

**PENGARUH *E-BUSINESS* TERHADAP
ENTREPRENEURIAL GROWTH
(Studi pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda
Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Bisnis



Oleh

**Asep Indra Cahyadi
1504091**

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2020**

Asep Indra Cahyadi, 2020

*PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN
OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH *E-BUSINESS* TERHADAP
ENTREPRENEURIAL GROWTH
(Studi pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda
Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung)**

Oleh:
Asep Indra Cahyadi
1504091

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis

©Asep Indra Cahyadi
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,
difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

Asep Indra Cahyadi, 2020

***PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN
OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)***

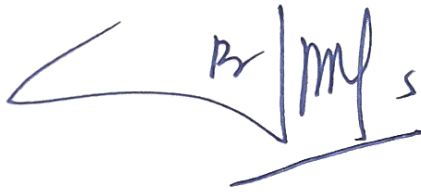
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP *ENTREPRENEURIAL GROWTH*
(Studi pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda Indonesia
Perguruan Tinggi Kota Bandung)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. B Lena Nuryanti S, M.Pd.
NIP. 19610709 198703 2 001

Pembimbing II

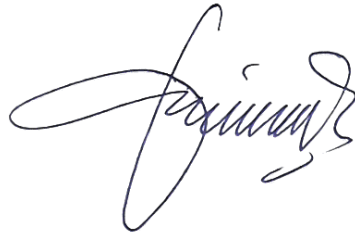


Drs. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si.
NIP. 19640823 199302 1 001

acc sidang
15/1/2020

Menyetujui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Bisnis 24/1/20.



Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M.
NIP. 19820830 200502 2 003

Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis



Asep Indra Cahyadi
1504091

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh *E Business Terhadap Entrepreneurial Growth* (Studi pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung)**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Januari 2020
Yang Membuat Pernyataan

Asep Indra Cahyadi

ABSTRAK

Asep Indra Cahyadi (1504091), “Pengaruh *E-Business* terhadap *Entrepreneurial Growth* (Studi pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung)”. Di bawah bimbingan Dr. Hj. B Lena Nuryanti S., M.Pd. dan Drs. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si.

Dunia saat ini dihadapkan pada industri 4.0 yang menuntut pemanfaatan sumber daya manusia agar dapat menciptakan lapangan kerja dengan meningkatkan pertumbuhan kewirausahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pengusaha muda mengenai penggunaan *E-Business* dalam setiap proses bisnis untuk meningkatkan pertumbuhan kewirausahaan (*Entrepreneurial Growth*). Sebuah survei dilakukan pada Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT) di Kota Bandung dengan populasi sebesar 31 pengusaha. Hasil menggunakan metode penelitian analisis jalur (*path*) mengungkapkan bahwa *E-Business* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan kewirausahaan pada pengusaha muda HIPMI PT Kota Bandung. Hal ini menunjukkan *E-Business* sebagai pemicu yang cukup baik secara simultan terhadap pertumbuhan kewirausahaan. Semakin baik kualitas *E-Business*, semakin baik pula pertumbuhan kewirausahaan pengusaha muda di Kota Bandung. Proses bisnis pada skala UMKM diharapkan untuk menggunakan *E-Business* lebih intensif sehingga dapat meningkatkan *Entrepreneurial Growth*. Proses bisnis ini diharapkan dapat menggunakan teknologi yang semakin berkembang dan mengikuti perkembangan zaman sehingga mempermudah pengusaha untuk meningkatkan pertumbuhan kewirausahaannya.

Kata Kunci: *E-Business*, pertumbuhan kewirausahaan, UMKM

ABSTRACT

Asep Indra Cahyadi (1504091), “*The Effect of E-Business on Entrepreneurial Growth (Study on Autonomy Body Committee of Indonesia Young Entrepreneur Association for Higher Education in Bandung)*”. Under the guidance of Dr. Hj. B Lena Nuryanti S., M.Pd. and Drs. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si.

The world today is faced with industry 4.0 which demands the utilization of human resources in order to be able to create jobs by increasing Entrepreneurial Growth. The purpose of this study is to determine the perceptions of young entrepreneurs about the use of E-Business in every business pose to increase Entrepreneurial Growth. A survey was conducted of the Indonesia Young Entrepreneurs Association for University (HIPMI PT) in the City of Bandung with a population of 31 entrepreneurs. The results of the study using path analysis revealed that E-Business had a positive influence on Entrepreneurial Growth in HIPMI PT young entrepreneurs in the City of Bandung. This indicates E-Business as a good trigger for Entrepreneurial Growth. The better the quality of E-Business, the better the Entrepreneurial Growth of young entrepreneurs in the City of Bandung. Business processes at the SMEs scale are expected to use E-Business more intensively so as to increase Entrepreneurial Growth. This business process is expected to be able to use increasingly evolving technology and keep up with the times so as to make it easier for entrepreneurs to increase their Entrepreneurial Growth.

Keywords: *E-Business; entrepreneurial growth; SMEs.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah, rahmat, karunia dan kehendak-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi berjudul “**Pengaruh *E-Business* terhadap *Entrepreneurial Growth*** (Studi pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung)” yang disusun untuk memperoleh temuan mengenai gambaran *E-Business* dan *Entrepreneurial Growth*, mengetahui seberapa besarnya pengaruh dimensi-dimensi yang membentuk *E-Business* terhadap *Entrepreneurial Growth* dan untuk mengetahui besarnya pengaruh *E-Business* terhadap *Entrepreneurial Growth* pada Pengurus Badan Otonom Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung, serta untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca. Skripsi ini juga diharapkan dapat menjadi inspirasi dan referensi baru untuk peneliti-peneliti berikutnya dan untuk memperkaya kajian kewirausahaan khususnya di Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.

Skripsi ini dikerjakan penulis dengan sebaik dan seoptimal mungkin dengan harapan dapat bermanfaat bagi banyak orang. Apabila masih terdapat kekurangan dan kesalahan, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dijadikan landasan perbaikan yang berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Bandung, Januari 2020

Asep Indra Cahyadi

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas rahmat Allah SWT. yang telah memberikan kasih dan sayang-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini didedikasikan untuk kedua orang tua tersayang Mamah Nanan Nuryanti dan Bapak Didih Suhendar (Alm.) yang telah memberikan segala sesuatu hal yang luar biasa dan terbaik bagi penulis. Semoga semua yang telah penulis usahakan menjadi sebuah kebanggaan bagi Mamah dan Bapak. Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak yang telah memberikan kesempatan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Rd. Asep Kadarohman, M.Si. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh dan memperoleh pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P. selaku Dekan dan Dosen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah membimbing penulis selama masa studi.
3. Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., M.M. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberikan motivasi serta pengarahan dalam penyusunan skripsi ini semoga beliau selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang.
4. Dr. Hj. B Lena Nuryani S., M.Pd. selaku Pembimbing I dalam penulisan skripsi, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini, terima kasih yang teramat dalam penulis ucapkan karena berkat arahan, bimbingan, motivasi serta perhatian yang diberikan kepada penulis selama masa bimbingan sehingga dapat memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, nikmat seta keberkahan serta umur yang panjang.
5. Drs. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si. selaku Pembimbing II dalam penulisan skripsi, yang telah memberikan arahan serta bimbingan selama penyusunan skripsi ini, terima kasih yang teramat dalam penulis ucapkan karena berkat

bimbingannya, motivasinya, serta waktu luangnya yang diberikan kepada penulis selama masa bimbingan sehingga dapat menjadi arahan serta motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan keberkahan hidup, pahala serta umur yang panjang.

6. Segenap Ibu dan Bapak Dosen dan Staff Program Studi Pendidikan Bisnis serta Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, memfasilitasi dan memberikan motivasi serta bantuan bagi penulis selama menjalani perkuliahan.
7. Pelaku usaha sekaligus teman-teman Pengurus Badan Otonom HIPMI PT Kota Bandung yang telah bersedia mengisi instrumen penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat.
8. Kepada adik-adik kandung, Indri Rahayu dan Indah Agustina yang telah memberikan do'a serta dukungan dalam penyusunan skripsi.
9. Hardiyanti Rahayu, Deti Nurhidayah, Indah Permatasari, Ariezna Fadly, Faisal Ramadhan, Aldy Nur Febrian, Rohman Arif Budiardi, Astri Ernawati, Amelinda Apriliyani, Gatot Eka Jaya, Yoga Nurdiana Nugraha, sahabat-sahabat terbaik, yang selalu menemani di kala suka maupun duka, saling support satu sama lain, saling mengingatkan, dan saling memberi do'a.
10. Sahabat seperjuangan dalam mencari kesenangan dunia dikala mengalami kejenuhan di kehidupan kampus dan dalam mencari barokah akhirat, Kharisma Sumiati, Anissa Deasy Fajarini, Tenya Desie, Andika Alvin Margana, Luthfi Wahyudi, Rizky Wirayuda, dan semua teman Pendidikan Bisnis 2015 *Equilibrio* yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih telah menerima penulis apa adanya dan atas motivasi serta bantuannya dalam mempersiapkan masa depan bersama. Semoga selalu dalam lindungan-Nya, dan apa yang kita targetkan dapat tercapai.
11. Teman-teman seperjuangan dalam aktivitas organisasi dengan segala idelaisme dan cita-cita luhurnya di *Business Education Student Association*, Unit Kegiatan Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi, Unit Kegiatan Fotografi Mahasiswa PERFORMA, Unit Kegiatan Mahasiswa Karate, Sahabat OIER, *International Student Association*, para penerima beasiswa Mien

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

R. Uno Foundation ENVOY, JAPRI, BIKLUS, AsTEN STEP, SEA Teacher, DARMASISWA, *Summer Camp UPI*, dan *Bandung Sister Cities Youth Forum*, semoga apa yang kita cita-citakan dapat tercapai dan dapat selalu memberikan dampak positif yang luas bagi masyarakat Indonesia dan dunia internasional.

12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Terakhir penulis ucapkan *Jazakumullah khairan katsiran*. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas kebaikan-kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan balasan yang terbaik serta menghapuskan dosa atas semua kesalahan dan kekhilafan. Aamiin

Bandung, Januari 2020
Penulis

Asep Indra Cahyadi

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1. Kajian Pustaka.....	16
2.1.1. Kewirausahaan.....	16
2.1.2. <i>Entrepreneurial Process</i>	17
2.1.3. <i>Opportunity</i>	19
2.1.4. <i>E-Business</i>	20
2.1.4.1. Konsep <i>E-commerce</i> dan <i>E-Business</i>	20
2.1.4.2. Definisi <i>E-Business</i>	22
2.1.4.3. Dimensi <i>E-Business</i>	23
2.1.5. <i>Entrepreneurial Growth</i>	27
2.1.6. Pengaruh <i>E-Business</i> terhadap <i>Entrepreneurial Growth</i>	36
2.1.7. Penelitian Terdahulu	38
2.2. Kerangka Pemikiran.....	40
2.3. Hipotesis.....	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	45
3.1. Objek Penelitian	45
3.2. Metode Penelitian.....	45
3.2.1. Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	45
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	46

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2.3. Jenis dan Sumber Data	50
3.2.4. Populasi	52
3.2.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.2.6. Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas	53
3.2.6.1. Pengujian Validitas	53
3.2.6.2. Hasil Pengujian Validitas.....	54
3.2.6.3. Pengujian Reliabilitas	60
3.2.6.4. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	61
3.2.7. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1. Profil Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi.....	76
4.1.1. Profil Organisasi.....	76
4.1.2. Sejarah Singkat.....	76
4.1.3. Badan Otonom HIPMI PT	77
4.1.4. Karakteristik Responden	77
4.1.4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.1.4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Bisnis	80
4.1.4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
4.1.4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berwirausaha	81
4.1.4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berorganisasi	82
4.1.4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Mendapatkan Bantuan Modal	83
4.1.4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pelatihan di Luar HIPMI.....	84
4.2. Tanggapan <i>E-Business</i> pada Pengurus HPMI PT Kota Bandung	85
4.2.1. Dimensi <i>Customer relationship management</i>	85
4.2.2. Dimensi <i>Enterprise resource planning</i>	89
4.2.3. Dimensi <i>Supply chain management</i>	92
4.2.4. Dimensi <i>Selling chain management</i>	95
4.2.5. Dimensi <i>e-Procurement</i>	98
4.2.6. Dimensi <i>Enterprise application integration</i>	101
4.2.7. Rekapitulasi Dimensi <i>E-Business</i>	105
4.3. Tanggapan Responden mengenai <i>Entrepreneurial Growth</i> pada Pengusaha HIPMI PT Kota Bandung	107
4.3.1. Dimensi <i>Execution</i>	107

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.3.2.	Dimensi <i>Opportunity Domain</i>	110
4.3.3.	Dimensi <i>Organizational Resources & Capabilities</i>	112
4.3.4.	Dimensi <i>Leadership</i>	116
4.3.5.	Rekapitulasi Dimensi <i>Entrepreneurial Growth</i>	119
4.4.	Pengujian Hipotesis	121
4.4.1.	Pengujian Asumsi Analisis Jalur	121
4.4.2.	Pengujian Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi	122
4.4.3.	Pengujian Koefisien Determinasi Total	126
4.4.4.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	127
4.4.5.	Koefisien Jalur Variabel Lain (Epsilon)	129
4.4.6.	Pengujian Secara Simultan	130
4.4.7.	Pengujian Secara Parsial	131
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	132
4.5.1.	Pembahasan <i>E-Business</i>	132
4.5.2.	Pembahasan <i>Entrepreneurial Growth</i>	135
4.5.3.	Pembahasan Pengaruh <i>E-Business</i> terhadap <i>Entrepreneurial Growth</i> .	137
4.6.	Implikasi Penelitian	141
4.6.1.	Temuan Penelitian Bersifat Teoritis	141
4.6.2.	Temuan Penelitian Bersifat Empiris	142
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		144
5.1.	Kesimpulan	144
5.2.	Rekomendasi	147
DAFTAR PUSTAKA		150

DAFTAR TABEL

1. 1	Survey <i>Execution</i> Pada Masyarakat Komunitas Bisnis	6
1. 2	Survey <i>Opportunity Domain</i> Pada Masyarakat Komunitas Bisnis.....	7
1. 3	Survey <i>Organizational Resources And Capabilities</i> Pada Masyarakat Komunitas Bisnis	8
1. 4	Survey <i>Leadership</i> Pada Masyarakat Komunitas Bisnis	10
1. 5	Sebaran Responden Masyarakat Komunitas Bisnis.....	11
2. 1	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Entrepreneurial Growth</i>	28
2. 2	Penelitian Terdahulu	38
3. 1	Operasionalisasi Variabel	47
3. 2	Jenis Dan Sumber Data.....	50
3. 3	Hasil Uji Validitas Variabel X (<i>E-Business</i>)	55
3. 4	Hasil Uji Validitas Variabel Y (<i>Entrepreneurial Growth</i>)	58
3. 5	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	62
3. 6	Skor Alternatif	63
3. 7	Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden.....	64
3. 8	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Pengaruh (Guilford)	75
4. 1	Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
4. 2	Sebaran Responden Berdasarkan Bidang Bisnis	80
4. 3	Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
4. 4	Sebaran Responden Berdasarkan Pengalaman Berwirausaha	82
4. 5	Sebaran Responden Berdasarkan Pengalaman Berorganisasi	82
4. 6	Sebaran Responden Berdasarkan Pengalaman Mendapatkan Bantuan Modal.....	83
4. 7	Sebaran Responden Berdasarkan Pengalaman Pelatihan Di Luar HIPMI	84
4. 8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Relationship Management</i> Pada <i>E-Business</i>	86
4. 9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Enterprise Resource Planning</i> Pada <i>E-Business</i>	89
4. 10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Supply Chain Management</i> Pada <i>E-Business</i>	92
4. 11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Selling Chain Management</i> Pada <i>E-Business</i>	95
4. 12	Tanggapan Responden Terhadap <i>E-Procurement</i> Pada <i>E-Business</i>	98
4. 13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Enterprise Application Integration</i> Pada <i>E-Business</i>	102
4. 14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang <i>E-Business</i>	106
4. 15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Execution</i> Pada <i>E-Business</i>	108
4. 16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Opportunity Domain</i> Pada <i>E-Business</i>	110

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4. 17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Organizational Resources & Capabilities</i> Pada <i>E-Business</i>	113
4. 18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Leadership</i> Pada <i>E-Business</i>	116
4. 19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang <i>Entrepreneurial Growth</i>	120
4. 20	Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	121
4. 21	Hasil Uji Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi.....	122
4. 22	Hasil Uji Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi Model II.....	124
4. 23	Hasil Uji Koefisien Jalur dan Koefisien Korelasi Model III	125
4. 24	Koefisien Determinasi Total X3, X5, dan X6 Terhadap Y.....	127
4. 25	Pengaruh <i>Supply Chain Management</i> (X3), <i>E-Procurement</i> (X5) dan <i>Enterprise Application Integration</i> (X6) Terhadap <i>Entrepreneurial Growth</i> (Y).....	127
4. 26	Uji Hipotesis Simultan.....	130
4. 27	Hasil Uji Hipotesis Simultan	130
4. 28	Uji Hipotesis Parsial	131

DAFTAR GAMBAR

1. 1	Indeks Kewirausahaan Global Negara-Negara di Dunia Tahun 2018.....	2
1. 2	Indeks Kewirausahaan Indonesia 2013-2018	3
1. 3	Profil Kewirausahaan Indonesia 2013-2017.....	3
1. 4	Indeks Total Aktivitas Kewirausahaan Awal di Indonesia Tahun 2015-2018	4
1. 5	<i>Unicorn Start Up</i> Indonesia Tahun 2019.....	12
2. 1	Model Proses Kewirausahaan Moore-Bygrave	18
2. 2	Arsitektur <i>E-Business</i>	24
2. 3	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>E-Business</i> Terhadap <i>Entrepreneurial Growth</i>	42
2. 4	Paradigma Kerangka Penelitian Pengaruh <i>E-Business</i> Terhadap <i>Entrepreneurial Growth</i>	43
3. 1	Garis Kontinum.....	65
3. 2	Struktur Hubungan Kausal Antara X dan Y	66
3. 3	Diagram Jalur Hipotesis Utama.....	67
3. 4	Diagram Jalur Sub Hipotesis	68
4. 1	Garis Kontinum Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	88
4. 2	Garis Kontinum Dimensi <i>Enterprise Resource Planning</i>	91
4. 3	Garis Kontinum Dimensi <i>Supply Chain Management</i>	95
4. 4	Garis Kontinum Dimensi <i>Selling Chain Management</i>	97
4. 5	Garis Kontinum Dimensi <i>E-Procurement</i>	100
4. 6	Garis Kontinum Dimensi <i>Enterprise Application Integration</i>	105
4. 7	Garis Kontinum Variabel <i>E-Business</i>	107
4. 8	Garis Kontinum Dimensi <i>Execution</i>	109
4. 9	Garis Kontinum Dimensi <i>Opportunity Domain</i>	112
4. 10	Garis Kontinum Dimensi <i>Organizational Resources & Capability</i>	115
4. 11	Garis Kontinum Dimensi <i>Leadership</i>	119
4. 12	Garis Kontinum Variabel <i>Entrepreneurial Growth</i>	121
4. 13	Diagram Jalur Variabel X Terhadap Y (Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur)	123
4. 14	Diagram Jalur Variabel X Terhadap Y (Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur Model II).....	125
4. 15	Diagram Jalur Variabel X Terhadap Y (Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur) Model III.....	126

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z. J., Lafuente, E., & Lloyd, A. (2018). *The Global Entrepreneurship Index*.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-03279-1>
- Afuah, A., & Tucci, C. L. (2001). *Internet Business Models and Strategies: Text and Cases*. New York: McGraw-Hill.
- Afuah, A., & Tucci, C. L. (2003). *Internet business models and strategies (2nd ed.)*. New York: McGraw-Hill.
- Ahmad, N., & Hoffmann, A. (2008). A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship. *Ssrn*, (November). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1090374>
- Albinsaid, G. (2018). Bonus Demografi Vs. Bencana Demografi. Diambil 14 Maret 2019, dari <https://rumahmillennials.com/2018/03/12/bonus-demografi-vs-bencana-demografi/#.Xcz8A1Uza00>
- Ali, M. (2013). *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*. Bandung: CV Angkasa.
- Allen, A. M. (1933). Business Experience in High School. *Journal of Education for Business*, 8(10), 9–24. <https://doi.org/10.1080/08832323.1933.10117051>
- Barringer, B., Jones, F., & Neubaum, D. (2005). A Quantitative Content Analysis of the Characteristics of Rapid-Growth Firms and Their Founders. *Journal of Business Venturing*, 20, 663–687.
- Baum, R. J., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A Multidimensional model for venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292–303.
- Box, T. M., White, M. A., & Barr, S. H. (2018). A Contingency Model of New Manufacturing Firm Performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(2), 31–45. <https://doi.org/10.1177/104225879401800202>
- Bygrave, William; (1996). *The Portable MBA: Entrepreneurship (Terjemahan)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Bygrave, William. (2000). *The Social Dynamics of Entrepreneurship*. 25–36.
- Bygrave, William, & Zacharakis, A. (2010). *Entrepreneurship Second Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Canqva, F., & Hansen, B. E. (1995). Are seasonal patterns constant over time? A test

- for seasonal stability. *Journal of Business and Economic Statistics*, 13(3), 237–252. <https://doi.org/10.1080/07350015.1995.10524598>
- Chadhiq, U. (2009). *Customer Relationship Management (CRM) : Pilihan Strategi untuk Meraih Keunggulan Bersaing*. 1–14.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301–331. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Davila, A., Foster, G., & Gupta, M. (2003). Venture capital financing and the growth of startup firms. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 689–708. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00127-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00127-1)
- Davila, A., Gupta, M., & Palmer, R. (2003). Moving Procurement Systems to the Internet: *European Management Journal*, 21(1), 11–23. [https://doi.org/10.1016/s0263-2373\(02\)00155-x](https://doi.org/10.1016/s0263-2373(02)00155-x)
- Davis, P. S., & Harveston, P. D. (2000). *Internationalization and Organizational Growth : The Impact of Internet Usage and Technology Involvement Among Entrepreneur- led Family Businesses*. 107–120.
- Delmar, F., Davidsson, P., & Gartner, W. B. (2003). Arriving at the high-growth firm. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 189–216. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00080-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00080-0)
- Donckels, R. (2013). *and Small Business Growth : Networks An Explanatory Model*. 7(4), 273–289.
- Eisenhardt, K. M., Schoonhoven, C. B., & Eisenhardt, K. M. (2012). Growth : Organizational Linking Founding Team , Strategy , Environment , and Growth among U . S . Semiconductor Schoonhoven. *Science*, 35(3), 504–529.
- Eriksson, K., Johanson, J., Majkgard, A., & Sharma, D. (1997). Experiential knowledge and cost in the internationalization process. *Journal of International Business Studies*, 28(2), 337–360.
- Falik, J., & Podell, J. (1975). The Business Club as a Real-World Experience. *Journal of Business Education*, (March 2015). <https://doi.org/10.1080/00219444.1975.10535499>
- gemconsortium.org. (2017). *GEM Global Report 2013-2017*. Diambil dari gemconsortium.org

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Gugus, F. X., Putranto, F., & Natalia, C. (2018). *E-commerce Platform of Ikat Woven for East Nusa Tenggara Underdeveloped Rural Society*. 21(4), 230–233.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Soeaidy, S. (2014). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu)*. 17(2), 88–96.
- IMF. (2019). *World Economic Outlook Reports 2019*.
- Innovation, I. (1995). *Journal of Organization*. *International Journal of Industrial Organization*, 13, 441–457.
- Jagongo, A., & Kinyua, C. (2013). *The Social Media and Entrepreneurship Growth (A New Business Communication Paradigm among SMEs in Nairobi)*. 3(10), 213–227.
- Jayaram, J., Dixit, M., & Motwani, J. (2014). Supply chain management capability of small and medium sized family businesses in India: A multiple case study approach. *International Journal of Production Economics*, 147(PART B), 472–485. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2013.08.016>
- Josep. (2018). Meraih Peluang Bisnis di Era Revolusi Industri 4.0. Diambil 20 Mei 2019, dari Kagama.co website: <http://kagama.co/meraih-peluang-bisnis-di-era-revolusi-industri-4-0>
- Jovanovic, B. (2010). Selection and the Evolution of Industry. *The Econometric Society*, 50(3), 649–670.
- Kalakota, R., & Robinson, M. (2001). *e-Business 2.0 : Roadmap for Success*. Addison-Wesley
- Kathuria, R. (1997). *Aligning IT applications with manufacturing strategy : an integrated framework*. 17(6), 611–629.
- Kelley, D., & Nakosteen, R. (2005). Technology Resources, Alliances and Sustained Growth in New, Technology- Based Firms. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 52(3), 292–300.
- Kemala, A. N. (2018). Begini Cara Manfaatkan Bonus Demografi untuk Dongkrak Ekonomi Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Begini Cara Manfaatkan Bonus Demografi untuk Dongkrak Ekonomi ",. Diambil 4 Maret 2017, dari [Kompas.com](https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/22/160800126/begini-cara-) website: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/11/22/160800126/begini-cara->

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- manfaatkan-bonus-demografi-untuk-dongkrak-ekonomi-#
- Kolvereid, L. (2018). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47–58. <https://doi.org/10.1177/104225879602100104>
- Lee, J. K., & Turban, E. (2002). The E-Business Handbook. *Purchasing*, 167–187.
- Maholtra, K. N. (2010). *Marketing Reseach: An Applied Orientation Sixth Ed Pearson Education* (Sixth edit). Pearson Education.
- Mainiero, L. A. (2013). WomenPreneurs: 21st Century Success Strategies by Dorothy Perrin Moore . *Organization Management Journal*, 10(2), 152–153. <https://doi.org/10.1080/15416518.2013.801752>
- Mappigau, P., & Maupa, H. (2006). *Entrepreneurial Intention and Small Business Growth : An Empirical Study of Small Food Processing Enterprises in South Sulawesi , Indonesia*. 237–248.
- Mufutau, G. O., & Ajetomobi, O. S. (2016a). Procurement Functons as Tools for Entrepreneurial Success. *IOSR*, 18(1), 1–8. <https://doi.org/10.9790/487X-18120108>
- Mufutau, G. O., & Ajetomobi, O. S. (2016b). Procurement Functons as Tools for Entrepreneurial Success. *Iosr*, 18(1), 1–8. <https://doi.org/10.9790/487X-18120108>
- Muslim, B. (2017). *Infrastruktur E - Business Sekolah Tinggi di Pagar Alam*. *Jurnal BETRIK*. 11(2), 53-61.
- Ojeleye, Y. C., Opusunju, M. I., Ahmed, A. I., & Aku, S. (2018). *Impact of Social Media on Entrepreneurship Development among Users in Zamfara State*. 2(2), 303–322.
- Osborne, R. L. (1994). Second Phase Entrepreneurship: Breaking Through the Growth Wall. *Business Horizons*, 37(1), 80–86.
- Ostgaard, T. A., & Birley Sue. (1996). New Venture and Personal Growth Networks. *Journal of Business Research*, 36(95), 37–50. Diambil dari https://ac.els-cdn.com/0148296395001611/1-s2.0-0148296395001611-main.pdf?_tid=d603d98e-e4db-11e7-b24c-00000aab0f01&acdnat=1513702030_823936e5be78640f76462a5bf670b9cf
- Pambudy, R., Priatna, W. B., & Burhanuddin. (2017). *Kewirausahaan dan Manajemen*
 Asep Indra Cahyadi, 2020
PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Bisnis Kecil*. Bogor: Idemedia Pustaka Utama.
- Peters, M. P., & Brush, C. G. (1996). Market information scanning activities and growth in new ventures: A comparison of service and manufacturing businesses. *Journal of Business Research*, 36(1), 81–89. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00165-4](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00165-4)
- Rahayu, W., Mulyadi, H., & Utama, R. D. H. (2013). Gambaran Sikap Kewirausahaan Dan Niat Berwirausaha Pada Mahasiswi Angkatan 2014 Di Upi Bandung. *Journal of Business Management Education | Volume 3, Number 1, February 2018*, page. 63-72, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Raymond, Bergeron, & Blili. (2005). *The Assimilation of E-business in Manufacturing SMEs: Determinants and Effects on Growth and Internationalization*.
- Rothaermel, F. T. (2017). Strategic Management. In *McGraw-Hill Education*.
- Saptadi, S., Sudirman, I., Samadhi, T. M. A. A., & Govindaraju, R. (2014). *E-Business Initiatives in Indonesian Manufacturing SMEs E-Business Initiatives in Indonesian Manufacturing SMEs*. (January 2016). <https://doi.org/10.9744/jti.16.2.139-148>
- Schlichter, J., Klyver, K., & Haug, A. (2018a). *on the Growth – Profitability Relationship in Young SMEs*. 00(00), 1–19. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12502>
- Schlichter, J., Klyver, K., & Haug, A. (2018b). *The Moderating Effect of ERP System Complexity on the Growth – Profitability Relationship in Young SMEs*. 00(00), 1–19. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12502>
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (4th ed.). <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1419.3126>
- Sine, W. D., & Kirsch, D. A. (2006). Issues with Organic in New Orgs Academy of Mgmt New. *Academy of Management Journal*, 49(1), 121–132.
- Slepian, J. L., & Jones, G. E. (2013). Gender and corporate sustainability: On values, vision, and voice. *Organisation Management Journal*, 10(4), 215–226. <https://doi.org/10.1080/15416518.2013.859056>
- Srivastava, R. K., Fahey, L., & Christensen, H. K. (2001). *The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage*. 27, 777–802.

Asep Indra Cahyadi, 2020

PENGARUH E-BUSINESS TERHADAP ENTREPRENEURIAL GROWTH (STUDI PADA PENGURUS BADAN OTONOMI HIMPUNAN PENGUSAHA MUDA INDONESIA PERGURUAN TINGGI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Storey, D. J. (1994). New firm growth and bank financing. *Small Business Economics*, 6(2), 139–150. <https://doi.org/10.1007/BF01065186>
- Sugiyono. (2017). *Metode Peneitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Vaessen, P., & Keeble, D. (1995). Growth-oriented SMEs in Unfavourable Regional Environments. *Regional Studies*, 29(6), 489–505. <https://doi.org/10.1080/00343409512331349133>
- Widhianto, C. W. (2002). *E – Business : Teknologi dan Peluang Bisnis di Indonesia Latar Belakang dan Tujuan*. *The WINNERS*, 3(1), 19–31.
- Wiklund, J., Patzelt, Æ. H., & Shepherd, Æ. D. A. (2009). *Building an integrative model of small business growth*. (December 2007), 351–374. <https://doi.org/10.1007/s11187-007-9084-8>
- Zafar, M., Shafiq, W., Kousar, S., Yousaf, H. Q., & Nasir, N. (2017). *Impact of Social Media on Entrepreneurship Growth : A Case of*. 6(1), 387–394. <https://doi.org/10.5281/zenodo.259592>