

**PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA
(Survei Pada Pengusaha Jeans Cihampelas Bandung)**

SKRIPSI

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



Oleh
Rifqi Fadhlurrahman
1607369

**FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2022**

Rifqi Fadhlurrahman, 2022

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

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

**PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA
(Survei Pada Pengusaha Jeans Cihampelas Bandung)**

Oleh :
Rifqi Fadhlurrahman
1607369

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

©Rifqi Fadhlurrahman 2022
Universitas Pendidikan Indonesia 2022
Mei 2022

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan di cetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

(Survei Pada Pengusaha Jeans di Cihampelas Bandung)

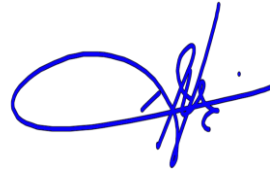
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Hari Mulyadi, M.Si.
NIP. 19590515 198601 1 001

Pembimbing II



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

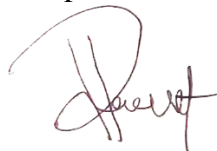
Menyetujui,

Ketua Program Studi
Pendidikan Bisnis



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

Tanggung Jawab Yuridis
Ada pada Penulis



Rifqi Fadhlurrahman
1607369

PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* terhadap Pertumbuhan Usaha (Survei pada Pengusaha Jeans Kota Bandung)” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

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

Bandung, Mei 2022

Yang membuat Pernyataan,

Rifqi Fadhlurrahman

Rifqi Fadhlurrahman, 2022

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

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

ABSTRAK

Rifqi Fadhlurrahman (1607369) “**Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Pertumbuhan Usaha (Survei Pada Pengusaha Jeans Cihampelas Kota Bandung).**” Dibawah bimbingan Prof. Dr. H. Hari Mulyadi., M.Si, dan Dr. Rd. Dian H. Utama, M.Si.

Selama beberapa tahun *e-commerce* telah menjadi perhatian utama bagi pengamat ekonomi karena memiliki peran penting dalam era digital yang berhubungan dengan pertumbuhan bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *e-commerce* dan pertumbuhan usaha pada pengusaha UMKM Jeans Cihampelas serta gambaran *e-commerce* terhadap pertumbuhan usaha. Sebuah survei dilakukan pada pengusaha UMKM Jeans Cihampelas di Kota Bandung dengan populasi sebesar 63 pengusaha jeans. Hasil penelitian menggunakan analisis jalur (*path analysis*) mengungkapkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha pada pengusaha UMKM Jean Cihampelas Kota Bandung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $31,844 > 2,56$ yang menyebabkan H_0 ditolak. Artinya *e-commerce* adalah pemicu yang cukup baik secara simultan terhadap pertumbuhan usaha. Ini menunjukkan bahwa semakin baik pengetahuan mengenai *e-commerce*, semakin baik pula pertumbuhan usaha UMKM jeans Cihampelas di Kota Bandung. Proses bisnis pada skala UMKM diharapkan untuk menggunakan pemahaman tentang *e-commerce* lebih insentif sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan usaha.

Kata kunci: *E-Commerce*, Pertumbuhan Usaha, UMKM.

Rifqi Fadhlurrahman, 2022

PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

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

ABSTRACT

Rifqi Fadhlurrahman (1607369) *“The Effect of E-Commerce On Pertumbuhan Usaha (Survey on MSME Jeans Entrepreneurs Cihampelas Bandung City).”* Under supervision of Prof. Dr. H. Hari Mulyadi., M.Si, and Dr. Rd. Dian H. Utama, M.Si.

For several years e-commerce has been a major concern for economic observers as it has an important role in the digital age related to business growth. The purpose of this research is to find out the perception of Cihampelas jeans entrepreneurs regarding e-commerce in business communicators to increase business growth. A survey was conducted on MSME Jeans Cihampelas entrepreneurs in Bandung with a population of 63 jeans entrepreneurs. The results of the study using path analysis revealed that e-commerce has a positive influence on business growth in MSME entrepreneur Jean Cihampelas Bandung. This is indicated by the fhitung value of $> f_{tabel}$ which is $31,844 > 2.56$ which causes H_0 to be rejected. This means that e-commerce is a pretty good trigger simultaneously for business growth. This shows that the better the knowledge about e-commerce, the better the growth of Cihampelas jeans MSME business in Bandung. Business communicators on the scale of MSMEs are expected to use an understanding of e-commerce over incentives so as to increase business growth.

Keywords: *E-Commerce, Business Growth, MSMEs.*

Rifqi Fadhlurrahman, 2022

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Dia telah memberi rahmat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini tepat waktu atas ridho dan kehendak-Nya.

Skripsi ini dibuat untuk memperoleh gambaran dari *e-commerce* pada pengusaha UMKM jeans Cihampelas, gambaran pertumbuhan usaha pada pengusaha UMKM jeans Cihampelas serta gambaran *e-commerce* terhadap pertumbuhan usaha pada UMKM jeans Cihampelas.

Skripsi ini penulis kerjakan dengan mengacu kepada sumber atau referensi yang mendukung serta semoga dapat memberi manfaat dan memberikan kontribusi bagi bidang keilmuan kewirausahaan. Namun demikian, jika terjadi sebuah kesalahan atau ketidakpahaman, penulis dengan rendah hati mengharapkan ada masukan yang dapat menjadi perubahan yang berarti bagi perkembangan dunia ilmiah.

Bandung, Mei 2022

Rifqi Fadhlurrahman

Rifqi Fadhlurrahman, 2022

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA

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

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas rahmat Allah SWT. yang telah memberikan nikmat sehat, rizki dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, karena skripsi ini tidak akan terwujud tanpa pertolongan dan jalan-Nya. Pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak yang telah memberikan kesempatan, bimbingan dan pembelajaran selama penyelesaian studi di Universitas Pendidikan Indonesia, termasuk saat penulis menyelesaikan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. Eeng Ahman Rahayu, MS. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Vanessa Gaffar, SE. AK., M.B.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Puspo Dewi Dirgantari, S.Pd., M.T., MM. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Bapak Drs. Bambang Widjajanta, M.M. selaku Ketua Tim Pengembangan Penulisan Skripsi Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Bapak Masharyono, A.P., S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam hal akademik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan waktu yang tepat. Semoga Allah SWT. memberikan pahala yang berlipat ganda dan senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan-Nya. *Aamiin Ya Rabbal'aalamiin.*
7. Bapak Prof. Dr. H. Hari Mulyadi., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memotivasi penulis dengan penuh kesabaran dalam menyusun skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat. Semoga Allah SWT membalasnya dengan

pahala yang berlipat ganda, senantiasa diberikan limpahan rahmat, karunia, dan keberkahan-Nya. *Aamiin Ya Rabbal'aalamiin.*

8. Bapak Dr. H. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memotivasi penulis dengan penuh kesabaran dalam menyusun skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat. Semoga Allah SWT membalasnya dengan pahala yang lebih baik, senantias diberikan limpahan rahmat, karunia, dan keberkahan-Nya. *Aamiin Ya Rabbal'aalamiin.*
9. Ibu Prof. Dr. B. Lena Nuryanti, M.Pd., Bapak Drs. H. Eded Tarmedi, M.A., Ibu Sulastri, S.Pd., M.Stat., M.M selaku para dosen penguji yang telah menyempatkan waktunya serta memberikan masukan tambahan atas karya skripsi saya. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan lahir & batin. *Aamiin Ya Rabbal'aalamiin.*
10. Bapak/Ibu Dosen, karyawan beserta staff Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia yang telah mendidik, mengajar, membimbing, mengarahkan serta membantu penulis dalam hal akademik dan hal-hal lainnya selama masa perkuliahan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikannya dengan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin Ya Rabbal'aalamiin.*
11. Sahabat-sahabat terbaik Rinaldy Agustian, Ichsan Raksa Gumilang, Izra Abdillah, Azlan Shah, Lesty Aprilianti, Riki Ramadhan, Yusuf Cahyana Putra, Rizki Wahyudi, Fajar Nugraha Utama, Ivan Fadhilla, Tegar Pribadi Islami, Anang Fauzi, Hagi Aji, Tomi Wahyu, Muhammad Hasan, Muhammad Husen, Tubagus Farhan, Kharies Rayi Tri Andhika, yang selalu mendukung, memberi motivasi dan memberikan kasih sayangnya kepada penulis selama perkuliahan serta mendoakan dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas kebersamaan, semangat, suka, duka dan kebaikan yang kalian berikan selama ini tidak akan terlupakan oleh penulis. Semoga silaturahmi selalu terjaga serta selalu diberi kesehatan dan sukses di masa yang akan datang.
12. Siswa-siswi kelas XI BDP 3 dan XI BDP 4 di masa PPL yang selalu memberi motivasi, semangat, dan memberi masukan, serta senantiasa selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi, semoga

kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT. Semoga silaturahmiya selalu terjaga serta selalu diberi kesehatan dan sukses di masa yang akan datang.

13. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis angkatan 2016 (*Force Majeure*), terimakasih atas kebersamaannya selama kuliah, kerjasama, motivasi, dukungan serta do'a dari semuanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi. Semoga semakin kompak dan silaturahmiya tetap terjaga tidak hanya di dunia tetapi sampai ke surga-Nya kelak.
14. Kelompok KKN Pendidikan Karakter desa Parung Banteng, Purwakarta dan Kelompok PPL SMK PGRI 2 Kota Cimahi Tahun 2022 yang telah senantiasa mendo'akan dan memberi semangat dalam menyelesaikan amanah akademik. Semoga silaturahmiya selalu terjaga serta selalu diberi kesehatan dan sukses di masa yang akan datang.
15. Responden yang telah bersedia mengisi kuesioner penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikannya.
16. Bapak kurnia rahmandani dan Ibu rita handayani selaku orang tua saya, terimakasih telah mengasihi dan menyayangi, selalu mendukung, memotivasi dan tiada henti mendo'akan penulis dalam menyelesaikan studi S1 hingga penulis bisa lulus tepat waktu. Semoga Allah SWT senantiasa merahmati dan memberkahi kita, serta mengumpulkan kembali di Jannah-Nya kelak. *Aamiin Ya Rabbal'alamiin.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN ISI SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 <u>Latar Belakang Penelitian</u>	1
1.2 <u>Identifikasi Masalah</u>	9
1.3 <u>Rumusan Masalah Penelitian</u>	10
1.4 <u>Tujuan Penelitian</u>	10
1.5 <u>Manfaat Penelitian</u>	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14
2.1 <u>Kajian Pustaka</u>	14
2.1.1 <u>Entrepreneurship (Kewirausahaan)</u>	14
2.1.1.1 <u>Konsep Entrepreneurship (Kewirausahaan)</u>	14
2.1.1.2 <u>Definisi Entrepreneurship</u>	15
2.1.1.3 <u>Cakupan Bidang Kajian Entrepreneurship (Kewirausahaan)</u>	17
2.1.2 <u>Entrepreneurial Communicators</u>	18
2.1.2.1 <u>Konsep Entrepreneurial Communicators</u>	18
2.1.2.2 <u>Definisi Entrepreneurial Communicators</u>	19
2.1.2.3 <u>Dimensi Entrepreneurial Process</u>	20
2.1.3 <u>Digital Entrepreneurship</u>	22
2.1.3.1 <u>Konsep Digital Entrepreneurship</u>	22
2.1.3.2 <u>Digital Plan</u>	22
2.1.3.3 <u>Digital Technology</u>	23
2.1.4 <u>E-Commerce</u>	23
2.1.4.1 <u>Konsep E-Commerce</u>	23
2.1.4.2 <u>Definisi E-Commerce</u>	24

2.1.4.3	<u>Dimensi / Unsur / Indikator E-Commerce</u>	26
2.1.4.4	<u>Indikator E-Commerce</u>	27
2.1.4.5	<u>Model E-Commerce</u>	28
2.1.5	<u>Pertumbuhan Usaha</u>	28
2.1.5.1	<u>Konsep Pertumbuhan Usaha</u>	28
2.1.5.2	<u>Definisi Pertumbuhan Usaha</u>	29
2.1.5.3	<u>Dimensi Pertumbuhan Usaha</u>	32
2.1.5.4	<u>Indikator Pertumbuhan Usaha</u>	33
2.1.5.5	<u>Model Pertumbuhan Usaha</u>	34
2.1.6	<u>Penelitian Terdahulu</u>	34
2.2	<u>Kerangka Pemikiran</u>	36
2.3	<u>Hipotesis</u>	40
<u>BAB III METODE PENELITIAN</u>		41
3.1	<u>Objek Penelitian</u>	41
3.2	<u>Metode Penelitian</u>	41
3.2.1	<u>Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan</u>	41
3.2.2	<u>Operasional Variabel</u>	42
3.2.3	<u>Jenis dan Sumber Data</u>	46
3.2.4	<u>Populasi, Sampel dan Teknik Sampling</u>	47
3.2.4.1	<u>Populasi</u>	47
3.2.4.2	<u>Sampel</u>	48
3.2.5	<u>Teknik Pengumpulan Data</u>	49
3.2.6	<u>Pengujian Validitas dan Realibilitas</u>	50
3.2.6.1	<u>Pengujian Validitas</u>	50
3.2.6.2	<u>Hasil Pengujian Validitas</u>	51
3.2.6.3	<u>Pengujian Reliabilitas</u>	54
3.2.6.4	<u>Hasil Pengujian Reliabilitas</u>	55
3.2.7	<u>Teknik Analisis Data</u>	56
3.2.7.1	<u>Analisis Deskriptif</u>	58
3.2.7.2	<u>Analisis Eksplanatif Menggunakan Analisis Jalur (Path Analysis)</u>	60
3.3.7.3	<u>Pengujian Hipotesis Penelitian</u>	66
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>		68
4.1	<u>Profil Perusahaan dan Responden</u>	68
4.1.1	<u>Sejarah UMKM Cihampelas</u>	68
4.1.2	<u>Lokasi UMKM Cihampelas Kota Bandung</u>	69
4.1.3	<u>Karakteristik Responden</u>	69

4.1.3.1	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	69
4.1.3.2	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pemilik Usaha</u>	70
4.1.3.3	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</u>	71
4.1.3.4	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha</u>	73
4.1.3.5	<u>Karakteristik Responden Terhadap Pengalaman Pelatihan Wirausaha</u>	73
4.1.3.6	<u>Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan</u>	75
4.1.3.7	<u>Karakteristik Responden Terhadap Pengalaman Memiliki E-Commerce</u>	76
4.2	<u>Tanggapan Responden Mengenai E-Commerce pada Pengusaha UMKM Jeans Cihampelas Bandung</u>	77
4.2.1	<u>Tanggapan Responden Terhadap Developers</u>	77
4.2.2	<u>Tanggapan Responden Terhadap Web presence</u>	80
4.2.3	<u>Tanggapan Responden Terhadap Communicators</u>	83
4.3	<u>Tanggapan Responden Mengenai Pertumbuhan Usaha pada Pengusaha UMKM Jeans Cihampelas Bandung</u>	86
4.3.1	<u>Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Continuing excellent service to customers</i></u>	86
4.3.2	<u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Internal operations effectively and efficiently</i></u>	89
4.3.3	<u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Has a track record of Sustained Profitability</i></u>	92
4.3.4	<u>Tanggapan Responden Terhadap <i>Finance Externally</i></u>	94
4.4	<u>Pengujian Hipotesis</u>	96
4.4.1	<u>Pengujian Asumsi Analisis Jalur</u>	96
4.4.1	<u>Pengujian Koefisien Korelasi dan Koefisien Jalur</u>	96
4.4.3	<u>Koefisien Determinasi Total (R^2)</u>	98
4.4.4	<u>Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung</u>	98
4.4.5	<u>Koefisien Jalur Epsilon (Variabel Lain)</u>	100
4.4.6	<u>Pengujian Hipotesis secara Simultan</u>	101
4.4.7	<u>Pengujian secara Parsial (4.4.7 Pengujian Secara Parsial)</u>	102
4.4.7.1	<u>Pengujian Developers (X_1) terhadap Pertumbuhan Usaha (Y)</u>	102
5.4.7.1	<u>Pengujian Web presence (X_2) terhadap Pertumbuhan Usaha (Y)</u>	103
6.4.7.1	<u>Pengujian Communicators (X_3) terhadap Pertumbuhan Usaha (Y)</u> ...	103
7.4.7.1	<u>Pengujian Hipotesis</u>	104
4.5	<u>Pembahasan Hasil Penelitian</u>	105
4.5.1	<u>E-Commerce</u>	105
4.5.2	<u>Pertumbuhan Usaha</u>	108

4.5.3	<u>Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap <i>Pertumbuhan Usaha</i></u>	111
4.6	<u>Implikasi Hasil Penelitian</u>	112
4.6.1	<u>Temuan Penelitian Bersifat Teoritis</u>	112
4.6.1.1	<u>Gambaran <i>E-Commerce</i></u>	112
4.6.1.2	<u>Gambaran <i>Pertumbuhan Usaha</i></u>	113
4.6.1.3	<u>Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap <i>Pertumbuhan Usaha</i></u>	113
4.6.2	<u>Temuan Penelitian Bersifat Empiris</u>	114
4.6.3	<u>Implikasi Hasil Penelitian <i>E-Commerce</i> terhadap <i>Pertumbuhan Usaha</i> pada Program Studi Pendidikan Bisnis</u>	114
<u>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</u>		116
5.1	<u>Kesimpulan</u>	116
5.2	<u>Rekomendasi</u>	118
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		120
<u>LAMPIRAN</u>		143

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 jumlah umkm kota bandung.....	4
Tabel 1. 2 data produksi jeans cihampelas.....	4
Tabel 1. 3 perkembangan sentra jeans cihampelas umkm kota bandung.....	6
Tabel 1. 4 data umkm jeans cihampelas yang memiliki e-commerce.....	6
Tabel 1. 5 data transaksi e-commerce.....	8
Tabel 2. 1 definisi entrepreneurship.....	15
Tabel 2. 2 definisi entrepreneurial process.....	19
Tabel 2. 3 definisi e-commerce.....	24
Tabel 2. 4 definisi pertumbuhan usaha.....	29
Tabel 2. 5 penelitian terdahulu mengenai e-commerce dan pertumbuhan usaha..	34
Tabel 3. 1 operasional variabel.....	43
Tabel 3. 2 jenis dan sumber data.....	47
Tabel 3. 3 teknik pengumpulan data.....	49
Tabel 3. 4 hasil uji validitas variabel x (e-commerce).....	52
Tabel 3. 5 hasil uji validitas variabel y.....	53
Tabel 3. 6 hasil pengujian reliabilitas.....	56
Tabel 3. 7 skor alternatif.....	57
Tabel 3. 8 tabulasi data penelitian.....	57
Tabel 3. 9 kriteria penafsiran hasil perhitungan data deskriptif.....	59
Tabel 3. 10 pedoman untuk memberikan interpretasi pengaruh (guilford).....	66
Tabel 4. 1 sebaran jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.....	69
Tabel 4.2 sebaran jumlah responden berdasarkan usia pemilik usaha jeans cihampelas.....	71
Tabel 4. 3 sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	72
Tabel 4. 4 karakteristik responden berdasarkan lama usaha.....	73
Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pengalaman mengikuti pelatihan wirausaha.....	74
Tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan berapa kali mengikuti pelatihan wirausaha.....	74
Tabel 4.7 karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan.....	75
Tabel 4.8 karakteristik responden berdasarkan pengalaman memiliki e-commerce.....	76
Tabel 4. 9 tanggapan responden terhadap developers.....	77
Tabel 4. 10 tanggapan responden terhadap web presence.....	80
Tabel 4. 11 tanggapan responden terhadap communicators.....	83
Tabel 4.12 tanggapan responden terhadap continuing excellent service to customers.....	86
Tabel 4. 13 tanggapan responden terhadap internal operations effectively and effeciently.....	89
Tabel 4. 14 tanggapan responden terhadap sustained profitability.....	92
Tabel 4. 15 tanggapan responden terhadap finance externally.....	94
Tabel 4. 16 uji kolmogrov smirnov.....	96
Tabel 4. 17 matriks korelasi antara e-commerce (x) terhadap pertumbuhan usaha (y).....	96

<u>Tabel 4. 18</u> koefisien determinasi total x1, x2, dan x3 terhadap y.....	98
<u>Tabel 4. 19</u> hasil uji pengaruh langsung dan tidak langsung e-commerce (x) terhadap pertumbuhan usaha (y).....	99
<u>Tabel 4. 20</u> uji hipotesis simultan.....	101
<u>Tabel 4. 21</u> uji hipotesis parsial.....	102
<u>Tabel 4. 22</u> pengujian parsial developers (x1) terhadap pertumbuhan usaha (y).....	103
<u>Tabel 4. 23</u> pengujian parsial web presence (x2) terhadap pertumbuhan usaha (y).....	103
<u>Tabel 4. 24</u> pengujian parsial communicators (x3) terhadap pertumbuhan usaha (y).....	104
<u>Tabel 4. 25</u> rekapitulasi tanggapan responden tentang e-commerce.....	105
<u>Tabel 4. 26</u> rekapitulasi tanggapan responden tentang pertumbuhan usaha	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 pertumbuhan ekonomi indonesia.....	2
Gambar 1. 2 unit & tenaga kerja umkm jeans cihampelas.....	5
Gambar 2. 1 model diamond porter.....	28
Gambar 2. 2 model pertumbuhan usaha.....	34
Gambar 2.3 kerangka pemikiran pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan usaha.....	39
Gambar 2.4 paradigma penelitian pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan usaha.....	40
Gambar 3. 1 garis kontinum.....	60
Gambar 3. 2 struktur hubungan kausal antara x dan y.....	61
Gambar 3. 3 diagram jalur hipotesis utama.....	61
Gambar 3. 4 diagram jalur sub hipotesis.....	62
Gambar 4.1 garis kontinum penilaian variabel developers.....	80
Gambar 4.2 garis kontinum penilaian variabel web presence.....	83
Gambar 4.3 garis kontinum penilaian variabel communicators.....	85
Gambar 4.4 garis kontinum penilaian variabel excellent service.....	89
Gambar 4.5 garis kontinum penilaian variabel internal operations.....	91
Gambar 4. 6 garis kontinum penilaian variabel sustained profitability.....	93
Gambar 4.7 garis kontinum penilaian variabel finance externally.....	95
Gambar 4.8 diagram koefisien korelasi antar sub variabel.....	97
Gambar 4.9 garis kontinum penilaian variabel e-commerce.....	106
Gambar 4.10 garis kontinum penilaian variabel pertumbuhan usaha.....	109

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2012). Meneropong Konsep Pertumbuhan Ekonomi. *Meneropong Konsep Pertumbuhan Ekonomi (Telaah Atas Kontribusi Sistem Ekonomi Islam Atas Sistem Ekonomi Konvensional)*, 7(2), 356–367. <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/alihkam/article/view/334>
- Afrinamati, H. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Agung Istri Diah Paramita, A., & Bagus Putu Purbadharmaja, I. (2015). Pengaruh Investasi Dan Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Kemiskinan Di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*, 4(10), 1194–1218.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471. <https://doi.org/doi-org.ez.statsbiblioteket.dk:12048/10.1348/014466601164939>
- Asimakopoulou, G., Hern, V., & Miguel, J. P. (2019). *Entrepreneurial Intention of Engineering Students : The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy*. 1–17.
- Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 6(1), 57–66.
- Aulia, R., Ibrahim, A., & Tarigan, I. R. R. (2020). Operasionalisasi Lembaga Keuangan Baru Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro. *JIHBIZ : Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 57. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8579>
- Bappenas. (2020). Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia. *Kedeputan Bidang Ekonomi Kementerian PPN/BAPPENAS*, 3(4), 1689–1699.
- Baron, R. A., & Shane, S. (2007). *Entrepreneurship: A Process Perspective* (2nd ed.). Cengage Learning.
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2016). *Entrepreneurship*.
- Baršauskas, P., Šarapovas, T., & Cvilikas, A. (2008). The evaluation of e-commerce impact on business efficiency. *Baltic Journal of Management*, 3(1), 71–91. <https://doi.org/10.1108/17465260810844275>
- Basrowi. (2014). *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*. 45.
- Bayu Winarno, R. N. A. (2018). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI DAYA SAING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA YOGYAKARTA*. 5(September), 188–194.
- Bhatti, A., Akram, H., Basit, H. M., Khan, A. U., Naqvi, S. M. R., & Bilal, M. (2020). Ecommerce Trends During Covid-19. *International Journal of Future Generation Communication and Networking*, June, 1–25. <https://www.researchgate.net/publication/342736799%0Ahttps://www.contactpigeon.com/cp/resources/ebooks/ecommerce-trends-covid19.pdf>
- Blank, A. M. (2003). *Welcome to The Entrepreneurial Process Mapping the Territory*. http://faculty.babson.edu/academic/eship/mappingtheterritory_babson/babson_entrepreneurship.pdf

- Bygrave, W. (2000). *Entrepreneurship*. 25–36.
- Bygrave, W. (2010). *Entrepreneurship*.
- Chavez, J. (2016). The Personality Characteristics of an Entrepreneur and Their Effects on the Performance of a New Business Venture. *Helsinki Metropolis University of Applied Sciences, May*(May), 40.
- Choi. (2016). Lumbar spinal stenosis treated with polyetheretherketone pedicle screw fixation combined with interbody fusion: A follow-up assessment focusing on bone fusion rate. *Chinese Journal of Tissue Engineering Research*, 20(12), 1684–1689. <https://doi.org/10.3969/j.issn.2095-4344.2016.12.002>
- Christianto, K. (2016). Hubungan Dimensi Service Quality Dengan Kualitas Layanan E-Commerce Dari Sudut Pandang Konsumen Online. *Teknologi Informasi*, 12(2), 15–21.
- Corbett, A., Covin, J. G., O'Connor, G. C., & Tucci, C. L. (2013). Corporate entrepreneurship: State-of-the-Art research and a future research agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 30(5), 812–820. <https://doi.org/10.1111/jpim.12031>
- Darojat, O., & Sumiyati, S. (2015). Konsep-konsep Dasar Kewirausahaan/ Entrepreneurship. *Pendidikan Kewirausahaan*, 1–53.
- Daulay, R. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan usaha mikro di kota Medan. *Ekonomi*, 110–121.
- Dewi Irmawati. (2011). Pemanfaatan E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*.
- Fatimah, T. (2011). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Dalam Menghadapi Globalisasi. *Jurnal Ilmiah Econosains*, 9(1), 49–61. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/econosains/article/view/551>
- Frese, M. (2019). *Entrepreneurship as an area of psychological study : An introduction Entrepreneurship as an Area of Psychology Study : An Introduction*. May.
- Garicano, L., & Kaplan, S. N. (2000). *The effect of B2B e-commerce on transaction costs*. 3, 52.
- Gawel, A., & Toikko, T. (2014). Entrepreneurial processes in new company creation: An examination of private companies in the social service sector. *Journal of Enterprising Communities*, 8(3), 198–216. <https://doi.org/10.1108/JEC-09-2012-0050>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Handrimurtjahjo, A. D. (2014). *Peran Strategic Entrepreneurship*. 5(9), 437–446.
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hendratni, T. W., & Ermalina, E. (2018). Womenpreneur, Peranan Dan Kendalanya Dalam Kegiatan Dunia Usaha. *Liquidity*, 2(2), 170–178.

<https://doi.org/10.32546/lq.v2i2.119>

- Henley, A., Contreras, F., Espinosa, J. C., & Barbosa, D. (2017). Entrepreneurial intentions of Colombian business students. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, IJEBR-01-2017-0031. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0031>
- Ilham Thaief. (2010). *Karakteristik Pemimpin Terhadap Perilaku Kepemimpinan, Kinerja Bawahan, dan Pertumbuhan Usaha Industri Kecil*. 9(September), 253–267.
- Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Orasi Bisnis*, VI(November), 95–112.
- Jati Ariwibowo, D. P., & Nugroho, M. A. (2013). Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E-Commerce. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 11–35. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1646>
- Jauhari, J. (2016). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dengan Memanfaatkan E-Commerce*.
- Jurevicius, O. (2013). Strategic Management Process? - Strategic Management Insight. *Strategic Management Insight*, 5, 17–25.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(1), 54. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i1.7358>
- Kalakota, & Whinston. (2002). Adoption of E-Commerce by SMEs in the UK: Towards a Stage Model. *International Small Business Journal*, 20(3), 253–270. <https://doi.org/10.1177/0266242602203002>
- Kasmir, & Jakfar. (2007). *E-Commerce Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil dan Menengah*. 1, 11.
- Krasniqi, E., & Kume, A. (2013). Entrepreneurship and Strategic Management in Emerging Economies: Kosovo's Perspective. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 15(1), 267–279.
- Langley, A., Tsoukas, H., Chiles, T. H., Elias, S. R. S. T. A., & Li, Q. (2016). Entrepreneurship as Process. *The SAGE Handbook of Process Organization Studies*, July, 432–449. <https://doi.org/10.4135/9781473957954.n27>
- Lee, M., & Ie, M. (2019). Pengaruh Self Directed Learning Dan Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja Ukm Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, I(2), 290–296.
- Lena Nuryanti, B., Tarmedy, E., Dian H. Utama, R., & Razati, G. (2016). *Growing Up Entrepreneurial Mindset with Discovery Learning Model Development*. 15, 700–705. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.132>
- Maryaningsih, N., Hermansyah, O., & Savitri, M. (2014). Pengaruh Infrastruktur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan*, 17(1), 62–98. <https://doi.org/10.21098/bemp.v17i1.44>
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.

- Mcdaniel, C., & Gates, R. (2013). Marketing Research. *Proactive Role of Marketing Research*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-096791-2.10002-7>
- Mokodompis, R., Rumat, V., & Maramis, M. (2014). Pengaruh Tingkat Investasi dan Tenaga Kerja terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Pada Kota Manado Tahun 2003-2012). *Jurnal Berkala Efisiensi*, 15(01), 73–83.
- Muhami, A. N. (2019). Effects Of E-Commerce On Business Growth Of Auto Industry InKenya : A Case Of Cheki Kenya. *Αγαη*, 8(5), 55.
- Muhyi, H. (2012). Pengaruh Keterampilan Berwirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Berkelanjutan Pada Industri Kecil Di Kota Sukabumi. *Indonesian Journal of Dialectics*, 2(3), 242588.
- Mulyadi, H. (2016). USAHA (Studi Kasus pada Distro Anggota Kreative Independent Clothing Kommunity di Kota Bandung). 1(1), 213–223.
- Mulyadi, H. (2018). KETERAMPILAN WIRAUSAHA UNTUK KEBERHASILAN USAHA. *Pakistan Research Journal of Management Sciences*, 7(5), 1–2. <http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMNLe80Sep7Q4y9f3OLCmr1Gep7JSsKy4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGptk%2B3rLJNuePfgex43zx1%2B6B&T=P&P=AN&S=R&D=buh&K=134748798%0Ahttp://amg.um.dk/~media/amg/Documents/Policies and Strategies/S>
- Mulyadi, H., Novalita, D. P., & Damar, N. (2019). *A Study on E-Commerce: How Does It Have an Influence on Purchase Decision?* 259(Isot 2018), 62–66. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.13>
- Mulyadi, H., & Utama, D. H. (2018a). Gambaran Cooperative Learning Tipe Think Pair Share Untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(1), 87–96. <https://doi.org/10.17509/jbme.v3i1.14251>
- Mulyadi, H., & Utama, D. H. (2018b). Gambaran Sikap Kewirausahaan Dan Niat Berwirausaha Pada Mahasiswi Angkatan 2014 Di Upi Bandung. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(1), 63–72. <https://doi.org/10.17509/jbme.v3i1.14248>
- NSS, R. L. P., Suryawardana, E., & Triyani, D. (2015). Analisis Dampak Pembangunan Infrastruktur Jalan Terhadap Pertumbuhan Usaha Ekonomi Rakyat Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 17(1), 82. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v17i1.505>
- Nurul Hidayati. (2016). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Kabupaten Bogor Periode 2012-2015*. June, 136.
- Nuryanti, B. L., & Hanifah, A. P. (2022). *How Entrepreneurial Competencies Can Effect Business Performance*. 5(1), 43–52.
- Nuryanti, B. L., Utama, D. H., & Subiawijaya, R. W. (2020). *Gambaran Entrepreneurial Skill dan Business Success pada Pengusaha*. 5(3), 1–6.
- Nuryanti, B. L., & Utama, R. D. H. (2019). Pengaruh Electronic Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha Di Kawasan Tekstil Cigondewah Kota Bandung. *Strategic :*

- Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 18(2), 81.
<https://doi.org/10.17509/strategic.v18i2.17596>
- Oblivia, V., & Indriyani, R. (2013). Analisa Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Kerajinan Gerabah Di Lombok Barat. *Jurnal Agora, Vol. 1, No*(Inovasi Produk).
- Padapi, A., Mursalat, A., Haryono, I., & Fitriyah, N. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Fluktuasi Harga Dan Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Rawit. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 129–140. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.129-140>
- Paramita, S. (2016). Entrepreneurship Dan New Media Pada Generasi Muda. *Kaji Tindak Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, June*. <http://lpkmv-untar.org/jurnal/index.php/kajitindak/article/view/35>
- Prabowo, D. (2015). Website E-Commerce Menggunakan Model View Controller (MVC) Dengan Framework Codeigniter Studi Kasus : Toko Miniatur. *Data Manajemen Dan Teknologi Informasi (DASI)*, 16(1), 23.
- Pradana, M. (2015). Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada Ukm. *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27(1), 174.
- Puspitaningtyas, Z. (2017). Pengaruh Efikasi Diri Dan Pengetahuan Manajemen Keuangan Bisnis Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 7(2), 141–150.
- Rababah, O., & Masoud, F. (2010). Key Factors for Developing a Successful E-commerce Website. *Communications of the IBIMA, 2010*, 1–9. <https://doi.org/10.5171/2010.763461>
- Rachman, T. (2018). Perancangan Business Plan dan Fitur Web Berduka.Com Menggunakan Entrepreneurial Process. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Raselawati, A. (2011). *Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor Ukm Di Indonesia*.
- Rizky, W. W. N. (2020). *Peran Dinas Pelayana Terpadu Dalam Rangka Mendukung Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Tegal*. <http://repository.upstegal.ac.id/2452/>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen Edisi Kesepuluh*. Erlangga.
- Robert Hisrich, Michael Peters, D. S. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Romadhon, A. (2016). Kemandirian Finansial Lembaga Pendidikan melalui Entrepreneurship dan Partnership (Studi Kasus Al Ashriyyah Nurul Iman Islamic Boarding School Parung Bogor). *Seminar Nasional Dan Gelar Produk*, 270–275.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Sabila, S. O., & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Usaha Pada UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 145–152.

- Sataloff, R. T., Johns, M. M., & Kost, K. M. (2019). *Pengaruh Zakat Produktif BAZNAS Kota Medan Terhadap Pertumbuhan Usaha dan Kesejahteraan Mustahik di Kecamatan Medan Timur*. IV, 370.
- Scarborough, N. (2016). *Essentials Of Entrepreneurship and Small Business Management* (Eighth Edi). Pearson Education Limited.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory Of Economic Development*.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (4th ed.). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1419.3126>
- Sekaran, U. (2007). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. *Edisi 4. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat. <https://doi.org/10.1186/1471-244X-11-53>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2015). Research methods for business and management. In *The Global Management Series*. <https://doi.org/10.1016/j.neuroscience.2004.12.022>
- Shanmugam, R. (1989). Asymptotic homogeneity tests for mean exponential family distributions. *Journal of Statistical Planning and Inference*, 23(2), 227–241. [https://doi.org/10.1016/0378-3758\(89\)90091-8](https://doi.org/10.1016/0378-3758(89)90091-8)
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2020). Pengaruh Store Atmosphere, Inovasi Produk Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Warunk Upnormal Di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Jurnal Bissmart*, 1(1), 1–23. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1753/1763>
- Simmons, S. A. (2016). *The Regulatory Fit of Serial Entrepreneurship Intentions*. April. <https://doi.org/10.1111/apps.12070>
- Simpeh, K. N. (2014). *Entrepreneurship theories and Empirical research : A Summary Review of the Entrepreneurship theories and Empirical research : A Summary Review of the Literature*. January 2011.
- Sri, R., Rejeki, A., Utomo, A. P., & Susanti, S. (2011). Perancangan dan Pengaplikasian Sistem Penjualan pada “ Distro Smith ” Berbasis E - Commerce. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 16(1), 150–159.
- Streeter, D. H., Reynolds, P. D., & White, S. B. (2000). The Entrepreneurial Process: Economic Growth, Men, Women, and Minorities. *Administrative Science Quarterly*, 45(1), 167. <https://doi.org/10.2307/2666986>
- Subrahmanyam, S. (2019). Social Networking for Entrepreneurship. *International Journal of Commerce and Management*, 5(1), 117–122.
- Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1), 76–86. <https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Sugiyono. (2013a). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFA.

- Sugiyono. (2013b). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. <https://doi.org/10.1016/j.tiv.2011.06.008>
- Terzi, N. (2011). The impact of e-commerce on international trade and employment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 24, 745–753. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.010>
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153.
- Tokuda, K., Komatani, K., & Ogata, T. (2019). *Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali*. 2(1), 2–3.
- Uswatun, H. (2019). Upaya Menumbuhkan Jiwa Entrepreneurship Melalui Kegiatan Market Day Bagi Anak Usia Dini. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–19.
- Utama, D. H., & Novianty, R. (2021). The Impact of Online Customer Reviews on Purchase Intention in Online Marketplace. *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 471–477. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.094>
- Utama, R. D. H., & Mulyadi, H. (2017). Efektivitas Model Problem Based Learning Dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Peserta Didik Pada Kelas Bisnis Dan Kewirausahaan. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 1(2), 70–74. <https://doi.org/10.17509/jbme.v1i2.5966>
- Valentino, F., & Wairocana, I. G. N. (2018). Potensi Perpajakan Terhadap Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Journal Ilmu Hukum*, 1–15.
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan UKM Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu -Ilmu Pertanian*, 5(1), 1–14. <https://www.publikasiilmiah.unwahas.ac.id/index.php/Mediagro/article/download/890/1002>
- Wibisono, S. A., & Triyonowati. (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Perusahaan Otomotif di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12), 1–24.
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Di Jeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Researchgate.Net*, December, 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/311650384>
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada Umkm Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>
- Wong, X., Yen, D. C., & Fang, X. (1108). E-commerce development in China and its implication for business E-Commerce Development in China and its Implication for Business. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Industrial Management*

- & Data Systems Iss Managerial Finance*, 2004(7), 68–83.
<https://doi.org/10.1108/13555850410765230>
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus : AMIK Jayanusa Padang). *Jurnal Benefita*, 2(2), 102–109. <https://doi.org/10.22216/jbe.v2i2.478>
- Yen, B. P. C., & Ng, E. O. S. (2003). The Impact of Electronic Commerce on Procurement. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 13(3–4), 167–189. https://doi.org/10.1207/s15327744joce133&4_02
- Zachary, R. K., & Mishra, C. S. (2014). *The Theory of Entrepreneurship*. palgrave macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137371461>
- Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- Zhou, Y., & Zhang, Q. (2013). An efficient FMO-based error-resilient scheme for video surveillance coding. *Multimedia Tools and Applications*, 66(3), 339–359. <https://doi.org/10.1007/s11042-012-1049-5>
- Zsolnai, L., & Wilson, D. (2016). Art-based business. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1534–1538. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.03.056>