

## Peran Orientasi Kewirausahaan Dalam Memediasi Pemanfaatan Media Digital dan Kompetensi Kewirausahaan Dalam Peningkatan Kinerja Usaha

Muhammad Hidayat<sup>1</sup>, Maryadi<sup>2</sup>, Nurhaeda<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Pascasarjana Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas Teknologi dan Bisnis ITB Nobel Indonesia

<sup>1</sup>hidayat2401@yahoo.com

<sup>2</sup>maryadi@nobel.ac.id

<sup>3</sup>nurhaedazaeni.nobel@gmail.com

### ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui peran orientasi kewirausahaan dalam memediasi pemanfaatan media digital dan kompetensi kewirausahaan dalam peningkatan kinerja usaha, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alat analisis SEM-PLS yang digunakan untuk menganalisa data primer hasil penelitian yang didapatkan dari 98 respondet penelitian yang ditentukan melalui pendekatan Hair.

Hasil penelitian ini mengindikasikan (1) Tidak terdapat pengaruh antara pemanfaatan media digital dengan kinerja usaha Mikro (2) Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha (3) Pemanfaatan media digital berpengaruh terhadap orientasi usaha (4) Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan (5) Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha (6) Pemanfaatan media digital berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan, (7) Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan

**Kata Kunci :** Media Digital, Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Usaha

### 1. PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 yang juga dikenal dengan era digitalisasi saat ini para pelaku usaha membutuhkan keterampilan yang variatif (multitalent) kebutuhan ini menjadi semakin dinamis seiring dengan kemajuan informasi dan teknologi, bila dibandingkan dengan era sebelumnya maka tuntutan pada kompetensi yang mengarah pada penguasaan teknologi informasi menjadi sangat urgen dalam era digital yang sangat dinamis dan kompetitif dewasa ini.

Untuk tampil dalam kompetisi baik secara regional nasional maupun global maka diperlukan kolaborasi antara dunia akademik, dunia industri pemerintah dan seluruh stakeholder yang ada (pentahelix) untuk mengakselerasi realisasi Industri 4.0. Revolusi industri 4.0 diproyeksi akan memberi dampak negatif secara ekonomi terutama bagi negara berkembang yang masih memiliki disparitas sosial ekonomi yang relatif tinggi. Untuk itulah aktualiasi maupun implementasi dari penggunaan teknologi informasi mutlak dilakukan. Revolusi industri juga akan memunculkan ekonomi yang berbasis teknologi atau sering diistilahkan dengan sebutan digitalisasi ekonomi (Suwardana, 2017).

Pelaku usaha harus mau dan berani mengejewantahkan sistem digital dalam menjalankan aktivitas usahanya mengingat banyak manfaat yang akan didapatkan melalui pemanfaatan sistem digitalisasi ini diantaranya mampu mengakselerasi transformasi aktivitas usaha, ketepatan serta efisiensi dalam pertukaran informasi dalam kuantitas yang besar atau dengan kata lain pemanfaatan teknologi informasi merupakan salah satu strategi yang mampu meningkatkan daya saing usaha bisnis (Prasetyo, 2018).

Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital, pada sektor riil tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Trend pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Digital marketing merupakan kombinasi pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Strategi digital ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. Di satu sisi, digital memudahkan pebisnis atau pengurus bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya.

Menurut data yang dilansir oleh We are Social, sebuah agensi digital marketing di Amerika, memaparkan bahwa terhitung sampai Januari 2017, sebanyak 48% pengguna internet di Indonesia melakukan pencarian barang atau jasa secara online, 46% pengguna mengunjungi toko online. Hal ini menyiratkan bahwa potensi belanja online sudah cukup berkembang di Indonesia yang harus diimbangi dengan pemasaran secara digital pula oleh para pengelola usaha. Dalam digital marketing adalah media sosial atau jejaring social merupakan platform yang sering digunakan. Data We are Social menyatakan platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia.

Penggunaan teknologi digital di Kota Makassar telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Sosialisasi workshop dan seminar yang telah dilaksanakan di kota ini berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan kompetensi digital masyarakat.

Program digitalisasi UMKM di Kota Makassar sejatinya telah dilaksanakan terutama oleh SKPD terkait peningkatan kinerja UMKM dan Koperasi namun demikian masih perlu peningkatan kompetensi seiring dengan perkembangan informasi dan teknologi yang sangat dinamis dewasa ini.

Keberhasilan digitalisasi UMKM dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan, yang dimiliki oleh para pelakunya sebagaimana yang kita ketahui orientasi kewirausahaan juga dikenal sebagai orientasi wirausaha, mengacu pada sikap, perilaku, dan pola pikir individu atau organisasi yang mendukung pengembangan dan pelaksanaan ide-ide baru dalam rangka menciptakan nilai ekonomi. Orientasi kewirausahaan mencakup beberapa elemen kunci, seperti inovasi, kemampuan mengambil risiko yang terukur, proaktif dalam mencari peluang, fokus pada pencapaian tujuan bisnis, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan. Ini adalah landasan bagi individu atau organisasi untuk menjadi wirausaha atau mengembangkan budaya kewirausahaan.

## **2. KAJIAN TEORI**

### **Pengertian Media Digital**

Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008, hlm. 2-3).

Denis McQuail mendefinisikan new media digital sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). Media digital merupakan suatu media elektronik yang disimpan dalam format digital (sebagai lawan format analog) yang dapat digunakan sebagai penyimpanan, memancarkan serta menerima informasi yang terdigitalisasi.

Per definisi menurut ahli, media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008).

Penggunaan Media Sosial. Hsu (2012) mendefinisikan penggunaan media sosial sebagai tempat berkumpulnya sejumlah besar konsumen, gudang informasi milik pelanggan yang berfungsi menyebarkan informasi untuk membangun kehadiran pasar. Pendapat Paridon dan Carraher (2009) media sosial adalah metode biaya efektif untuk kegiatan pemasaran. Dari penjelasan tersebut penggunaan media sosial merupakan suatu inovasi yang diterapkan perusahaan untuk menjangkau pelanggan potensial, mempermudah penyebaran informasi serta berguna untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan berfungsi untuk menjaga hubungan baik dengan berbagai pihak.

Media sosial (*Social Media*) adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif dan dua arah. Media sosial berbasis pada teknologi internet dengan pola penyebaran informasi bersifat dari satu ke banyak audiens, berubah banyak audiens ke banyak audiens. Media sosial merupakan sekelompok aplikasi yang berbasis pada internet dan dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari platform Web 2.0, medium ini dapat menghubungkan individu dengan individu untuk sharing dan berkumpul secara online (Andreas Kaplan and Michael Haenlein, 2010). Web 2.0 merupakan suatu platform dasar terbentuknya media sosial, platform ini menyediakan kemudahan bagi penggunaannya untuk berkolaborasi secara online dan berbagi (sharing). Media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, saat ini digunakan untuk menyebarkan informasi secara cepat, viral, dan menyebar kepada pengguna internet dalam jumlah yang besar.

### **Kompetensi Kewirausahaan**

Beberapa ahli menyatakan konsep tentang kompetensi dengan menggunakan ungkapan atau bahasa berbeda-beda. Wijaya, (2009) memaparkan “kompetensi merupakan kemampuan serta kemauan individu sekaligus bagaimana cara berperilaku atau berpikir, dan menyamakan situasi ditempat kerja”. Hal lainnya juga diungkapkan oleh Sedarmayanti, (2013) “kompetensi adalah kemampuan dan kemauan dasar seseorang yang memberi pengaruh langsung terhadap serta mampu menjadi prediksi kinerja yang sangat baik” Suhaji dan Wijaya (2009) memaparkan “kompetensi merupakan kemampuan serta kemauan individu sekaligus bagaimana cara berperilaku atau berpikir, dan menyamakan situasi ditempat kerja”. Hal lainnya juga diungkapkan oleh Sedarmayanti, (2013) “kompetensi adalah kemampuan dan kemauan dasar seseorang yang memberi pengaruh langsung terhadap serta mampu menjadi prediksi kinerja yang sangat baik”. Lain halnya dengan Wibowo, (2012) bahwasannya “kompetensi adalah karakteristik dasar tiap individu yang dikaitkan dengan kriteria yang direfrensikan pada kinerja unggul ataupun efektif pada suatu pekerjaan”. Suprpto, (2009) menambahkan “kompetensi dapat digambarkan sebagai kemampuan dan kemauan yang relatif stabil dalam menjalankan tugas, peran atau tugas, dari sinergi antara watak, konsep diri, motif internal serta kapasitas pengetahuan konseptual ketika menghadapi situasi di tempat kerja”.

Dapat disimpulkan kompetensi adalah karakter sikap, kemampuan serta kemauan yang cenderung stabil saat berhadapan dengan situasi di tempat kerja yang dibentuk melalui sinergi watak, konsep diri, motif internal serta kapasitas pengetahuan konseptual. Adapun konsep kompetensi yang dipakai pada penelitian ini yaitu konsep dari Suprpto.

Kompetensi berkaitan dengan karakteristik dasar seseorang yang merefleksikan motif, ciri khas, konsep diri, nilai nilai, pengetahuan atau keahlian seseorang yang unggul ditempat kerja. Kompetensi Menurut Dessler (2017:408) kompetensi adalah karakteristik pribadi yang dapat ditunjukkan seperti pengetahuan, keterampilan dan perilaku pribadi seperti kepemimpinan. Wibowo (2016:271) mengemukakan bahwa suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan itu tersebut.

Menurut Edison, Anwar dan Komariah (2016:142) Kompetensi adalah kemampuan individu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan benar dan memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal-hal yang menyangkut pengetahuan (Knowledge), keahlian (skill), dan sikap (attitude). Dari ketiga definisi yang dikemukakan oleh para ahli tentang kompetensi maka dapat disimpulkan bahwa kompetensi merupakan kemampuan dan karakteristik seseorang dalam melakukan pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas pengetahuan, keterampilan dan perilaku yang dimiliki individu dengan efektifitas.

### **Orientasi Kewirausahaan**

Orientasi kewirausahaan dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mencari peluang serta berinovasi kreatif dalam pemanfaatan sumber daya yang ada untuk menuju kesuksesan. Orientasi kewirausahaan adalah menentukan sikap serta merencanakan peluang dalam kewirausahaan untuk mencapai tujuan dari berorientasi. Manajemen memberikan tiga landasan dimensi-dimensi dari kecenderungan organisasional untuk manajemen kewirausahaan, yakni kemampuan berinovasi, kemampuan mengambil risiko, dan sifat proaktif (Suryanita, 2016).

Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu kondisi yang cenderung individunya untuk melakukan suatu inovasi, proaktif, dan mau mengambil resiko untuk memulai atau mengola usaha (Knight, 2000). Orientasi kewirausahaan mempunyai tiga dimensi yaitu pertama ada inovasi, Inovasi merupakan dasar yang berpengaruh untuk membantu sebuah perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dan kemudian pada akhirnya meningkatkan kinerja pada perusahaan (Dess & Picken, 2000). Dimensi kedua yaitu sikap proaktif, sikap proaktif merupakan sebagai karakteristik yang selalu memandang ke depan yang mempunyai sebuah tujuan masa depan untuk mencari peluang yang ada dalam mengantisipasi permintaan yang akan mendatang (Dess & Lumpkin, 2005). Dan dimensi yang ketiga yaitu pengambilan resiko dalam dimensi ini pengambilan resiko dapat dikatakan suatu kesediaan perusahaan untuk menentukan dan bertindak tanpa pengetahuan yang jelas dari kemungkinan untuk mendapatkan pendapatan dan kiranya melakukan spekulasi dalam suatu resiko personal, finansial dan bisnis (Dess & Lumpkin, 2005).

Dalam berwirausaha ada beberapa hal yang menentukan berhasil tidaknya suatu usaha yang dijalankan. Yang pertama adalah orientasi kewirausahaan. Definisi orientasi wirausaha menurut Utama, L (2018) adalah karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko, kecepatan, dan fleksibilitas. Untuk mengklarifikasi kebingungan dalam istilah, perlu diberikan perbedaan yang jelas antara orientasi wirausaha (entrepreneurial orientation) dengan kewirausahaan

(Lumpkin & Dess, 1996). Jadi kewirausahaan dapat dianggap sebagai produk dari orientasi wirausaha. Proses, praktek dan aktivitas pembuatan keputusan (orientasi wirausaha) menghasilkan new entry (kewirausahaan). Orientasi wirausaha mencerminkan kecenderungan perusahaan untuk terlibat dalam perilaku inovatif, berani mengambil resiko dan proaktif untuk mengalahkan pesaing (Utama, 2018). Perusahaan yang terlibat dalam perilaku semacam ini dapat secara efektif. Menurut Muchtolifah (2005) orientasi kewirausahaan merupakan kapabilitas organisasi yang memberikan suatu kontribusi penciptaan terhadap sumberdaya organisasi yang unik, dan keunggulan posisional yang berpengaruh terhadap kinerja. Menurut Sudjana (2011) kewirausahaan merupakan suatu sikap dan perilaku dari seorang wirausaha. Wirausaha adalah orang yang memiliki inovatif, antispatif, inisiatif, pengambil risiko dan berorientasi terhadap laba.

### **Kinerja Usaha**

Pengertian Kinerja, merupakan istilah yang saat ini sering dipergunakan dalam masyarakat dan organisasi baik swasta maupun Pemerintahan. Kinerja mengarah pada suatu tingkat pencapaian tugas yang dilakukan oleh seseorang. Hal ini menggambarkan seberapa baik seseorang memenuhi tuntutan pekerjaannya. Menurut Murdijanto P. (2001:29) menyatakan bahwa: "Kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral maupun etika." (Murdijanto P, 2001:29).

Pengertian kinerja atau prestasi kerja diberi batasan oleh Maier (dalam Anoraga P, 1995:47) sebagai kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaan. Lebih tegas lagi Lawler and Poter menyatakan bahwa kinerja adalah "succesfull role achievement" yang diperoleh seseorang dari perbuatan- perbuatannya. Dari batasan tersebut Anoragan menyimpulkan bahwa kinerja adalah hasil yang dicapai seseorang menurut ukuran yang berlaku untuk pekerjaan yang bersangkutan.

Peran kinerja sangat menentukan bagi terwujudnya tujuan pemerintah, tetapi untuk memimpin manusia merupakan hal yang cukup sulit. Tenaga kerja selain diharapkan mampu, cakap dan terampil, juga hendaknya berkemauan dan mempunyai kesungguhan untuk bekerja efektif dan efisien. Kemampuan dan kecakapan akan kurang berarti jika tidak diikuti oleh moral kerja dan kedisiplinan pegawai dalam mewujudkan tujuan.

Deskripsi dari kinerja menyangkut tiga komponen penting, yaitu: tujuan, ukuran dan penilaian. Penentuan tujuan dari setiap unit organisasi merupakan strategi untuk meningkatkan kinerja. Tujuan ini akan memberi arah dan memengaruhi bagaimana seharusnya perilaku kerja yang diharapkan organisasi terhadap setiap personel. Walaupun demikian, penentuan tujuan saja tidaklah cukup, sebab itu dibutuhkan ukuran, apakah seseorang telah mencapai kinerja yang diharapkan. Untuk kuantitatif dan kualitatif standar kinerja untuk setiap tugas dan jabatan memegang peranan penting.

Berdasar pada uraian teoritik di atas maka Hipotesis penelitian ini dikembangkan sebagai berikut :

### **Pengembangan Hipotesis Penelitian**

#### **Hipotesis 1 (H1) :**

**H1** dikembangkan dengan pemikiran bahwa program digitalisasi dapat memiliki dampak positif terhadap kinerja usaha kuliner hal ini karena melalui platform digital seperti situs web, media sosial, atau aplikasi pemesanan online, usaha kuliner dapat meningkatkan visibilitas mereka. (Galib, 2022) Platform digital memungkinkan pelanggan memberikan ulasan dan umpan balik. Ini dapat membantu usaha kuliner untuk memahami harapan pelanggan dan membuat perbaikan jika diperlukan. Reputasi yang baik secara online dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan potensial. Berdasarkan pada asumsi-asumsi tersebut di atas maka **H1** Penelitian ini disusun sebagai berikut : *diduga pemanfaatan media digital UMKM berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM Kuliner di Kecamatan Rapocini Kota Makassar*

#### **Hipotesis 2 (H2)**

Pada dasarnya praktek kewirausahaan melibatkan serangkaian keterampilan, sikap, dan pengetahuan yang sangat relevan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis. Dengan demikian untuk mencapai kesuksesan maka seorang pelaku wirausaha dituntut untuk memiliki kemampuan inovasi dan kreativitas yang tinggi. . Inovasi ini dapat menjadi sumber daya kompetitif yang penting bagi kinerja usaha kompetensi kewirausahaan tersebut akan menjadi dasar bagi seseorang untuk sukses dalam menjalankan usahanya (Hidayat & Citra, 2020)

Dalam kondisi bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif maka seorang wirausaha harus memiliki kompetensi yang semakin luas diantaranya adalah kompetensi yang melibatkan pengambilan risiko yang terukur.. (Galib et al, 2022) Berdasarkan asumsi-asumsi tersebut maka **H2** Penelitian ini disusun sebagai berikut : *Diduga kompetensi kewirausahaan akan berpengaruh terhadap Kinerja usaha*

### **Hipotesis 3 (H3)**

Pemanfaatan media digital memiliki dampak yang signifikan terhadap orientasi kewirausahaan para pelaku usaha. Melalui sosial media, iklan online, dan kampanye digital lainnya, pelaku usaha dapat mencapai khalayak yang lebih luas secara global. Pemasaran digital dapat merangsang orientasi kewirausahaan dengan mendorong para pengusaha untuk mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan efektif. Berdasarkan uraian serta penelitian terdahulu di atas maka **H3** Penelitian ini disusun sebagai berikut : *Diduga pemanfaatan media digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan Pelaku UMKM di Kecamatan Rapocini Makassar Kota Makassar*

### **Hipotesis 4 (H4)**

Kompetensi usaha seseorang, atau keterampilan, pengetahuan, dan sifat yang dimilikinya dalam mengelola bisnis, dapat berpengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan yang dimilikinya. Orientasi kewirausahaan seseorang merupakan hasil dari interaksi kompleks antara berbagai kompetensi yang dimilikinya. Keterampilan dan sifat individu dapat membentuk cara seseorang mendekati bisnis, mengelola risiko, berinovasi, dan berinteraksi dengan lingkungan bisnisnya. Dengan mengembangkan dan meningkatkan kompetensi usaha, seseorang dapat membentuk orientasi kewirausahaan yang lebih kokoh dan adaptif dalam menghadapi tantangan bisnis. Berdasarkan argumentasi tersebut maka **H4** penelitian ini disusun sebagai berikut : *Diduga kompetensi Kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap orientasi kewirausahaan, Pelaku UMKM di Kecamatan Rapocini Kota Makassar*

### **Hipotesis 5 (H5)**

Orientasi kewirausahaan pada dasarnya adalah merupakan pemahaman mendasar bagi seorang pelaku usaha tentang bisnis yang akan dijalankan dan bagaimana bisnis tersebut akan dikelola dan dikembangkan. Dengan demikian Orientasi kewirausahaan akan berpengaruh terhadap kinerja usaha karena menciptakan kerangka kerja mental dan strategis yang mendukung pengembangan, pertumbuhan, dan keberhasilan bisnis. Berdasarkan argumentasi tersebut maka **H5** penelitian ini disusun sebagai berikut : *Diduga orientasi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha Pelaku UMKM di Kecamatan Rapocini Kota Makassar*

### **Hipotesis 6 (H6)**

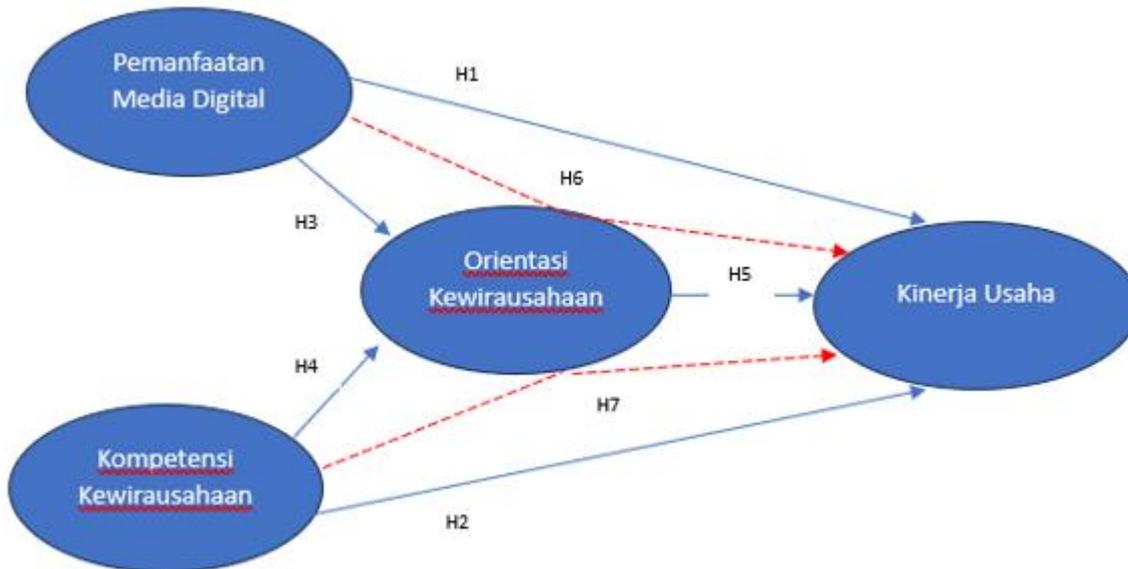
Bagi para pelaku usaha Pemanfaatan media digital akan semakin bermakna jika dimanfaatkan untuk mendukung pelaksanaan usaha hal ini akan semakin sistematis jika penggunaan media digital diikuti dengan konsep orientasi kewirausahaan yang selalu menjadi prinsip dari para pelaku usaha, berkaitan dengan penelitian ini maka orientasi kewirausahaan ditempatkan sebagai variabel intervening yang akan menguatkan pemanfaatan media digital untuk mencapai kinerja usaha Berdasarkan pada argumentasi tersebut di atas maka **H6** penelitian ini disusun sebagai berikut : *Diduga pemanfaatan media digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan*

### **Hipotesis 7 (H7)**

Kompetensi usaha berperan sebagai fondasi yang kuat untuk meningkatkan kinerja usaha, dan pengaruh positifnya dapat lebih terlihat ketika disertai dengan orientasi kewirausahaan yang baik. Dengan menggabungkan kompetensi usaha dan orientasi kewirausahaan, bisnis dapat mencapai kinerja yang lebih tinggi melalui pengembangan strategi yang inovatif, manajemen risiko yang bijak, dan fokus yang kuat pada kepuasan pelanggan. Kompetensi usaha yang kuat merupakan fondasi, sedangkan orientasi kewirausahaan menjadi pendorong yang memungkinkan bisnis untuk mengoptimalkan potensinya secara maksimal Berdasarkan pada argumentasi ini maka **H7** penelitian ini

disusun sebagai berikut : *Diduga kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan*

Dari hipotesis penelitian di atas maka kerangka kosep penelitian ini dapat degambarkan sebaga berikut :



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kausal (causal), Umar (2008) menyebutkan “desain kausal berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variable mempengaruhi variable lain dimana variable independennya diperlakukan secara terkendali oleh peneliti untuk melihat dampaknya pada variable dependennya secara langsung”.

Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Dengan pendekatan ini diharapkan penelitian ini dapat memberikan bukti empiris dan menganalisis Pengaruh antara program digitalisasi dan kompetensi usaha terhadap kinerja usaha melalui orientasi kewirausahaan pelaku usaha UMKM di Kecamatan Rapocini Kota Makassar. Populasi dalam penelitian ini adalah Para pelaku usaha UMKM di Kecamatan Rapocini Kota Makassar.

Dengan pertimbangan jumlah populasi yang sangat besar maka jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Hair (2006) dimana metode ini mensyarkan sampel diambil melalui perkalian antara jumlah perlakuan (indicator) yang digunakan dalam penelitian di kali dengan 5 sampai dengan 10. Dengan kriteria tersebut maka sampel penelitian ini ditentukan dengan mengalikan jumlah indicator sebanyak  $14 \times 7$  sehingga menghasilkan jumlah sampel sebesar 98 pelaku usaha mikro.

Selanjutnya sampel diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu Teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan tujuan dari penelitian, pertimbangan pertimbangan dalam pemelihan sampel penelitian ini antara lain : (1) Pelaku UMKM harus telah menggunakan platform digital dalam penjualan produknya (2) Pelaku UMKM harus telah menggunakan platrform digital dalam melaksanakan promosi dan pemasaran (3) Pelaku UMKM harus pernah mengikuti program digitalisasi UMKM melalui program pelatihan digital dan atau seminar kewirausahaan terkait dengan pemanfaatan media digital dalam berusaha. Seluruh data dalam penelitian ini dianalisa dengan menggunakan Path analisis dengan bantuan software Smart PLS 4. Analisis SEM-PLS meliputi

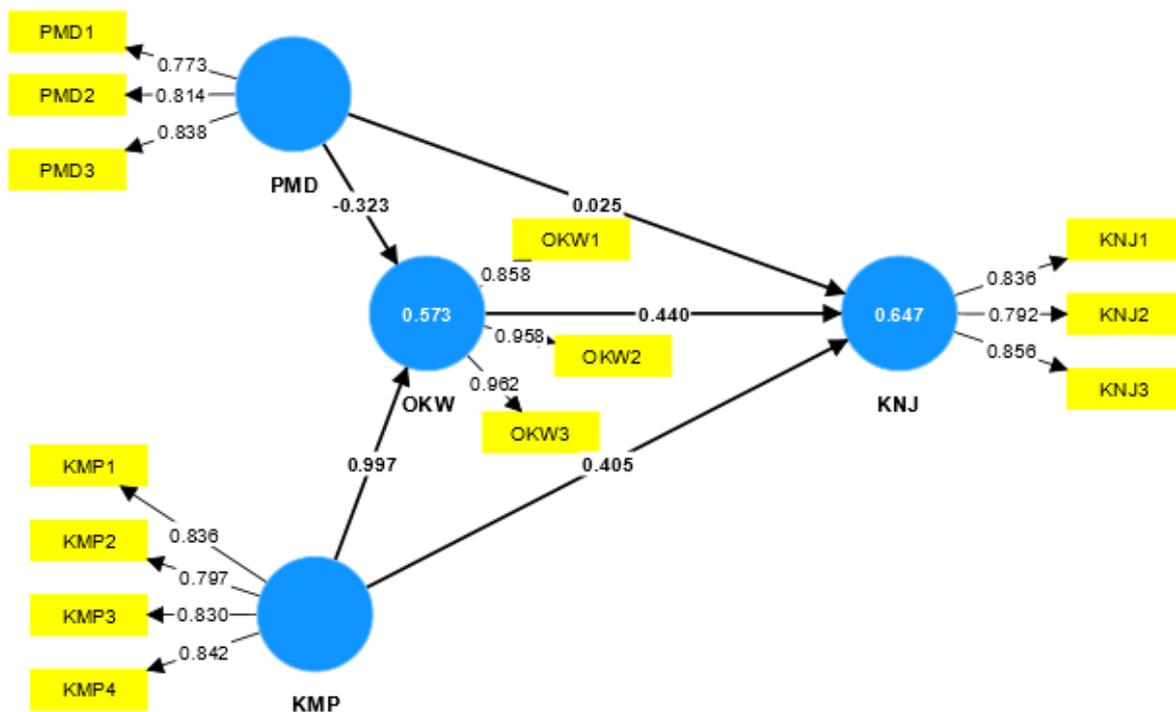
Analisa Outer Model, Analisa Inner Model dan Pengambilan Keputusan Hipotesis penelitian secara langsung dan juga secara tidak langsung.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Analisa Outer Model

Sebuah konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi antara hubungan relasional dan kausal jika belum melewati tahapan purifikasi dalam model pengukuran. Dalam model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen.

Model seperti yang terlihat pada gambar 2. merupakan model yang menspesifikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dapat juga dikatakan sebagai *outer model* yang mendefinisikan bagaimana setiap indikator saling berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model* adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Diagram Model Struktural

1. *Convergent Validity* merupakan indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antar *item score* atau *component score* dengan *construct score*. *Convergent validity* dari *measurement model* dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara score item/indikator dengan score konstraknya. Indikator individu dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi > 0,70. Sedangkan Menurut Ghazali (2018: 25), suatu korelasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading sebesar lebih besar dari 0,7. Output menunjukkan bahwa loading factor memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0,7. Uji validitas digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner untuk memastikan bahwa item-item pertanyaan yang digunakan dalam suatu penelitian dapat dipahami dan dimengerti oleh responden. Validitas dapat ditentukan dengan *convergent validity* (*outer model*) dengan nilai *loading factor* 0,50 sampai dengan 0,60 sudah dianggap cukup dan untuk *Average Variance Extracted (AVE)* dengan nilai AVE harus > 0,50. Dalam penelitian

ini peneliti menggunakan nilai *loading factor* > 0,50 dan nilai AVE > 0,50. Berikut hasil *SmartPLS* dengan *loading factor* :

Tabel 1. Nilai Loading Factor

NO	Item Pertanyaan	Nilai	Status
1	PMD1	0.773	Valid
2	PMD2	0.814	Valid
3	PMD3	0.838	Valid
4	KMP1	0.836	Valid
5	KMP2	0.797	Valid
6	KMP3	0.840	Valid
7	KMP4	0.842	Valid
8	OKW1	0.858	Valid
9	OKW2	0.958	Valid
10	OKW3	0.962	Valid
11	KNJ1	0.866	Valid
12	KNJ2	0.792	Valid
13	KNJ3	0.856	Valid

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan *Smart PLS*

Berdasarkan data dari tabel terlampir di atas dapat dijelaskan bahwa semua item pertanyaan bernilai > 0,50 atau dapat dinyatakan valid.

Tabel 2. Nilai Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
KMP	0.845	0.848	0.896	0.683
KNJ	0.773	0.786	0.868	0.686
OKW	0.917	0.917	0.948	0.860
PMD	0.739	0.747	0.850	0.654

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan *Smart PLS*

1. Pengujian validitas dengan melihat nilai discriminant validity dan Average Variance Extracted (AVE) juga menunjukkan layak dan sesuai serta memenuhi asumsi penelitian sebelumnya uji prasyarat PLS seperti Chin (1998) dalam (Firman, Putra, Mustapa, Ilyas, & Karim, 2020) yang mengatakan bahwa model pengembangan untuk nilai AVE terendah adalah 0,50. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua variabel dengan nilai > 0,5 dan dinyatakan valid. Begitupun dengan nilai *loading factor* > 0,5. Sehingga dapat dijelaskan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini sudah memenuhi persyaratan validitas.
2. *Discriminant Validity* yakni model pengukuran dengan indikator refleksif yang dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka ini menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* yakni dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari *average variance extracted* (AVE). Dari hasil kalkulasi data yang dilakukan pada *Smart PLS* maka diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 3. Nilai Discriminant Validity

	KMP	KNJ	OKW	PMD
KMP				
KNJ	0.897			
OKW	0.824	0.869		
PMD	1.023	0.712	0.570	

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Pada tabel di atas merupakan nilai *cross loading factor* yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yakni dengan membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* ataupun konstruk yang lain.

3. *Composite Reliability* merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada *view latent variable coefficients*. Untuk mengevaluasi *composite reliability* terdapat dua alat ukur yaitu *internal consistency* dan *cronbachs alpha*. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0,70.

**Tabel 4. Nilai Composite Reliability**

No	Variabel	Composite Reliability	Status
1	Pemanfaatan Media Digital	0.848	Reliabel
2	Kompetensi Kewirausahaan	0.786	Reliabel
3	Orientasi Kewirausahaan	0.917	Reliabel
4	Kinerja Usaha	0.747	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa semua variabel status reliabel dengan nilai *composite reliability* > 0,70. Adapun nilai *composite reliability* terendah adalah 0,747 pada variabel kinerja usaha dan nilai tertinggi adalah 0,917 pada variabel Orientasi Kewirausahaan. Untuk nilai *composite reliability* > 0,8 dikategorikan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

4. *Average Variance Extracted (AVE)* digunakan untuk mengukur reliabilitas kuesioner dengan batasan untuk reliabel yakni apabila nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50. Validitas konvergen memiliki makna bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten serta yang mendasari variabel laten tersebut. Perwakilan yang dimaksud dapat didemonstrasikan melalui unidimensionalitas yang digambarkan dengan menggunakan nilai rata-rata varian yang diekstraksi (*Average Variance Extracted*). Dalam penelitian ini diperoleh data *Average Variance Extracted (AVE)* seperti pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5 Nilai Average Varian Extracted**

No	Variabel	Composite Reliability	Status
1	Pemanfaatan Media Digital	0.683	Valid
2	Kompetensi Kewirausahaan	0.686	Valid
3	Orientasi Kewirausahaan	0.860	Valid
4	Kinerja Usaha	0.654	Valid

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,50 yang artinya semua variabel dengan indikatornya dapat dikatakan valid dan reliabel. Adapun nilai yang diperoleh dengan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* terendah adalah 0,651 pada variabel orientasi pasar, dan nilai *Average variance Extracted (AVE)* tertinggi adalah 0,714 pada variabel strategi positioning.

5. *Cronbachs Alpha* merupakan uji reliabilitas yang dilakukan untuk memperkuat hasil dari *composite reliability*. Adapun variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbachs alpha* di atas 0,7.

Tabel 6. Nilai *Cronbachs Aplha*

No	Variabel	Cronbachs alpha	Composite Reliability	Status
1	Pemanfaatan Media Digital	0.845	0.848	Reliabel
2	Kompetensi Kewirausahaan	0.773	0.786	Reliabel
3	Orientasi Kewirausahaan	0.917	0.917	Reliabel
4	Kinerja Usaha	0.739	0.747	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Berdasarkan data pada tabel di atas maka diperoleh nilai *cronbachs alpha* untuk semua item variabel dengan nilai *cronbachs alpha* > 0,5 sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa kuesioner yang digunakan sudah reliabel. Adapun nilai *cronbachs alpha* terendah adalah 0,739 pada variabel Kinerja Usaha, sedangkan untuk nilai *cronbachs alpha* tertinggi yakni pada variabel Orientasi Kewirausahaan dengan nilai 0.917.

#### Analisa Inner Model

Pengujian terhadap model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten diantaranya dengan uji *R-Square*. Nilai *R-Square* merupakan koefisien determinasi pada konstruk endogen. *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variansi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut Chin (1998) dalam (Suharja R Kosasi, 2021), mengemukakan jika nilai *R-Square* sebesar 0,67 dinyatakan kuat, 0,33 dinyatakan moderat dan 0,19 dinyatakan lemah. Berikut ini adalah hasil nilai *R-Square* yang digunakan untuk mengukur tingkat variansi perubahan :

Tabel 7. Nilai *R-Square*

	R-square	R-square adjusted
KNJ	0.647	0.635
OKW	0.573	0.564

	R-square	Adjusted R-square
MINAT USAHA	0.729	0.717
ORIENTASI USAHA	0.579	0.566

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *R-Square* pada variabel kinerja usaha sebesar 0,647. Artinya variabel kinerja usaha dapat dijelaskan oleh variabel Pemanfaatan Media Digital dan Kompetensi Kewirausahaan sebesar 64,7%, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dijelaskan oleh variabel lain di luar dari model penelitian ini.

Nilai *R-Square* pada variabel orientasi kewirausahaan sebesar 0,573. Artinya variabel Orientasi Kewirausahaan dapat dijelaskan oleh variabel Pemanfaatan media digital dan kompetensi kewirausahaan, sebesar 57,3%, sedangkan sisanya sebesar 42,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar dari model penelitian ini.

Untuk penilaian *goodness of fit* juga dapat diketahui melalui nilai *Q-Square*. Nilai *Q-Square* memiliki arti yang sama dengan nilai *coefficient determination (R-Square)* pada analisis regresi,

dimana diketahui semakin tinggi nilai dari *Q-Square*, maka model tersebut dapat dikatakan semakin baik atau semakin *fit* dengan data. Untuk menentukan nilai dari *Q-Square* dapat dijelaskan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$Q\text{-Square} = 1 [(1 - R^2_1) (1 - R^2_2)] \dots\dots\dots (1)$$

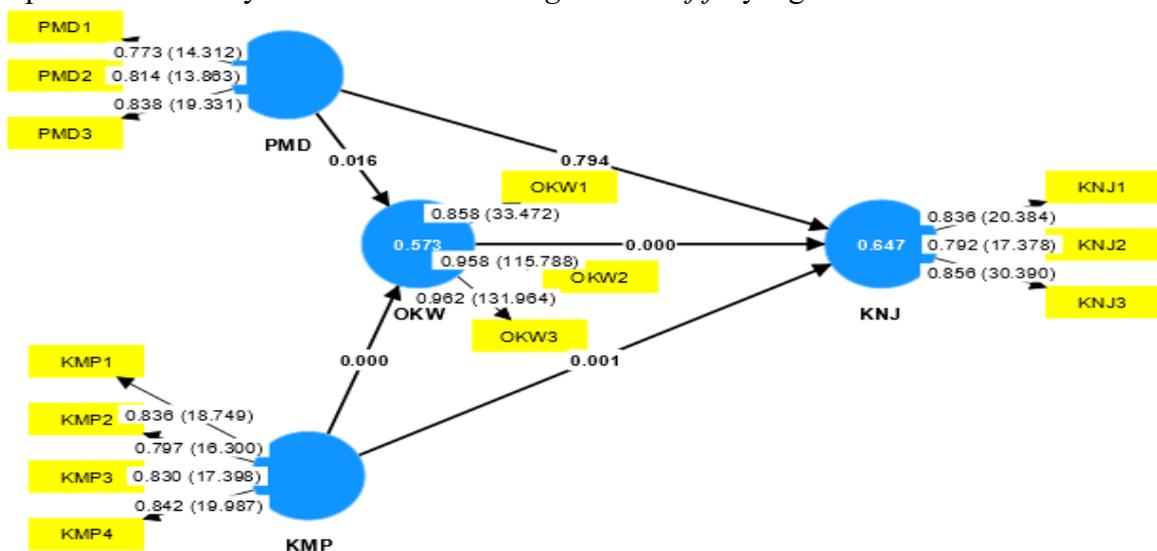
Dimana :  $R^2_1$  = Nilai *R-Square* Minat Usaha

$R^2_2$  = Nilai *R-Square* Orientasi Usaha

Sehingga diperoleh nilai perhitungan:

$$\begin{aligned} Q\text{-Square} &= 1 - [(1 - R^2_1) \times (1 - R^2_2)] \\ &= 1 - [(1 - 0,647) \times (1 - 0,573)] \\ &= 1 - (0,353 \times 0,427) \\ &= 1 - 0,1507 \\ &= 0,849 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan persamaan di atas, diperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0,849. Hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya keragaman dari data penelitian yang dijelaskan oleh model penelitian adalah sebesar 84,9%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 15,1% dijelaskan oleh faktor lain yang berada di luar dari model penelitian ini. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model penelitian ini dinyatakan telah memiliki *goodness of fit* yang baik.



Gambar 3 Bootstrapping

### Pengujian Mediasi PLS dengan Metode VAF

Metode *Variance Accounted For* (VAF) yang dikemukakan oleh Preacher dan Hayes (2008) dalam (Suharja R Kosasi, 2021) serta bootstrapping dalam distribusi pengaruh tidak langsung dianggap lebih sesuai karena tidak memerlukan asumsi apapun tentang distribusi variabel sehingga dapat digunakan pada ukuran sampel kecil. Pendekatan ini paling tepat untuk PLS yang menggunakan metode resampling yang mempunyai statistical power yang lebih tinggi dari metode Sobel (Hair et al, 2013 dalam Sholihin, 2014:81).

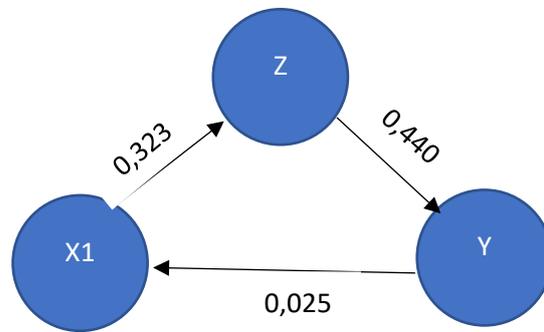
Dalam prosedur pengujian mediasi, pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen harus signifikan. Kemudian pengaruh tidak langsung harus signifikan, setiap jalur yaitu variabel independen terhadap variabel mediasi dan variabel mediasi terhadap variabel dependen juga harus signifikan. Apabila pengaruh tidak langsung signifikan, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel pemediasi dapat menyerap atau mengurangi pengaruh langsung pada pengujian pertama.

Jika nilai VAF lebih dari 80%, maka menunjukkan peran sebagai pemediasi penuh (*full mediation*). Kemudian dikategorikan sebagai pemediasi parsial jika nilai VAF berkisar antara 20%

sampai dengan 80%, namun jika nilai VAF kurang dari 20% maka dapat disimpulkan bahwa hampir tidak terdapat efek mediasi. Untuk menghitung VAF dengan formula (Hair et al, 2013) dapat dilakukan sebagai berikut:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh tidak langsung}}{\text{Pengaruh langsung} + \text{pengaruh tidak langsung}}$$

**1) Uji Mediasi dengan VAF 1 (Pengaruh Pemanfaatan Media Digital terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan)**



Gambar 4. : Uji Mediasi VAF 1

**Tabel 8. Perhitungan Uji Mediasi VAF 1**

Pengaruh Langsung	(a)		= 0.025
Pengaruh Tidak Langsung	(b*c)	(0.323*0.440)	= 0.14212

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

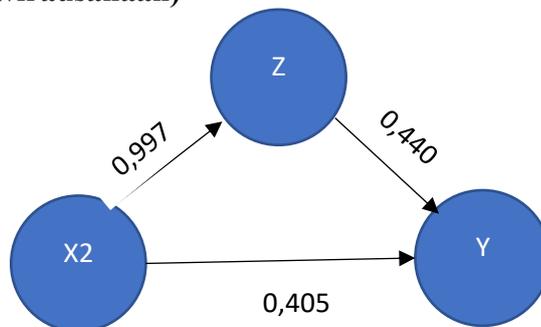
$$VAF = \frac{0.14212}{0.025 + 0.14212}$$

$$VAF = \frac{0.14212}{0.16712}$$

$$VAF = 0.850$$

Dari tabel di atas terlihat bahwa uji mediasi variabel Pemanfaatan Media Digital melalui Orientasi Kewirausahaan terhadap kinerja Usaha menghasilkan nilai VAF sebesar 85%, jika VAF nilainya lebih dari 80 % maka menunjukkan peran sebagai pemediasi penuh (*full mediation*).

**2) Uji Mediasi dengan VAF 2 (Pengaruh Kompetensi Usaha terhadap Kinerja Usaha melalui Orientasi Kewirausahaan)**



Gambar 5. Uji Mediasi VAF2

**Tabel 9. Perhitungan Uji Mediasi VAF 2**

Pengaruh Langsung	(a)		= 0.405
Pengaruh Tidak Langsung	(b*c)	(0.997*0.440)	= 0.439

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

$$VAF = \frac{0.439}{0.405 + 0.439}$$

$$VAF = \frac{0.439}{0.844}$$

$$VAF = 0.520$$

Dari tabel di atas terlihat bahwa uji mediasi variabel orientasi pasar melalui strategi positioning terhadap kinerja pemasaran menghasilkan nilai VAF sebesar 52 %, jika VAF nilainya kurang dari 80 % sehingga dinyatakan dalam kategori mediasi parsial.

### Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui hubungan antar variabel laten dalam model penelitian ini dapat dilihat dari hasil estimasi koefisien jalur atau *path coefficients* serta tingkat signifikansinya atau *P Values*. Pengujian hipotesis pada penelitian yang diajukan, dapat dilihat dari besarnya nilai *P Value*. Jika nilai *P Value* < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau berpengaruh secara signifikan yang dikorelasikan dengan nilai t-statistik, dimana nilai t-statistik > t-tabel. Nilai t-statistik merupakan hasil estimasi *path coefficients* untuk menguji kekuatan pengaruh antar variabel dan menjelaskan ketegasan hubungan antar arah variabel. Adapun penjelasannya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
KMP -> KNJ	0.405	0.405	0.123	3.305	0.001
KMP -> OKW	0.997	0.984	0.115	8.706	0.000
OKW -> KNJ	0.440	0.449	0.077	5.684	0.000
PMD -> KNJ	0.025	0.021	0.094	0.261	0.794
PMD -> OKW	-0.323	-0.306	0.134	2.408	0.016

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Pengujian hipotesis untuk masing-masing hubungan variabel Jalur langsung ditunjukkan sebagai berikut:

- a. Pengujian Hipotesis (H1) Variabel Pemanfaatan Media Digital (X1) terhadap Variabel Kinerja Usaha (Y)

Berdasarkan hasil *output* statistik untuk variabel Pengaruh Pemanfaatan Media Digital (X1) terhadap variabel Kinerja Usaha (Y) *P Values* menunjukkan nilai 0,794 > 0,05 yang menunjukkan bahwa nilai *P values* lebih besar dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau ( $\alpha$ ) = 0,05. Artinya, variabel Pemanfaatan Media Digital (X1) tidak berpengaruh terhadap terhadap variabel Kinerja Usaha (Y)

- b. Pengujian Hipotesis (H2) Variabel Kompetensi Kewirausahaan (X2) terhadap Variabel Kinerja (Y)

Berdasarkan hasil *output* statistik untuk pengaruh variabel Kompetensi Kewirausahaan (X2) terhadap Kinerja Usaha (Y) *P Values* menunjukkan nilai 0,001 < 0,05 yang berarti bahwa nilai *P values* lebih kecil dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau ( $\alpha$ ) = 0,05. Artinya, Kemampuan Kewirausahaan (X2) berpengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y) secara positif dan signifikan

- c. Pengujian Hipotesis (H3) Variabel Pemanfaatan Media Digital (X1) terhadap Variabel Orientasi Usaha (Z)  
Berdasarkan hasil *output* statistik untuk variabel Pemanfaatan Digital (X1) terhadap variabel Minat usaha (Y) P Values menunjukkan nilai  $0,016 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa nilai P values lebih kecil dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$ . Artinya, variabel Kpemanfaatan media digital (X1) berpengaruh terhadap terhadap variabel Orientasi Kewirausahaan (Z) secara positif dan signifikan.
- d. Pengujian Hipotesis (H4) (X2) Variabel Kompetensi Usaha (X2) terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan (Z)  
Berdasarkan hasil *output* statistik untuk variabel Kompetensi Usaha (X2) berpengaruh terhadap terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan (Z) P Values menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa nilai P values lebih kecil dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$ . Artinya, variabel Kompetensi Kewirausahaan (X2) berpengaruh terhadap Variabel Orientasi Kewirausahaan (Z) secara positif dan signifikan.
- e. Pengujian Hipotesis (H5) Variabel Orientasi Kewirausahaan (Z) terhadap Variabel Kinerja Usaha (Y)  
Berdasarkan hasil *output* statistik untuk variabel Pengaruh Orientasi Usaha (Z) berpengaruh terhadap variabel Kinerja Usaha (Y) P Values menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa nilai P values lebih kecil dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$ . Artinya, variabel Orientasi Kewirausahaan (Z) berpengaruh terhadap variabel Kinerja Usaha (Y) Secara positif dan signifikan

**Tabel 11. Nilai *Specific Indirect Effects***

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O STDEV)	P values
KMP -> OKW -> KNJ	0.439	0.440	0.082	5.335	0.000
PMD -> OKW -> KNJ	-0.142	-0.133	0.058	2.445	0.015

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan Smart PLS

Pengujian hipotesis untuk masing-masing hubungan variabel Jalur Tidak langsung ditunjukkan sebagai berikut:

- f. Pengujian Hipotesis (H6) Pengaruh Pemanfaatan Media Digital (X1) terhadap Variabel Kinerja Usaha (Y) melalui variable Orientasi Kewirausahaan (Z)  
Berdasarkan hasil *output* statistik untuk variabel Pengaruh Pemanfaatan Media Digital (X1) terhadap variabel Kinerja Usaha (Y) melalui variable Orientasi Kewirausahaan (Z) P Values menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa nilai P values lebih kecil dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$ . Artinya, variabel variable Orientasi Kewirausahaan (Z) Mampu memediasi pengaruh Pemanfaatan Media Digital (X1) terhadap variabel Kinerja Usaha (Y).
- g. Pengujian Hipotesis (H7) Pengaruh Variabel Kompetensi Kewirausahaan(X2) terhadap Variabel Kinerja Usaha (Y) melalui variable Orientasi Kewirausahaan (Z)  
Berdasarkan hasil *output* statistik untuk variabel Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan (X2) terhadap variabel Kinerja Usaha (Y) melalui variable Orientasi Kewirausahaan (Z) P Values menunjukkan nilai  $0,015 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa nilai P values lebih kecil dari *Level of Significance* yang digunakan sebesar 5% atau  $(\alpha) = 0,05$ . Artinya, variabel variable Orientasi Kewirausahaan (Z) mampu memediasi pengaruh Kompetensi Kewirausahaan (X2) terhadap variabel Kinerja Usaha (Y).

## Pembahasan

Penelitian ini membuktikan jika orientasi kewirausahaan mampu memediasi antara pemanfaatan media digital dengan kinerja usaha. Kombinasi antara pemanfaatan media digital yang tepat dengan orientasi kewirausahaan dapat menjadi kekuatan besar untuk meningkatkan kinerja usaha dan mencapai visi bisnis. Kombinasi pemanfaatan media digital yang tepat dan orientasi kewirausahaan yang kuat dapat menciptakan sinergi yang memperkuat usaha. Ini tidak hanya membantu meningkatkan kinerja bisnis saat ini, tetapi juga menciptakan fondasi untuk pertumbuhan dan inovasi di masa depan.

Jika pemanfaatan media tidak diikuti dengan orientasi kewirausahaan maka pemanfaatan media tersebut tidak akan mempengaruhi kinerja bisnis (lihat hasil pembuktian H1) namun jika pemanfaatan media digital dilakukan dengan fokus dan tujuan bisnis dalam hal ini ada unsur orientasi kewirausahaan yang ada didalamnya maka pemanfaatan media tersebut akan dapat memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja usaha.

Penelitian ini membuktikan jika orientasi kewirausahaan mampu memediasi kompetensi kewirausahaan untuk mencapai kinerja usaha, fakta fakta menunjukkan jika kombinasi antara kompetensi usaha dan orientasi kewirausahaan dari pelaku usaha dapat memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja usaha. Melibatkan orientasi kewirausahaan dengan kompetensi usaha dapat menciptakan sinergi yang kuat untuk mendorong kinerja usaha. Kombinasi ini tidak hanya membantu dalam menjalankan operasi saat ini dengan lebih efisien, tetapi juga menciptakan fondasi untuk pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang.

## 5. PENUTUP

Berdasar pada hasil penelitian serta pembahasan yang telah dipaparkan diatas maka hasil penelitian ini menyimpulkan hal hal sebagai berikut :

1. Penelitian ini membuktikan tidak terdapat pengaruh antara pemanfaatan media digital dengan kinerja usaha Mikro di Kecamatan Rapocini Kota Makassar hal ini disebabkan karena Sebagian besar pengusaha mikro belum terlalu seius dalam pemanfaatan media digital terutama yang ditujukan untuk meningkatkan kinerja usahanya
2. Penelitian ini membuktikan kopetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan demikian semakin baik kopetensi kewirausahaan maka akan semakin meningkat pula kinerja usaha yang dijalankan
3. Penelitian ini membuktikan Pemanfaatan media digital berpengaruh terhadap orientasi usaha denan demikian semakin inten penggunaan media digital yang dengan serius ditujukan untuk memahami permasalahan kewirausahaan akan semakin meningkatkan orientasi kewirausahaan pelaku usaha
4. Penelitia ini membuktikan kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap orientasi kewirausahaan hal ini menunjukkan jika seorang yang memiliki kopetensi kewirausahaan dengan baik hal ini akan semakin mengarahkan orienasi kewirausahaan yang dimilikinya untuk mencapai kesuksesan dalam berusaha
5. Penelitian ini mebuktikan Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha hal ini menunjukkan semakin baik orientasi kewirausahaan seseorang maka hal ini akan menjadi dasar yang kuat dalam pencapaian kinerja usaha yang dijalkannya
6. Pemanfaatan media digital akan memberikan efek pada pencapaian kinerja usaha apanbila pemanfaatan media digital tersebut dilakukan dengan melibatkan orientasi kewirausahaan, hal ini menindikasikan jika penggunaan media digital dengan cara memfokuskan penggunaannya dengan pertimbangan orientasi kewirausahaan maka hal ini akan dapayt mempengaruhi pencapaian kinerja usaha

7. Penelitian ini membuktikan Kompetensi kewirausahaan akan semakin memberikan efek terhadap pencapaian kinerja usaha apabila kemampuan tersebut dimediasi dengan orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2018). Strategi Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Aspek Modal Sosial (Studi pada BUMDes Surya Sejahtera, Desa Kedungturi, Kecamatan Taman, Kabupaten Sidoarjo). Universitas Airlangga
- Aminartha, D. S. A., Lantara, N. F., & Arifuddin, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Kemasan. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 369-378.
- Anggita Tresliyana Suryana & Burhanuddin (2021) Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi : Sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Jurnal AGRISEP* DOI: 10.31186/jagrisep.20.1.117-128.
- Ariawan Aryapranata & Husen Hutagalung (2022) Digital Marketing untuk Pengembangan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Esensi Infokom : Jurnal esensi sistem informasi dan sistem komputer* Vol 6 No 2 . DOI: <https://doi.org/10.55886/infokom.v6i2.502>
- Bambang Setiyo Pambudi, Suyono, (2019) DIGITAL MARKETING AS AN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN BADAN USAHA MILIK DESA(BUMDesa) IN EAST JAVA. *Kompetensi*, Vol 13, No 2, Oktober 2019,
- Bisma Galih Nugraha , Trustorini Handayani (2022). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Sentra Tahu Dan Tempe Cibuntu Kota Bandung. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*. Vol 2 No 1 (2022): DOI [10.34010/jemba.v2i1.6789](https://doi.org/10.34010/jemba.v2i1.6789)
- Darman Saputra, Hamsan, Ari Agung Nugroh, Dony Yanuar, Ary Fakturrachman Aryansyah<sup>1)</sup>, Ryand Daddy Setyawan. (2022) Pemberdayaan BUMDes dan UMKM Desa Kace Timur Melalui Promosi Produk Berbasis Digital. *Jrespro*.Vol 3, No 1, Juli 2022, Page 6-10 ISSN 2723-1674 (Media Online) DOI 10.47065/jrespro.v3i1.2682,
- Dessler, Gary. (2017). *Human Resource Management*. England: Pearson Education Limited, Inc.
- Eka Ludiya (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Cimahi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol 11 No 2
- Feriyansyah, A., Febriansyah. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (Studi Kasus Usaha Makanan Ringan di Kota Pagar Alam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1) . doi: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1>
- Flew, Terry.(2008). *New Media: An Introduction* (3rd Edition). South Mellbroune: Oxford University Press
- Galib, M., Haerani, S., Maming, J., & Munir, A. R. (2022, November). The Effect of Using Social Media Marketing and Market Orientation on the Performance of Culinary MSMEs in Makassar. In *Proceeding of The International Conference on Economics and Business* (Vol. 1, No. 2, pp. 615-625).
- GALIB, M., HAERANI, S., MAMIMG, J., & RAZAK MUNIR, A. (2022). The Role of SMT and Business Network Accentuation on Value Distribution and Performance Consequences. *Journal of Distribution Science*, 20(5), 97-104.
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B.J, Anderson, R. E., & Tatham, R. L., (2006). "Multivariate dataAnalysis", Sixth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Hendra Suwardana, (2018). *Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental*

- Hidayat, M., & Citra, C. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Pasar dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Bisnis Warung Kopi di Kota Makassar. *Jurnal Mirai Management*, 5(1), 244-256.
- Hsu, Y.-L. (2012), "Facebook as international emarketing strategy of Taiwan hotels", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 31 No. 1, pp. 972-980.
- H. Y. Hartanto, (2022) Analisis pengaruh penggunaan media digital terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)
- Indra Permana, (2020) KINERJA USAHA BUMDES DI KABUPATEN BEKASI DIPENGARUHI OLEH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, TEKNOLOGI DIGITAL KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI USAHA. Vol 1, No. 2 (2020), Desember 2020 E-ISSN: 2746-2471,
- Kaplan, Andreas and Michael Haenlein. (2010). Users of the world, unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Kelley School of Business. Business Horizons*, Vol. 53, No. 1, pp.59-68
- Kevin dan Ida Puspitowati, (2020) Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM..*Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, Volume II No. 3/2020 Hal: 612-620,
- Liekyhung & Lydiawati Soelaiman (2022) Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM DKI Jakarta yang Dimediasi oleh Kompetensi Kewirausahaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* Vol. 4 No. 3 [Vol. 4 No. 3 \(2022\)](#);
- Muhammad Fakhri Rasyidi (2016) Pengaruh Orientasi kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada UMKM Keripik Buah Di Wilaya Malang Raya) *Jurnal Iliah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol 4 No 2
- Muhammad Ridwansyah, Dwi Hastuti, Heriberta, Syaparuddin, Emilia, (2019). Penguatan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dengan Memaksimalkan Pemanfaatan Berbagai Fasilitas Digital. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* p-ISSN 2807- 3398 DOI: 10.53867/JPM.v1i2.30 e-ISSN 2807-3401.
- Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, Ni Made Suci & Komang Krisna Heryanda (2022). Strategi Transformasi Digital UMKM Kerajinan Tangan Pada Masa Pandemi COVID-19 Di Kabupaten Gianyar Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora*. Doi: <https://doi.org/10.23887/jish.v11i2.39734>
- Nurjannatul Hasanah, Mohammad Nur Utomo & Hariyadi Hamid (2018). Hubungan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha: Studi Empiris UMKM Di Kota Tarakan. *Management Insight : Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol 13 No 2 . <https://doi.org/10.33369/insight.13.2.27-38>
- Prasetyo, B., & Trisyanti, D. (2018). Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*. No. 5.
- Prasetyo, (2018) Pemanfaatan media pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi dalam pendidikan pancasila dan kewarganegaraan pada SMK Negeri 1 Selo
- Sedarmayati. 2009. *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Setia Tjahyanti ,Nurafni Chaerunisa, (2020) Kompetensi,Kepemimpinan. *Media Bisnis* P-ISSN: 2085 – 3106 Vol. 12, No. 2, September 2020, Hlm. 127-132 <http://jurnaltsm.id/index.php/MB>.
- Sugiyono. (2011) *1 Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Warsiyah (2023). Analisis Kebutuhan UMKM di Era Digital terhadap Peningkatan Kinerja UMKM di Bandar Lampung Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer Volume 7, Nomor 3, Agustus 2023. <http://doi.org/10.33395/remik.v7i3.12917>
- Wijaya, Suhaji. 2012. Pengaruh kemampuan dan motivasi terhadap kinerja karyawan
- Zulkifli, Irwan Sugiarto, Fithriah Napu, Arief Yanto Rukmana & Puji Hastuti. (2023) Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature) *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 1 No. 02. DOI: [10.58812/sek.v1i02.87](https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87)
-