjadi UMKM yang unggul dibanding dengan UMKM pesaing. Kinerja UMKM yang baik tidak ada dengan sendirinya, namun kinerja UMKM dapat diciptakan melalui sikap pemilik usaha yang baik dan budaya yang sudah ada pada UMKM.

Aplikasi teknologi informasi dan komunikasi, pada UMKM yang menjadi landasan dari berbagai aplikasi yang ada pada teknologi informasi dan komunikasi, tersebut diantaranya yaitu *network management*, basis data, sistem operasi dan lain sebagainya. Aplikasi yang bersifat dasar merupakan aplikasi teknologi informasi dan komunikasi yang akan dipakai dalam segala urusan dasar dari sumber daya UMKM. Misalnya sistem atau aplikasi akuntansi dan keuangan, sistem penggajian, serta yang lain sebagainya yang berkaitan pada sumber daya UMKM. Suatu aplikasi teknologi informasi dan komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan spesifik pada UMKM khususnya yang berhubungan pada proses penciptaan produk atau jasa yang akan ditawarkan antara lain seperti aplikasi *property*, aplikasi akuntansi, aplikasi *forwarding*, aplikasi pergudangan dan lain sebagainya.

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi pada lingkungan kerja dibutuhkan tiap pelaku usaha sebagai efisiensi waktu serta biaya. Salah satu penyebab kebiasaan kerja yaitu akibat dari penerapan teknologi informasi dan komunikasi, contohnya penerapan *enterprise resource planning* (ERP). ERP adalah salah satu aplikasi perangkat lunak (software) yang didalamnya termasuk sistem manajemen pada perusahaan. Dengan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi di dalam organisasi UMKM akan mampu menghemat biaya dalam semua aspek seperti tenaga kerja, proses, pemasaran bahkan manajemen. Selain itu keuntungan lain yang diberikan adalah dapat mempercepat perkembangan UMKM dengan meningkatnya margin pada organisasi UMKM.

Pengaruh Orientasi Strategi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Untuk orientasi strategi kewirausahaan (OK), nilai t -hitung (5,667) > t -tabel (1,96) artinya bahwa orientasi kewirausahaan (OK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (KUMKM). Hasil penelitian ini berarti sama dengan Penelitian yang dilakukan Wardoyo, Rusdianti dan Purwantini (2017) juga Wardi (2017) serta Anis (2018), menunjukkan bahwa orientasi strategi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Hal ini disebabkan pentingnya orientasi strategi kewirausahaan pada semua UMKM dengan tingkat karakteristik kewirausahaan yang lebih tinggi kemungkinannya memiliki tingkat kinerja dan pertumbuhan yang lebih tinggi, karena mampu menghadapi dinamika lingkungan secara lebih sukses. Menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM dapat dilihat dari kemampuan inovasinya pada produk, kemampuan dalam menyusun strategi, memiliki ide unik dan berbeda dan berani mengambil resiko menghasilkan produk lebih banyak dari jumlah pesanan. Ini berarti bahwa semakin baik orientasi strategi kewirausahaan, maka akan semakin tinggi kinerja UMKM. Kinerja UMKM diukur dengan eksis/bertahan, kemampuan memperoleh laba, dan kemampuan untuk berkembang. Orientasi strategi kewirausahaan (inovasi, menyusun strategi, memiliki ide unik dan berani mengambil resiko) yang semakin tinggi pada UMKM dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Orientasi kewirausahaan dari seorang pelaku UMKM dapat menimbulkan peningkatan kinerja UMKM.

V. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh teknologi informasi dan komunikasi terhadap orientasi strategi kewirausahaan dan kinerja UMKM pada pelaku UMKM di DKI Jakarta, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknologi informasi dan komunikasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Hal ini karena dengan teknologi informasi dan komunikasi dapat mendukung orientasi strategi kewirausahaan pada UMKM dalam berinovasi dan berdaya saing secara kompetitif. Teknologi informasi dan komunikasi ini akan membantu UMKM dalam bersaing di pasar global seperti sekarang.
2. Teknologi informasi dan komunikasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi di dalam organisasi UMKM akan mampu menghemat biaya dalam semua aspek seperti tenaga kerja, proses, pemasaran bahkan manajemen. Selain itu keuntungan lain yang diberikan adalah dapat mempercepat perkembangan UMKM dengan meningkatnya margin pada organisasi UMKM.
3. Orientasi kewirausahaan (OK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Orientasi strategi kewirausahaan (inovasi, menyusun strategi, memiliki ide unik dan berani mengambil resiko) yang semakin tinggi pada UMKM dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anis, M. 2018. Faktor Budaya dan Alih Teknologi pada Industri Batik Dalam Kerangka Ergonomi Makro. *Seminar Nasional IENACO*, pp. 106–110.
- Anthony, R dan Govindarajan, Vijay. 2005. *Management Control System*. Jakarta: Salemba Empat.
- Aribawa. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM Di Jawa Tengah. *E-Jurnal UAJY*. 20 (1) :1-13.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barney, J. B. 2001. Resource-Based Theories Of Competitive Advantage: A Ten-Year Retrospective On The Resource-Based View. *Journal of Management*. 27(6), 643–650.
- Budhi, Nita. 2011. Pengaruh Orientasi Strategi Kinerja Industri Kecil Menengah (IKM) di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 22, Nomor 3, Halaman 70-82.
- Boyatzis, Richard. 2008. Competencies in The 21st Century. *Journal of Management Development*. Vol. 27 No. 1, pp. 5-12.
- Daft, Richard L. 2010. *Era Baru Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Deeson, Eric. 1991. *Dictionary of Information Technology*. United Kingdom. Harper Collins Publishers Glasgow.
- Fahmi, Irham. 2011. *Analisis Laporan Akuntansi*. Bandung: Alfabeta.
- Fahreza, Achbar. 2018. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Usaha Pada Home Industri Keramik H.Oma Bandung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Padjajaran*. Vol. 19 No.2, pp 30-45.

- Frishammar, J and Horte, S. A. 2007. The Role of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation for New Product Development Performance in Manufacturing Firms. *Technology Analysis & Strategic Management*. 22(3): 251-266.
- Gautama, Hadi. 2003. *Hambatan Dalam Implementasi Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. Bandung: Alfabeta.
- Gavrea, et al. 2011. Determinants of Organizational Performance: The Case of Romania. *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*. Vol. 6, No. 2, pp. 285-300.
- Gibson, James L. 2012. *Organizational Behavior, Structure, Processes*. New York, NY 10020: McGraw-Hill.
- Ginsberg, A. 2011. Measuring Changes in Entrepreneurial Orientation Following Industry Deregulation: The Development of a Diagnostic Instrument. *Proceedings of International Council of Small Business*.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- International Telecommunication Union. 2018. Measuring the Information Society 2017. MIS Exec_sum, 1, 1-24. Geneva.
- Kementerian Koperasi. 2019. *Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2014-2018*. Jakarta: Penerbit Kementerian Koperasi.
- Kuratko, D.F and Audretsch, D.B. 2009. Strategic Entrepreneurship: Exploring Different Perspectives Of An Emerging Concept. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 1:1-17.
- Kwartono, Adi. 2007. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Martin, Gill. 1991. The Relationship Of Information And Communication Technology To The Performance Of Small Businesses In London. *Journal Of Business And Management, University Of London*. Vol:13. pp:149-159.
- Moorthy, M Krishna. 2012. A Study on Factors Affecting the Performance of SMEs in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 2, No. 4 ISSN: 2222-6990
- Morris, M and Paul, W. 2007. Entrepreneurship as a Significant Factor in Societal Quality of Life. *Journal of Business Research*. 13, 1:21-36.
- Mulyadi. 2007. *Balance Scorecard: alat Manajemen Kontemporer Untuk Pelipatganda Kinerja Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noermijati. 2008. Aktualisasi Teori Herzberg, Suatu Kajian Terhadap Kepuasan dan Kinerja Spiritual Manajer Operasional (Penelitian di Perusahaan Kecil Rokok Sigaret Kretek Tangan di Wilayah Malang). Disertasi Pascasarjana Universitas Brawijaya.
- Porter, Michael. 2008. *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing): Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tangerang: Kharisma Publishing.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta
- Puskur Dinas Indonesia. 2006. *Kurikulum: Standar Kompetensi Mata Pelajaran Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta.
- Rewah, Jein Margarth. 2018. Pengaruh Promosi Berbasis Teknologi Informasi Terhadap Pengusaha Muda Universitas Klabat. *Cogito Smart Journal*. Vol. 4/No.1/June.
- Ricardo, Ronald and Wade, David. 2001. *Corporate Performance Management. How to Build a better Organization Trough Management-Driven Strategic Alligment*. Butterworth Heinemann USA.
- Rudjito. 2003. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Strategi Bisnis. Makalah Seminar Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhanas.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2013. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, Masana. 2012. *Budaya dan Kinerja Organisasi (Perspektif Organisasi Pemerintah)*. Fokusmedia: Bandung.
- Sinarasri, Andwiani. 2013. Analisa Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal, Prosiding Seminar Nasional 2013*, ISBN :978-979-98438-8-3.

- Slavkovic, Marko dan Babic, Verica. 2013. Knowledge Management, Innovativeness, and Organizational Performance: Evidence from Serbia. *Economic Annals*, volume LVIII, No. 199/ October-December 2013. Pp. 85-107.
- Susanto, Azhar. 2013. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*: Bandung: Lingga Jaya
- Tyasari, Irma dan Mustikowati, Rita Indah (2014). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada UKM Sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Modernisasi*. Vol 10, No.1. Page 23-37.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
- Wardoyo, Paulus; Rusdianti, Endang dan Sri, Purwantini. 2017. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Usaha Dan Kinerja Bisnis UMKM Di Desa Ujung-Ujung, Kec. Pabelan, Kab Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*. Volume 28, Nomor 2, Halaman 16-32.