

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 E-Commerce

2.1.1.1 Pengertian E-Commerce

Pengertian E-Commerce menurut Kotler dalam Dewa A.A Pramiswari dan Ida Bagus (2017:262) adalah sebagai berikut:

“E-commerce merupakan penggunaan website untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan”

Pengertian lain tentang E-Commerce menurut Turban *et al* dalam Paulus L.T Irawan (2020:34) yaitu:

“Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet“

Pengertian E-Commerce menurut para ahli diatas disimpulkan bahwa yang dimaksud dari E-Commerce merupakan suatu aplikasi yang digunakan untuk dijadikan sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli di zaman modern seperti sekarang, baik barang maupun jasa dapat dijadikan bisnis di dalam e-commerce.

2.1.1.2 Penggolongan E-Commerce

Penggolongan e-commerce yang biasa dilakukan oleh masyarakat adalah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto dalam Rose Rahmidani (2015:346), berikut adalah penggolongannya :

1. Business to Business (B2B) yaitu penjual dengan penjual.
2. Business to Consumer (B2C) yaitu penjual dengan pembeli.
3. Consumer to Consumer (C2C) yaitu pembeli dengan pembeli.
4. Consumer to Business (C2B) yaitu pembeli dengan penjual.

2.1.1.3 Faktor-Faktor Pendorong serta Penghambat

Menurut Desruelle dan Burgelman dalam Rose Rahmidani (2015:348) faktor-faktor yang menjadi pendorong implementasi e-commerce, yaitu sebagai berikut :

- Globalisasi dan liberalisasi perdagangan
- Kompetisi yang semakin tajam
- Perkembangan teknologi
- Pengurangan tujuan secara fisik
- Publisitas

Sedangkan faktor penghambatnya adalah:

- Faktor investasi
- Faktor teknis
- Faktor organisasi
- Faktor jaringan

2.1.1.4 Indikator E-Commerce

E-Commerce merupakan aplikasi berbasis online yang digunakan untuk kegiatan jual dan beli pada saat ini. E-Commerce menyediakan berbagai fasilitas, baik untuk penjual maupun untuk pembeli, dengan adanya fasilitas-fasilitas tersebut maka akan mempermudah para pengguna serta lebih efektif dalam penggunaannya.

Variabel E-Commerce menurut Rainer dan Cigielski dalam penelitian Enis Setiawati *et al* (2021) menyatakan bahwa *electronic commerce (e-commerce)* terdapat empat macam indikator dari E-Commerce yaitu:

1. Aktifitas Pembelian

Sebuah aktivitas yang berulang terkait pertukaran barang dan jasa yang sistematis antara penjual dan pembeli.

2. Penjualan

Proses penawaran produk barang atau jasa kepada konsumen yang dilakukan oleh penjual untuk mendapatkan keuntungan.

3. Pemasaran Barang dan Jasa

Kinerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.

4. Sistem Elektronik

Kumpulan perangkat dan prosedur berbasis elektronik yang memiliki fungsi untuk mempersiapkan, mengumpulkan, menganalisis, mengolah, menampilkan, menyimpan, menyebarkan atau mengirimkan informasi secara elektronik.

2.1.2 Orientasi Kewirausahaan

2.1.2.1 Pengertian Orientasi Kewirausahaan

Wiklund dalam Miftakhul Jannah *et al* (2019:35) menjelaskan orientasi kewirausahaan sebagai berikut :

“Orientasi kewirausahaan yang baik berkaitan erat dengan penggerak utama keuntungan maka seorang pengusaha memiliki harapan untuk mengambil peluang maupun keuntungan yang ada, dan pada akhirnya mempunyai pengaruh positif pada kinerja usahanya”.

Sementara menurut Lumpkin dan Dess dalam Renita Helia *et al* (2015:5) menjelaskan bahwa :

“Orientasi wirausaha didefinisikan sebagai penggambaran bagaimana *new entry* dilaksanakan oleh perusahaan atau dengan kata lain orientasi wirausaha digambarkan oleh proses, praktek dan aktivitas pembuatan keputusan yang mendorong *new entry*”.

Sedangkan orientasi kewirausahaan menurut Miller dalam Miftakhul Jannah, *et al* (2019:36) adalah sebagai berikut:

“Orientasi kewirausahaan yaitu orientasi yang memiliki tujuan untuk menjadi yang pertama, memiliki sikap dalam mengambil resiko, dan lebih proaktif terhadap perubahan yang terjadi di pasar.”

Berdasarkan dalam pemaparan beberapa pengertian dari para ahli diatas maka dapat kita ketahui bersama dan dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan dalam berwirausaha dalam mewujudkan

inovasi, keaktifan dan memiliki sikap berani dalam pengambilan risiko demi keberlangsungan perusahaan dan juga dalam mengelola sumber daya yang dimiliki agar dapat menghasilkan keberhasilan usaha yang diciptakan.

2.1.2.2 Ciri serta Sifat Kewirausahaan

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2014:29), ciri serta sifat kewirausahaan terbagi menjadi beberapa bagian yaitu diantaranya :

Ciri :

- Percaya diri
- Berorientasi pada tugas dan hasil
- Pengambil risiko
- Kepemimpinan
- Keorisinilan
- Berorientasi ke masa depan
- jujur dan tekun

Sementara sifat yaitu :

- Keyakinan, kemandirian, individualitas, optimisme.
- Kebutuhan akan prestasi, berorientasi pada laba, memiliki ketekunan dan ketabahan, memiliki tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik, dan memiliki inisiatif.
- Memiliki kemampuan mengambil risiko dan suka pada tantangan.
- Berjiwa pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran atau kritik membangun.

- Memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel, serbabisa dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
- Persepsi dan memiliki cara pandang/cara pikir yang berorientasi pada masa depan
- Mengutamakan kejujuran dalam bekerja dan tekun dalam menyelesaikan kerja.

2.1.2.3 Indikator Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah sikap atau keahlian yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha, diantaranya sikap aktif, disiplin, serta berani dalam mengambil risiko, apabila seorang pengusaha telah memiliki beberapa hal tersebut maka perusahaan yang dipimpin oleh pengusaha tersebut akan mengalami sebuah kemajuan.

Menurut Lumpkin dan Dess dalam Cynthia V Djodjobo dan Hendra N. Tawas (2014:1216), terdapat lima indikator yang digunakan dalam orientasi kewirausahaan yaitu:

1. Keinovatifan (*Innovativeness*)

Keinovatifan merupakan kreativitas dan eksperimen melalui pengenalan produk atau jasa baru serta kepemimpinan teknologi melalui riset ataupun pengembangan dalam proses – proses baru yang dilakukan.

2. Pengambilan Resiko (*Risk Tasking*)

Pengambilan resiko merupakan pengambilan tindakan dengan mengeksplorasi hal yang tidak diketahui, peminjaman dalam jumlah besar atau mengalokasikan sumber

daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang kurang pasti.

3. Keaktifan (*Proactiveness*)

Keaktifan merupakan pencarian peluang untuk memandang ke depan yang ditandai dengan pengenalan produk baru atau jasa baru lebih dulu dalam persaingan dan bertindak dalam mengantisipasi permintaan pada masa yang akan datang.

4. Keagresifan Bersaing (*Competitive Aggressiveness*)

Keagresifan bersaing merupakan upaya perusahaan untuk menjadi unggul dibandingkan para pesaing dan ditandai oleh sikap atau tanggapan yang agresif terhadap tindakan yang dilakukan pesaing.

5. Otonomi (*Autonomy*)

Otonomi yaitu hal yang dilakukan untuk bekerja secara mandiri, membuat keputusan dan mengambil tindakan dengan bertujuan untuk memajukan konsep bisnis.

2.1.3 Kinerja UMKM

2.1.3.1 Pengertian Kinerja UMKM

Pengertian Kinerja menurut Ranto dalam Yani Restiani Widjaja *et al* (2018:469) adalah sebagai berikut :

“Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi”

Pengertian Kinerja menurut Bititci dalam Nungky V Feranita dan Hendra Aris (2018:59) adalah sebagai berikut :

“Kinerja merupakan efisiensi atau efektivitas suatu tindakan. Efisiensi yaitu jumlah sumber daya yang digunakan untuk memberikan hasil atau output. Sedangkan Efektivitas yaitu sejauh mana hasil dari suatu tindakan memenuhi harapan atau spesifikasi”

Sedangkan pengertian kinerja menurut Ranto dalam Elisabeth L.R Kore dan Dina Fitri (2018:26) adalah sebagai berikut :

“Kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dalam akuntabilitas publik baik berupa keberhasilan maupun kekurangan yang terjadi”

Berdasarkan hasil dari pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan suatu hasil dari tingkat pencapaian atau prestasi dalam suatu perusahaan atau usaha dalam waktu periode tertentu karena telah melakukan suatu tindakan atau aktivitas usaha.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Kinerja

Menurut Ranto Basuki dalam Ketut Yasa *et al* (2016:187), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja pengusaha kecil, baik dari sisi internal maupun eksternal. Dari faktor internal, lebih banyak berasal dari diri pengusaha itu sendiri, yaitu:

- Keterbatasan Kemampuan Sumberdaya
- Latar Belakang Pendidikan
- Kemampuan Teknis
- Permodalan
- Pemasaran
- System Operasi
- Informasi
- Sikap Mental
- Etos Kerja
- Kemandirian Berusaha
- Percaya Diri
- Motivasi
- Masalah Internal Lainnya

Dan selanjutnya terdapat faktor eksternal yang berasal dari luar, yaitu :

- Lingkungan
- Peluang
- Persaingan
- System Informasi Global
- Masalah Eksternal Lainnya

2.1.3.3 Indikator Kinerja UMKM

Kinerja dapat dikatakan sebagai kegiatan yang berorientasi kepada hasil akhir yang sebelumnya telah terkonsep dan terencana dengan baik. Seperti prestasi dalam bekerja, pencapaian yang lebih baik dari kinerja sebelumnya, dan penemuan cara yang lebih efektif dalam bekerja.

Indikator pengukuran kinerja usaha yang digunakan dalam penelitian ini menurut Minuzu dalam Enis Setiawati *et al* (2021:39) yaitu :

1. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan yaitu keberhasilan investasi yang dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang. Pertumbuhan penjualan mencerminkan penerimaan pasar atas produk atau jasa perusahaan yang mempengaruhi kemampuan mempertahankan usaha dan dapat meningkatkan pendapatan, sehingga kinerja usaha terus meningkat.

2. Pertumbuhan Pendapatan

Pertumbuhan pendapatan yaitu tingkat perubahan pendapatan yang digunakan untuk kegiatan usaha jika dibandingkan dengan jumlah pendapatan yang digunakan pada periode sebelumnya.

3. Jumlah Karyawan Lebih Banyak Setiap Tahun

Karyawan atau tenaga kerja merupakan seseorang yang bekerja pada pemilik usaha untuk menjalankan setiap aktivitas yang ada dalam perusahaan. Pertumbuhan

tenaga kerja yang tinggi mencerminkan kinerja usaha yang dimiliki akan semakin bagus. Pertumbuhan tenaga kerja diukur dari prosentase perubahan tenaga kerja yang dimiliki periode sebelumnya dan setelahnya.

4. Pertumbuhan Pasar

Pertumbuhan pasar yaitu tingkat perubahan penerimaan pasar atas produk atau jasa yang ditawarkan, semakin tinggi pertumbuhan pasar maka akan meningkatkan tingkat pengembalian investasi, sehingga kinerja perusahaan menjadi lebih baik.

5. Pertumbuhan Laba

Laba merupakan pendapatan di atas biaya-biaya yang dikeluarkan, laba digunakan sebagai ukuran kinerja suatu usaha. Karena pertumbuhan laba yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan semakin bagus.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya berdasarkan penelitian – penelitian terdahulu yang menghasilkan hasil dari Pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM sebagai berikut :

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Ade Octavia, Sigit Indrawijaya, Yayuk Sriayudha, Heriberta, Husni Hasbullah, Asrini. Asian Economic and Financial Review, Vol. 10, No. 5, 516-525, 4 May 2020 ISSN(e): 2222- 6737, ISSN(p): 2305-2147	<i>Impact On E- Commerce Adoption on Entrepreneurial Orientation and Market Orientation In Business Performance Of SMEs</i>	Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan adopsi e- commerce memiliki pengaruh yang signifikan berpengaruh dalam peningkatan kinerja usaha UKM	Penggunaan variabel e- commerce, orientasi kewirausahaan, dan kinerja UKM dalam penelitian	Terdapat penggunaan orientasi pasar sebagai variabel independent lainnya
2	Dwi Wahyu Pril Ranto JBMA, Vol. III, No. 2, September 2016, ISSN: 2252-5483	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner di Yogyakarta	Innovativeness, risk taking dan proactiveness atau orientasi kewirausahaan secara serentak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.	Penggunaan variabel orientasi kewirausahaan sebagai variabel independent dan variabel kinerja sebagai dependent	Terdapat perbedaan pada tempat penelitian yang dilakukan

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
3	Pinky Kusumu Ningtyas, Bambang Sunarko, Jaryono Jurnal Performance Vol. 21 No. 1 Maret 2015	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E- Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm	Adopsi e- commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kabupaten Banyumas dan Purbalingga	Penggunaan variabel e- commerce sebagai variabel independent dan kinerja sebagai variabel dependent	Terdapat perbedaan pada tempat penelitian yang dilakukan
4	Dini Setyorini, Ety Nurhayaty, Rosmita JMM Online Vol. 3 No.5 Mei (2019) 501-509, ISSN 2614-0365 e-ISSN 2599- 087X	Pengaruh Transaksi Online (E- Commerce) Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus Umkm Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat)	E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM pengelolaan besi di Ciampea Jawa Barat.	Penggunaan e- commerce sebagai variabel independent dalam penelitian	Terdapat perbedaan pada variabel dependent dan tempat penelitian yang dilakukan

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
5	Karen Yuan Wang, Antoine Hermens, Kai-Ping Huang and John Chelliah, International Journal of Organizational Innovation Vol.7 Num.4 April 2015	<i>Entrepreneurial Orientation and Organizational Learning On Smes' Innovation</i>	Strategi wirusaha dengan kombinasi faktor internal dan eksternal mempengaruhi bisnis pada tingkat tertentu atau pada bisnis tertentu	Penggunaan orientasi kewirausahaan sebagai variabel independent	Penggunaan variabel organizational learning sebagai variabel independent dan variabel on SMES' innovation sebagai variabel dependen
6	Michela C. Masona, Josanco Floreania, Stefano Miania, Federico Beltramea, Roberto Cappellettoa. Procedia Economics and Finance vol.23, 2015, 1649-1661	<i>Understanding The Impact of Entrepreneurial Orientation on SMEs' Performance. The Role of The Financing Structure</i>	Hasil positif dan signifikan terkait dengan inovasi, risiko dengan ienergi kompetitif, dan terdapat dampak negatif dari agresivitas	Penggunaan variabel Entrepreneurial Orientation sebagai variabel independen dan performance sebagai variabel dependent	Hanya terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
7	Ali Abbas, Sahadah Hj. Abdullah and Rosli Mohd Saad ISSN: 2321-8819 (Online) 2348- 7186 (Print) Impact Factor: 1.498 Vol. 8, Issue 4, April, 2020	<i>Moderating Effects Of Dynamic Business Environment On The Relationship Of Entrepreneurial Orientation And Financial Performance Of Smes</i>	Hasil statistik yang terdapat pada penelitian ini menunjukkan pengaruh atau berhubungan signifikan dari masing-masing variabel	Penggunaan variable Entrepreneurial Orientation sebagai variable penelitian	Penggunaan variable Entrepreneurial Orientation yang ditempatkan sebagai variable dependen
8	Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, Ahmad Rafiki, Adelina Lubis and Yossie Rossanty Journal of Science and Technology Policy Management © Emerald Publishing Limited 2053- 4620	<i>Entrepreneurial Orientation, Knowledge Management, Dynamic Capabilities Towards E- Commerce Adoption Of Smes In Indonesia</i>	Penelitian ini mengkaji mediasi variabel yaitu KMP dari hubungan antara EO dan adopsi e- commerce serta terdapat hubungan dari masing- masing variabel	Menggunakan variable Entrepreneurial orientation dan e- commerce sebagai variable yang diteliti	Variable e- commerce sebagai variable dependen
9	Cynthia Vanessa Djodjobo dan Hendra N. Tawas Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014,	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado	Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing berpengaruh positif dan signifikan	Penggunaan variabel Orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen	Penggunaan variabel kinerja pemasaran sebagai variabel dependen

No	Peneliti	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Hal. 1214-1224 ISSN 2303-1174		terhadap Pemasaran Usaha		
10	Nanda Tiandra, Denny Hambali, Nurasia, Nadhira Rosalina Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 04, No. 01 pp. 6- 10, 2019	Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa)	Penggunaan E- commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM	Penggunaan e- commerce sebagai variabel independet dan kinerja sebagai variabel dependent	Hanya terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian dan perbedaan pada tempat penelitian yang dilakukan

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam sebuah usaha pada zaman di era globalisasi ini persaingan semakin ketat dari segala produk, baik sesama produk maupun produk substitusi. Maka, agar perusahaan atau sebuah usaha dapat menjaga eksistensinya maka setiap perusahaan harus memiliki kinerja yang cukup baik. Dengan adanya kinerja yang baik maka akan memberikan kepercayaan kepada konsumen untuk tetap berada di dunia bisnis, hal tersebut maka akan mempengaruhi konsumen bahwa perusahaan atau usaha yang didirikan sanggup dan mampu dalam pemenuhan kebutuhan konsumen. Namun akan berbalik jika sebuah perusahaan atau usaha mengalami penurunan kinerja, hal tersebut akan menandakan bahwa perusahaan atau usaha akan mengalami kemunduran dan akan mengancam eksistensinya di dunia bisnis karena mungkin kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut memudar.

Faktor yang dapat mempengaruhi kinerja dari perusahaan atau usaha yaitu e-commerce dan orientasi kewirausahaan. Perusahaan atau sebuah usaha harus memperhatikan penjualan dalam e-commerce terhadap produk yang telah diproduksinya karena e-commerce merupakan salah satu pasar yang di tuju oleh masyarakat pada saat ini dan akan berdampak bagi penjualan perusahaan itu sendiri, jika perusahaan hanya mengandalkan cara yang lama dalam berdagang, maka konsumen pun akan merasa bosan apabila menggunakan cara lama dalam berbelanja , karena konsumen akan merasa bahwa dengan cara yang berbeda akan memberikan pengalaman baru. Maka sebuah perusahaan atau usaha harus mulai menjual produknya yang memiliki keunikan ataupun jenis produk yang benar – benar baru ke dalam e-commerce dan produk tersebut ketika dipasarkan maka posisinya akan satu langkah lebih maju daripada produk yang berasal dari produsen lain.

Dan orientasi kewirausahaan pun mempengaruhi kinerja, hal tersebut harus dimiliki oleh perusahaan, jika sebuah perusahaan atau usaha tidak memiliki orientasi kewirausahaan maka usaha tersebut akan berjalan kurang baik dan bahkan mendapatkan kerugian. Karena dalam orientasi kewirausahaan terdapat keinovatifan, proaktif dan keberanian untuk mendapatkan resiko dan sebuah pengusaha harus memiliki ketiga sifat tersebut.

2.2.1 Keterkaitan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM

E-Commerce dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha yang terletak dalam tingkat Aktifitas Pembelian, Penjualan, Pemasaran Barang dan Jasa, Sistem

Elektronik sehingga akan meningkatkan kinerja usaha pada penjualan produk karena hal tersebut atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dapat terpenuhi.

Menurut Pinky Kusumu *et al* (2015:104), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara E-Commerce terhadap Kinerja UMKM.

2.2.2 Keterkaitan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha karena indikator orientasi kewirausahaan karena keinovatifan, pengambilan resiko dan keaktifan dalam memasarkan produk terhadap konsumen tentu saja akan mempengaruhi kinerja usaha, dengan adanya orientasi kewirausahaan maka kinerja usaha dalam sebuah perusahaan akan meningkat.

Menurut Gosselin dalam Dwi Wahyu Pril Ranto (2016), menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru.

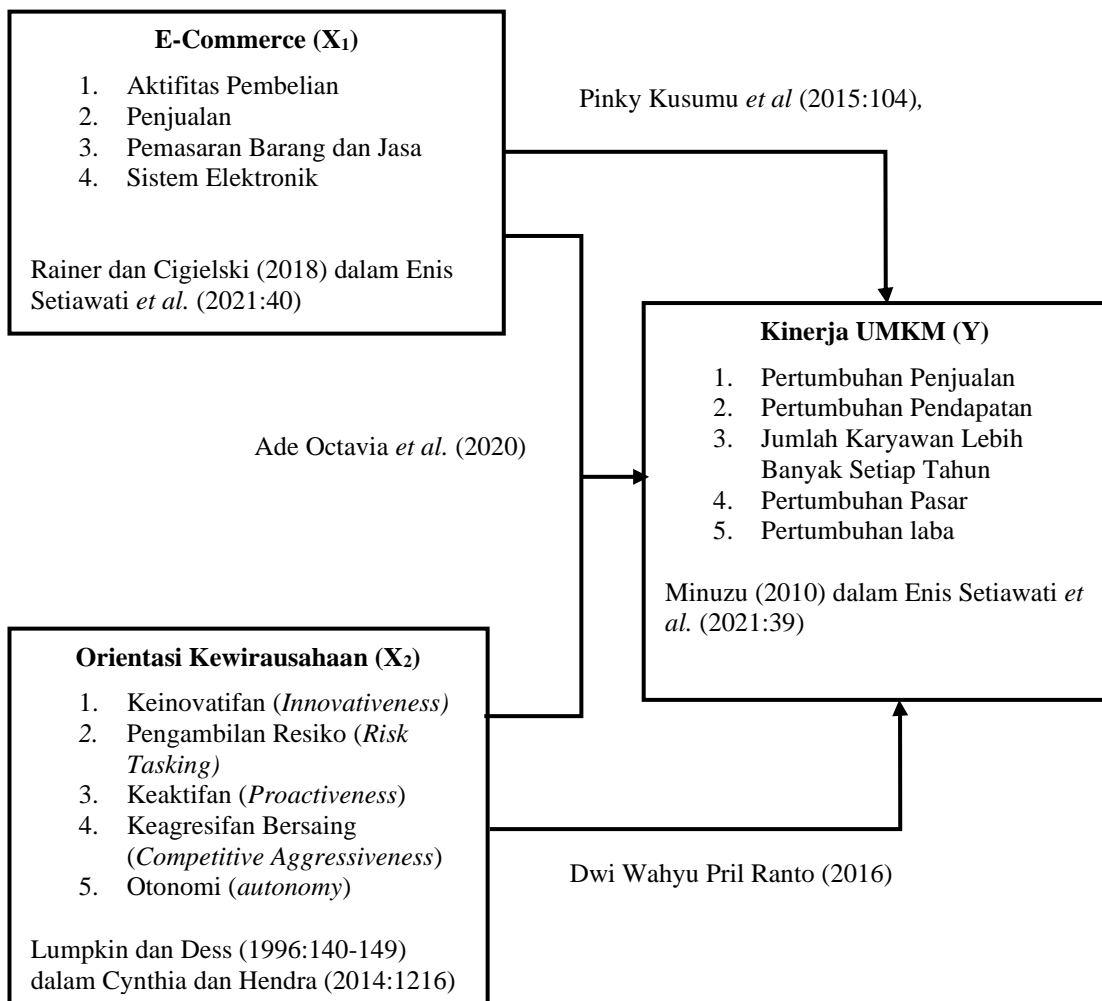
2.2.3 Keterkaitan E-Commerce Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

E-Commerce dan orientasi kewirausahaan berpengaruh secara bersamaan terhadap kinerja UMKM karena kedua variable tersebut dalam sebuah dunia usaha sangat diperlukan karena dapat menjadikan sebuah perusahaan atau usaha menjadi lebih unggul.

Menurut Ade Octavia *et al* (2020:), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan adopsi e-commerce terdapat pengaruh yang

signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Orientasi kewirausahaan dan e-commerce adalah perspektif bisnis yang menjadikan konsumen sebagai perhatian utama dalam seluruh kegiatan yang berhubungan dengan kinerja UMKM.

Berikut merupakan skema paradigma dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017), hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan

dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris dimana fakta-faktara tersebut diperoleh melalui pengumpulan data.

Hipotesis penelitian ini dapat diartikan atau ditafsirkan sebagai jawaban yang bersifat sementara dan tidak absolut terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul dan diuji secara empiris.

Berdasarkan dari hasil pemikiran teoritis dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu e-commerce dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM secara parsial dan simultan.

H1: E-Commerce berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Industri pakaian di Soreang.

H2: Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Industri pakaian di Soreang.

H3: E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM pada Industri pakaian di Soreang.