

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Generasi X, yang lahir antara tahun 1965 dan 1980, sekarang memainkan peran penting sebagai pengusaha. Di era transformasi digital, ekosistem bisnis mengalami transformasi yang signifikan, di mana teknologi menjadi bagian penting dari operasional bisnis. Transformasi budaya digital, yang melibatkan adopsi teknologi dan perubahan pola pikir organisasi, menjadi sangat penting bagi kesuksesan bisnis modern. Kompetensi digital, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara efektif, dan kepemimpinan digital, kemampuan untuk memimpin dalam lingkungan berbasis teknologi, adalah semua fakta yang penting untuk kesuksesan bisnis modern. (Sasono & Y, 2014).

Transformasi budaya digital, organisasi harus mengadopsi alat dan platform digital. Alat-alat ini tidak hanya meningkatkan produktivitas operasi tetapi juga memungkinkan organisasi berinteraksi lebih baik dengan pelanggan dan stakeholder. Ketika datang ke proses ini, keterampilan digital sangat penting karena kemampuan untuk menguasai dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital merupakan faktor utama yang membedakan bisnis yang berkembang dari yang tertinggal. Untuk memastikan bahwa organisasi dapat beradaptasi dengan cepat dan efektif terhadap dinamika pasar yang terus berubah, kepemimpinan digital memerlukan penguasaan teknologi dan kemampuan untuk memimpin tim dalam menghadapi perubahan digital.

Entrepreneur dapat mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih efisien dan fokus pada kegiatan yang memberikan nilai tambah lebih besar dengan mengotomatisasi proses-proses bisnis yang sebelumnya

Dalam jangka panjang, manfaat ini diharapkan dapat meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan perusahaan. Aspek etika dalam penggunaan teknologi digital. Bisnis Generasi X harus memastikan bahwa mereka mengadopsi praktik bisnis yang moral dan bertanggung jawab



karena mereka akan semakin bergantung pada teknologi. Ini termasuk tanggung jawab sosial, transparansi bisnis, dan perlindungan data pelanggan. Fokus penelitian ini adalah bagaimana prinsip-prinsip etika ini dapat digunakan dalam strategi digital untuk menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. (Marsdenia & Safitri, 2023).

Motivasi wirausaha memainkan peran penting sebagai pendorong yang mengendalikan dampak transformasi dan kompetensi digital terhadap kinerja bisnis. Motivasi ini mencakup berbagai hal, seperti keinginan untuk menjadi mandirian finansial dan keinginan untuk berinovasi dan berkontribusi positif kepada masyarakat. UMKM Perempuan Generasi X lebih akrab dengan perubahan teknologi daripada generasi sebelumnya. Oleh karena itu, motivasi wirausaha dapat berfungsi sebagai katalisator penting untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital secara efektif.

Penelitian tentang motivasi wirausaha seperti pada Saoula et al. (2023) lebih banyak menyoroti peran efikasi diri dan dukungan keluarga dalam meningkatkan niat kewirausahaan, tetapi kurang mengeksplorasi bagaimana motivasi wirausaha dapat memoderasi pengaruh transformasi digital pada kinerja. Setyaningrum et al. (2023) menunjukkan efek kepemimpinan dan efikasi diri pada pengadopsian digitalisasi, tetapi belum membahas efek moderasi motivasi pada kinerja

Transformasi digital mencakup aspek manusia dan budaya organisasi selain teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini akan melihat bagaimana perubahan budaya dalam suatu organisasi dapat membantu atau menghalangi adopsi teknologi digital. Faktor penting yang akan dianalisis termasuk fleksibilitas, adaptabilitas, dan kemampuan untuk belajar (Liu et al., 2022).

Kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru juga penting untuk kesuksesan bisnis karena globalisasi dan persaingan pasar yang ketat. Dengan kombinasi pengalaman dan kemampuan adaptasi, UMKM Perempuan Generasi X memiliki potensi besar untuk



memimpin transformasi ini. Namun, untuk melakukannya, mereka perlu mendapatkan dukungan dalam bentuk pelatihan terus-menerus dan akses ke sumber daya teknologi (Setiawan et al., 2023).

Perempuan Generasi X, yang lahir antara tahun 1965 hingga 1980, memegang peran strategis dalam ekosistem Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Mereka tidak hanya menjadi pelaku usaha yang berpengalaman, tetapi juga penopang ekonomi keluarga sekaligus komunitas. Dalam konteks transformasi digital, kelompok ini menghadapi tantangan ganda: di satu sisi, mereka diharapkan mampu mengikuti percepatan digitalisasi bisnis, namun di sisi lain, mereka tidak tumbuh dalam era teknologi seperti generasi milenial atau Gen Z. Perbedaan karakteristik ini menjadikan mereka sebagai kelompok yang rawan tertinggal apabila tidak mendapatkan dukungan adaptif, baik dari sisi keterampilan digital, kepemimpinan, maupun budaya usaha yang lebih inovatif.

Urgensi perempuan Generasi X dalam penelitian ini juga berkaitan erat dengan rendahnya representasi mereka dalam kajian akademik mengenai digitalisasi UMKM. Selama ini, fokus banyak riset tertuju pada generasi muda, padahal perempuan Generasi X menghadapi tekanan yang unik—seperti peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan pelaku usaha, serta keterbatasan dalam akses informasi, pelatihan digital, dan kepemimpinan berbasis teknologi. Oleh karena itu, penting untuk menggali bagaimana transformasi budaya digital, kompetensi digital, dan kepemimpinan digital dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha mereka. Lebih dari itu, perlu dianalisis pula peran motivasi wirausaha sebagai faktor mediasi yang memungkinkan mereka bertahan dan tumbuh dalam lanskap bisnis digital.

Selain itu, perempuan Generasi X memiliki potensi besar sebagai perubahan di komunitasnya. Ketika kelompok ini mampu internalisasi nilai-nilai digitalisasi dan menerapkannya dalam praktik sehari-hari, maka dampaknya akan meluas ke lingkup sosial yang



lebih besar. Mereka bisa menjadi role model dalam memperkuat budaya wirausaha digital, khususnya di kalangan perempuan. Urgensi penelitian ini juga sejalan dengan agenda nasional dan global, seperti program pemberdayaan UMKM dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam mendukung kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Dengan memahami dinamika perempuan Generasi X dalam konteks ini, penelitian ini tidak hanya menawarkan kontribusi teoritis, tetapi juga rekomendasi praktis dalam pengembangan kebijakan pemberdayaan UMKM perempuan yang lebih responsif terhadap tantangan era digital.

Perempuan Generasi X berada pada titik kritis dalam siklus hidup profesional dan kewirausahaan mereka. Di satu sisi, mereka memiliki akumulasi pengalaman kerja dan keterampilan praktis yang dibangun selama puluhan tahun. Namun di sisi lain, mereka juga menghadapi keterbatasan dalam literasi digital karena tidak sepenuhnya terpapar dengan teknologi sejak usia muda. Inilah yang membedakan mereka dari generasi yang lebih muda, yang umumnya lebih adaptif terhadap perubahan teknologi. Perempuan Generasi X kerap mengalami ketertinggalan dalam hal penguasaan platform digital, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan serta manajemen usaha. Hal ini membuat mereka berada dalam posisi rentan terhadap disrupsi digital, yang bila tidak ditangani secara sistematis akan berdampak pada penurunan daya saing UMKM mereka.

Pelatihan digital yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga non-pemerintah sering kali tidak disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik generasi ini. Pendekatan one-size-fits-all menyebabkan kurangnya efektivitas dalam mendorong perubahan perilaku kewirausahaan pada perempuan Generasi X. Padahal, kemampuan dalam mengelola dan mempertahankan usaha skala mikro hingga merupakan fondasi penting dalam menopang ekonomi lokal, terutama h-daerah yang jauh dari pusat pertumbuhan digital. Penelitian ini



menjadi penting untuk mengevaluasi model pemberdayaan yang tepat bagi kelompok ini—yakni model yang mempertimbangkan aspek usia, gender, motivasi pribadi, serta faktor sosial-budaya yang mempengaruhi proses transformasi digital mereka.

Selain kontribusi ekonomi, perempuan Generasi X juga memainkan peran sentral dalam membangun budaya wirausaha di keluarga dan komunitas. Mereka tidak hanya menjalankan bisnis untuk kepentingan pribadi, tetapi juga menjadi penggerak sosial, pendidik informal bagi anak-anak mereka, dan sumber inspirasi bagi sesama perempuan di sekitarnya. Dengan memfokuskan perhatian akademik kepada mereka, disertai ini berupaya mendorong lahirnya kebijakan dan pendekatan yang lebih inklusif dan berkeadilan, khususnya dalam membangun ekosistem UMKM yang tidak hanya berbasis pada teknologi, tetapi juga pada manusia dan nilai-nilai lokal yang mereka miliki. Ini menjadikan penelitian ini tidak hanya relevan secara teoritis dan praktis, tetapi juga strategis dalam mendukung agenda pembangunan ekonomi dan sosial secara berkelanjutan.

Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti pada Benitez et al. (2022), menekankan peran kemampuan kepemimpinan digital terhadap inovasi melalui kapabilitas platform digitalisasi, tetapi masih kurang membahas bagaimana budaya digital secara holistik dapat memengaruhi kinerja wirausaha, terutama pada generasi tertentu seperti Generasi X (Benitez et al. 2022 IM). Corvello et al. (2022) menunjukkan bagaimana digitalisasi memengaruhi kegiatan harian entrepreneur, tetapi tidak secara eksplisit membahas dampak transformasi budaya digital terhadap kinerja UMKM Perempuan Generasi X.

Pengusaha perempuan Generasi X terkadang tidak dapat mengadopsi teknologi dengan cepat dan industri lain di mana mereka mengadopsi teknologi dengan lebih lambat. Dengan pemahaman ini, idasi khusus dapat dibuat untuk mendorong adopsi teknologi yang rata dan meningkatkan kinerja bisnis di berbagai industri. (Islam et).



Kompetensi digital juga dibutuhkan oleh UMKM Perempuan Gen X untuk menjalankan UMKM Perempuan. Penelitian seperti Bachmann et al. (2024) dan Triyono et al. (2023) menyoroti pentingnya kompetensi digital dalam mendukung niat kewirausahaan dan pengaruhnya terhadap inovasi. Namun, belum ada fokus yang cukup pada peran kompetensi digital dalam meningkatkan kinerja entrepreneur Generasi X, yang memiliki pengalaman teknologi berbeda dibandingkan generasi yang lebih muda. Dalam konteks Indonesia, Sariwulan et al. (2020) menekankan pentingnya literasi digital pada UMKM, tetapi penelitian lebih banyak berfokus pada generasi muda dibandingkan UMKM Perempuan Generasi X.

Adapun beberapa Marketplace yang biasa digunakan UMKM Generasi X seperti **shopee dengan** tampilan user-friendly, banyak program promosi seperti gratis ongkir, cashback, dan fitur “live selling” sehingga **cocok untuk** produk fashion, aksesoris, makanan rumahan, dan kerajinan. Di samping itu untuk **kemudahan** aplikasi mudah dipahami oleh pengguna Generasi X, banyak tutorial dan dukungan seller center.

Marketplace selanjutnya yakni **tokopedia yang merupakan brand** lokal yang kuat, mendukung pelaku usaha kecil dan menengah dengan fitur katalog produk dan statistik penjualan. **Cocok untuk** produk rumah tangga, herbal, pakaian, perlengkapan anak dengan **fitur yang disukai**: Tokopedia Seller, integrasi dengan GoSend, dan pembayaran digital (OVO/Tokopedia PayLater). **Facebook Marketplace merupakan marketplace selanjutnya yang** banyak dipilih oleh perempuan Generasi X sudah aktif di Facebook, sehingga mudah transisi ke fitur marketplace. **Cocok untuk** barang bekas layak pakai, makanan rumahan, dan produk lokal dengan **kelebihan** tidak perlu aplikasi tambahan serta langsung terhubung dengan jaringan sosial dan pelanggan lokal.



Instagram Shopping / DM (Direct Message) yang banyak digunakan sebagai media promosi visual produk. Lebih nyaman karena transaksi bisa dilakukan via DM. **Cocok untuk** produk yang perlu

tampilan visual menarik (fashion, makanan, kerajinan) dengan **strategi umum seperti** posting rutin, testimoni, dan story highlights. **Bukalapak juga sering digunakan** meskipun popularitasnya menurun dibanding Shopee dan Tokopedia, masih digunakan oleh sebagian UMKM yang fokus pada produk niche atau layanan komunitas. **Fitur andalannya yakni** mitra Bukalapak untuk usaha kecil di level warung.

Marketplace terakhir yakni **TikTok Shop** (*masih minor di Generasi X, tapi mulai diadopsi*) **dimana** Generasi X yang lebih adaptif dan mengikuti pelatihan digital mulai mencoba TikTok Shop karena potensinya dalam menjangkau pasar muda. Penggunaan marketplace ini juga memiliki **tantangan seperti** butuh adaptasi dengan konten video dan live streaming. Untuk UMKM perempuan Generasi X, **Shopee, Tokopedia, dan Facebook Marketplace** adalah platform yang paling umum dan **mudah diakses**. Mereka lebih memilih platform yang mudah dioperasikan, punya layanan pelanggan jelas, dan memungkinkan interaksi langsung dengan pembeli (chat, DM, komentar).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Marsdenia & Safitri (2023), variabel kelincahan manusia berpengaruh signifikan terhadap kemampuan dan minat berwirausaha, variabel literasi digital hanya berpengaruh signifikan terhadap kemampuan, variabel kurikulum tidak berpengaruh terhadap kemampuan atau minat berwirausaha, variabel peran keluarga hanya berpengaruh signifikan berpengaruh terhadap kapabilitas, dan variabel kapabilitas berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun variabel intervening kapabilitas merupakan variabel yang baik untuk mempengaruhi minat generasi milenial dalam berwirausaha.

Fenomena yang sering ditemui terkait **kompetensi digital** menunjukkan adanya kesenjangan signifikan dalam penelitian dan praktik, terutama pada UMKM Perempuan Generasi X sebagai pemimpin UMKM. Salah satu penelitian yang ada, seperti oleh Bachmann et al. (2024) dan Satrio et al. (2023), menyoroti pentingnya kompetensi digital dalam



mendorong niat kewirausahaan dan inovasi. Namun, fokusnya lebih sering diarahkan pada generasi muda yang dianggap lebih mahir dalam teknologi digital. Hal ini menciptakan gap karena Generasi X, yang memiliki pengalaman teknologi berbeda dan sering kali lebih terbatas dibandingkan generasi lebih muda, belum banyak dijadikan subjek penelitian dalam konteks pengembangan kompetensi digital mereka.



Gambar 1.1. Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2023

Sumber: Badan Pengembangan SDM Kominfo Kementerian Komunikasi dan Informatika

Gambar 1.1. menunjukkan bahwa literasi internet dasar di kalangan responden cukup tinggi, tetapi masih ada ruang untuk peningkatan, khususnya untuk mendukung perempuan generasi X di Sulawesi Selatan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan UMKM mereka. Dengan mengatasi celah keterampilan ini, transformasi budaya digital dapat lebih efektif diimplementasikan di kalangan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing dan kinerja usaha

Mayoritas responden memiliki kemampuan dasar literasi internet, namun terdapat beberapa celah yang perlu ditingkatkan. Sebanyak 58% responden menyatakan setuju bahwa mereka mampu menghubungkan at dengan internet, dengan tambahan 10% sangat setuju, sehingga mencapai 68%. Sementara itu, 22% netral, dan sisanya merasa nampu (8% tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju). Dalam hal



kemampuan mengunduh dan memasang aplikasi ke perangkat seluler, 59% responden setuju dan 11% sangat setuju, menghasilkan total 70% yang merasa kompeten, meskipun masih ada 30% responden yang bersikap netral atau merasa tidak mampu.

Kemampuan mengoperasikan browser menunjukkan bahwa 54% responden setuju dan 9% sangat setuju, sehingga total 63% merasa mampu menggunakan browser untuk kebutuhan dasar. Namun, terdapat 24% yang netral, serta 11% tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju, menunjukkan bahwa sekitar 37% responden masih menghadapi kesulitan dalam menggunakan browser. Data ini mencerminkan bahwa meskipun lebih dari separuh responden memiliki kemampuan literasi internet yang cukup, ada sejumlah individu yang masih memerlukan pelatihan dan pendampingan, terutama dalam penggunaan perangkat digital secara optimal.



Gambar 1.2. Hasil Perhitungan Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2023
Secara Nasional

Sumber: Badan Pengembangan SDM Kominfo Kementerian Komunikasi dan Informatika



Berdasarkan gambar di atas, secara nasional, Indeks Masyarakat Indonesia (IMDI) 2023 mencatat skor rata-rata 43,18. Indeks ini

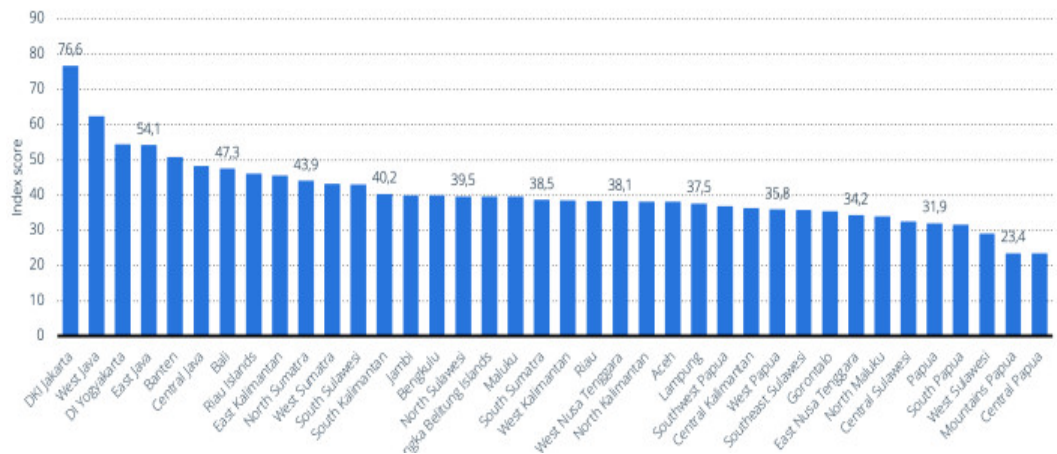
dihitung berdasarkan empat pilar utama: Infrastruktur & Ekosistem (57,09), Keterampilan Digital (56,59), Pemberdayaan (26,19), dan Pekerjaan (32,14). Pilar Infrastruktur & Ekosistem serta Keterampilan Digital memiliki skor yang relatif tinggi, menunjukkan bahwa secara umum, akses terhadap teknologi digital dan kemampuan dasar masyarakat untuk menggunakan teknologi sudah cukup baik. Namun, skor rendah pada Pilar Pemberdayaan (26,19) dan Pilar Pekerjaan (32,14) mengindikasikan masih rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendorong aktivitas ekonomi dan inklusi digital, khususnya di sektor UMKM. Hal ini menunjukkan tantangan dalam transformasi digital, terutama dalam penerapan teknologi untuk memberdayakan pelaku usaha mikro dan kecil.

Sulawesi Selatan mencatat skor 42,77, sedikit di bawah rata-rata nasional (43,18). Skor ini menunjukkan bahwa provinsi ini masih menghadapi tantangan dalam implementasi transformasi digital, khususnya untuk pelaku UMKM. Dengan skor yang mendekati rata-rata nasional, Sulawesi Selatan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kinerja digitalisasi, terutama pada pilar-pilar dengan skor rendah seperti Pemberdayaan dan Pekerjaan. Hal ini sejalan dengan karakteristik UMKM di Sulawesi Selatan yang membutuhkan dukungan lebih dalam hal akses pasar digital, pelatihan keterampilan digital tingkat lanjut, serta integrasi teknologi untuk meningkatkan produktivitas.

Skor IMDI Sulawesi Selatan dalam konteks transformasi digital UMKM mendekati rata-rata nasional mencerminkan adanya potensi besar yang belum dimanfaatkan secara optimal. Meskipun infrastruktur digital dan keterampilan dasar sudah cukup baik, pemberdayaan UMKM melalui teknologi digital masih perlu ditingkatkan. Dukungan yang lebih terfokus, seperti pelatihan penggunaan platform e-commerce, pemanfaatan teknologi pembayaran digital, dan strategi pemasaran digital, dapat membantu pelaku UMKM di Sulawesi Selatan mengoptimalkan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka di era digital. Dengan peningkatan



di pilar-pilar strategis, Sulawesi Selatan dapat berkontribusi lebih signifikan terhadap transformasi ekonomi digital nasional.



Gambar 1.2 Digital competitiveness index score distribution in Indonesia

Sumber: Kurious by Katadata Insight Center; East Ventures; PwC

Indonesia (2024)

Berdasarkan grafik di atas, kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan pada dunia bisnis, termasuk di Indonesia. Grafik indeks kinerja kewirausahaan menunjukkan variasi yang mencolok antar provinsi, dengan Sulawesi Selatan mencatat indeks kinerja sebesar 38,5, berada di posisi tengah dari 34 provinsi. Posisi ini menunjukkan bahwa Sulawesi Selatan menghadapi tantangan dalam memanfaatkan potensi kewirausahaan, khususnya bagi UMKM Perempuan generasi X yang kini menjadi tulang punggung ekonomi. Transformasi budaya digital menjadi krusial untuk memastikan adaptasi bisnis terhadap era digital, khususnya di provinsi yang memiliki potensi ekonomi berbasis sektor primer dan pariwisata seperti Sulawesi Selatan.

Adapun gap teori dari transformasi digital, seperti yang dikemukakan oleh Rogers (1995) dalam "Diffusion of Innovations," menekankan proses teknologi tetapi sering mengabaikan dimensi budaya dan gender. Konteks penelitian ini, belum ada eksplorasi mendalam tentang



bagaimana transformasi budaya digital secara holistik memengaruhi kinerja UMKM perempuan Generasi X.

UMKM Perempuan generasi X di Sulawesi Selatan menghadapi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan kompetensi digital guna menjaga daya saing usaha mereka. Kompetensi digital mencakup kemampuan memanfaatkan teknologi informasi untuk operasional bisnis, pemasaran digital, hingga pengelolaan data yang efisien. Selain itu, kepemimpinan digital, yaitu kemampuan seorang pemimpin untuk memandu tim dan organisasi dalam memanfaatkan teknologi, menjadi elemen penting untuk memastikan transformasi budaya digital berjalan efektif. Namun, kajian mengenai peran transformasi budaya digital, kompetensi digital, dan kepemimpinan digital terhadap kinerja UMKM Perempuan generasi X di Sulawesi Selatan masih terbatas, meskipun hal ini sangat relevan dalam menghadapi tantangan global.

Oleh karena itu penelitian ini berusaha menjembatani kesenjangan teori gap kompetensi digital penelitian sebelumnya, seperti yang dibahas oleh Ferrari (2013), menguraikan kompetensi digital sebagai keterampilan teknis, tetapi teori ini jarang diterapkan pada konteks Generasi X, yang memiliki pengalaman teknologi berbeda dibandingkan generasi muda. Hal ini menciptakan kesenjangan dalam memahami relevansi dan penerapan teori ini untuk UMKM perempuan.

Dalam konteks Indonesia, literasi digital pada UMKM telah dibahas oleh Sariwulan et al. (2020), tetapi perhatian lebih banyak diberikan kepada generasi muda dibandingkan UMKM Perempuan Generasi X. Tantangan ini diperburuk oleh kurangnya pelatihan khusus dan akses terhadap teknologi, sehingga pemimpin perempuan UMKM dari Generasi X kerap menghadapi kesulitan dalam mengintegrasikan kompetensi digital dengan praktik bisnis mereka. Gap ini menyoroti perlunya pendekatan yang lebih untuk memahami dan mendukung peran kompetensi digital dalam meningkatkan kinerja Generasi X di era transformasi digital.



Variabel kepemimpinan juga digital dapat memberi pengaruh terhadap kinerja wirausaha. Sangat penting untuk memahami peran kepemimpinan digital dalam era transformasi ini. Pemimpin digital yang cerdas dapat mendorong inovasi, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan tempat kerja yang lebih berkolaborasi. Selain itu, mereka memiliki kemampuan untuk memastikan bahwa setiap anggota staf memahami dan memanfaatkan teknologi yang tersedia, sehingga mereka dapat membantu organisasi melalui perubahan besar yang dibawa oleh digitalisasi.

Berdasarkan gap teori kepemimpinan digital dimana teori kepemimpinan digital, seperti yang dijelaskan oleh Avolio et al. (2014), sering difokuskan pada organisasi besar atau sektor teknologi maju. Dalam konteks UMKM, terutama perempuan Generasi X, teori ini belum dikaji secara mendalam, sehingga belum dapat menjelaskan bagaimana kepemimpinan digital berkontribusi pada kinerja di lingkungan usaha kecil.

Ridwan et al. (2024) menyebutkan bahwa motivasi intrinsik dan ekstrinsik berperan dalam niat kewirausahaan digital, tetapi tidak mengaitkannya dengan kepemimpinan digital dan bagaimana hal ini dapat diterapkan oleh UMKM Perempuan Generasi X. Konsep kepemimpinan digital lebih sering dibahas dalam konteks perusahaan besar atau sektor teknologi maju, seperti yang terlihat pada penelitian Benitez et al. (2022), tetapi jarang terkait dengan UMKM Perempuan Generasi X.

Dimana gap teori mengenai moderasi motivasi wirausaha, seperti Self-Determination Theory oleh Ryan dan Deci (2000), sering menyoroti motivasi intrinsik dan ekstrinsik, tetapi jarang dikaji dalam perannya sebagai mediator atau moderator dalam hubungan antara transformasi digital dan kinerja bisnis, terutama pada konteks UMKM perempuan Generasi X.

Hasil penelitian terdahulu dari Nguyen et al (2021) mengungkapkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan melalui mediator penuh kreativitas kemampuan dinamis, dan keunggulan kompetitif dapat meningkatkan UKM TI. Sementara orientasi kewirausahaan tidak mempengaruhi bisnis UKM, kemampuan inovasi teknologi dapat memberikan



beberapa manfaat. Selain itu, orientasi kewirausahaan tidak memainkan peran mediasi dalam hubungan antara kepemimpinan kewirausahaan dan kinerja UKM. Akhirnya, hasilnya memungkinkan kami memberikan wawasan dan rekomendasi yang bermakna untuk mengelola dan mempromosikan inspirasi kewirausahaan yang lebih baik.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ditemukan gap penelitian dari Hanggraeni & Sinamo (2021) menyoroti peran kualitas kewirausahaan seperti motivasi, orientasi kewirausahaan, dan perilaku risiko terhadap kinerja finansial UMKM di Indonesia, terutama selama pandemi COVID-19. Studi ini menemukan bahwa motivasi intrinsik dan kontinuitas memiliki dampak signifikan pada kinerja keuangan UMKM, sementara inovasi dianggap kurang efektif. Studi ini menggarisbawahi pentingnya faktor kewirausahaan untuk menghadapi tantangan seperti ketidakstabilan ekonomi.

Penelitian selanjutnya oleh Kyal et al., (2022) menekankan pada orientasi kewirausahaan individu (IEO) yang melibatkan kepemimpinan dan kemampuan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian ini juga mengidentifikasi peran mediasi motivasi karyawan dan moderasi intervensi pemerintah dalam konteks pandemi. Studi ini menunjukkan bahwa kepemimpinan kewirausahaan dan kemampuan untuk berinovasi, mengambil risiko, serta berorientasi proaktif dapat meningkatkan kinerja UMKM jika didukung oleh kebijakan yang efektif dan motivasi internal.

Kedua penelitian masih kurang secara spesifik mengeksplorasi dampak transformasi digital pada UMKM yang dikelola oleh perempuan Generasi X sehingga menjadi peluang bagi peneliti untuk melakukan pengembangan riset. Hal ini menjadi celah untuk menginvestigasi bagaimana kompetensi digital dan kepemimpinan digital memengaruhi

UMKM dengan mempertimbangkan peran gender dan generasi. n studi pertama menyebutkan adaptasi UMKM selama pandemi,



budaya digital tidak didefinisikan secara eksplisit sebagai variabel transformasional dalam konteks meningkatkan daya saing dan kinerja.

Penelitian Hanggraeni lebih menekankan pada motivasi intrinsik tanpa menjelajahi potensi motivasi wirausaha sebagai mediator. Studi oleh Kyal mengintegrasikan motivasi karyawan, tetapi tidak menyoroti motivasi wirausaha individu secara spesifik dalam transformasi digital. Studi Kyal mencakup kepemimpinan kewirausahaan secara umum tetapi tidak mengaitkannya dengan kepemimpinan digital yang relevan dengan dinamika digitalisasi saat ini.

Berdasarkan pra observasi ditemukan fenomena terkait pemimpin dari UMKM Perempuan Generasi X yang sering mendominasi sektor UMKM menghadapi tantangan dalam mengadopsi teknologi digital, terutama karena keterbatasan infrastruktur, sumber daya, dan pelatihan formal yang relevan. Selain itu, transformasi budaya digital sering kali hanya dianggap sebagai adopsi alat teknologi tanpa memperhatikan perubahan pola pikir atau keterlibatan seluruh elemen organisasi. Generasi X juga sering kesulitan memahami dan memotivasi generasi yang lebih muda, seperti milenial dan Generasi Z, yang lebih mahir dalam teknologi digital, sehingga menciptakan kesenjangan dalam pengambilan keputusan strategis.

Terdapat beberapa kesenjangan fenomena dalam penelitian terkait transformasi digital UMKM perempuan Generasi X. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada generasi muda dalam konteks literasi dan kompetensi digital, sehingga kurang memperhatikan Generasi X, terutama perempuan, dalam mengembangkan kompetensi digital mereka untuk meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, studi tentang kepemimpinan digital cenderung dilakukan di perusahaan besar atau sektor teknologi tinggi, tanpa menggali perannya di UMKM perempuan Generasi



menghadapi tantangan unik. Transformasi digital juga sering kali dilihat sebagai adopsi alat teknologi, tanpa mempertimbangkan an pola pikir dan budaya organisasi secara menyeluruh, yang

sangat penting bagi UMKM. Terakhir, efek moderasi motivasi wirausaha pada hubungan transformasi digital dengan kinerja bisnis belum banyak dieksplorasi, meskipun penelitian terkait efikasi diri dan dukungan keluarga telah dibahas secara umum. Fenomena ini menunjukkan perlunya pendekatan holistik dan spesifik untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dan praktik.

Hal ini diperparah oleh ketidakpastian manfaat langsung dari kepemimpinan digital terhadap kinerja UMKM, yang membuat banyak pemimpin enggan untuk berinvestasi dalam transformasi digital. Gap ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami peran budaya digital, kompetensi digital, dan motivasi wirausaha dalam meningkatkan kinerja bisnis, khususnya dalam konteks UMKM Perempuan Generasi X yang menghadapi tantangan unik di era digital.

1.2. Rumusan Masalah

- 1) Apakah Transformasi budaya digital berpengaruh terhadap motivasi wirausaha?
 - 2) Apakah kompetensi digital berpengaruh terhadap motivasi wirausaha?
 - 3) Apakah kepemimpinan digital berpengaruh signifikan terhadap motivasi wirausaha?
 - 4) Apakah Transformasi budaya digital berpengaruh terhadap kinerja umkm perempuan generasi x?
 - 5) Apakah kompetensi digital berpengaruh terhadap kinerja umkm perempuan generasi x?
 - 6) Apakah kepemimpinan digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja umkm perempuan generasi x?
 - 7) Apakah motivasi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja umkm perempuan generasi x?
- Apakah transformasi budaya digital berpengaruh terhadap kinerja umkm perempuan generasi x jika dimediasi oleh motivasi wirausaha?



- 9) Apakah kompetensi digital berpengaruh terhadap kinerja umkm perempuan generasi x jika dimediasi oleh motivasi wirausaha?
- 10) Apakah kepemimpinan digital berpengaruh terhadap kinerja umkm perempuan generasi x jika dimediasi oleh motivasi wirausaha?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Menganalisis pengaruh transformasi budaya digital terhadap motivasi wirausaha
- 2) Menganalisis pengaruh kompetensi digital terhadap motivasi wirausaha
- 3) Menganalisis pengaruh kepemimpinan digital terhadap motivasi wirausaha
- 4) Menganalisis pengaruh transformasi budaya digital terhadap kinerja umkm perempuan generasi x
- 5) Menganalisis pengaruh kompetensi digital terhadap kinerja umkm perempuan generasi x
- 6) Menganalisis pengaruh kepemimpinan digital terhadap kinerja umkm perempuan generasi x
- 7) Menganalisis pengaruh motivasi wirausaha terhadap kinerja umkm perempuan generasi x
- 8) Menganalisis pengaruh transformasi budaya digital terhadap kinerja umkm perempuan generasi x jika dimediasi oleh motivasi wirausaha.
- 9) Menganalisis pengaruh kompetensi digital terhadap kinerja umkm perempuan generasi x jika dimediasi oleh motivasi wirausaha.
- 10) Menganalisis pengaruh kepemimpinan digital terhadap kinerja umkm perempuan generasi x jika dimediasi oleh motivasi wirausaha.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Literatur

2.2.1. Konsep Sumber Daya Manusia Bidang Entrepreneur

Sumber daya manusia (SDM) di bidang entrepreneur atau kewirausahaan adalah salah satu elemen penting dalam membangun dan mengembangkan usaha. SDM di bidang ini mencakup segala aspek yang berkaitan dengan individu yang terlibat dalam proses penciptaan, pengelolaan, dan pengembangan bisnis. Berbeda dengan pengelolaan SDM pada organisasi besar yang sudah mapan, SDM dalam konteks entrepreneur sering kali menekankan keterampilan inovasi, kreativitas, kemampuan pengambilan risiko, serta daya adaptasi terhadap perubahan yang cepat di pasar. Konsep ini juga berkembang seiring dengan munculnya berbagai teori yang menjelaskan peran SDM dalam keberhasilan wirausaha.

Entrepreneurship secara umum dapat didefinisikan sebagai aktivitas penciptaan bisnis baru yang inovatif dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan serta menghadapi risiko yang melekat. Dalam konteks ini, peran SDM tidak hanya sebatas pengelolaan tenaga kerja, tetapi juga mencakup pengembangan bakat dan kompetensi yang spesifik untuk mendukung pertumbuhan bisnis. SDM yang baik mampu membawa organisasi untuk bersaing di pasar, mengelola inovasi, serta merespons perubahan dengan cepat.

Wirausahawan (entrepreneur) sendiri dapat dipandang sebagai SDM utama dalam usaha kecil dan menengah (UKM) atau startup, yang sering kali berperan sebagai pemimpin, manajer, dan pengambil keputusan strategis. Entrepreneur harus memiliki keterampilan kepemimpinan yang kuat, visi yang jelas, dan kemampuan untuk mengelola orang-orang yang bekerja dengannya.

Berbagai pemikir dan teoritikus telah memberikan sumbangan penting dalam konsep SDM di bidang entrepreneur. Beberapa pemuka teori yang paling berpengaruh dalam konsep ini antara lain: Schumpeter (1934) - Teori Inovasi



Schumpeter adalah salah satu tokoh penting dalam pemikiran wirausaha, yang memandang entrepreneur sebagai agen perubahan di masyarakat. Dalam bukunya yang terkenal, *The Theory of Economic Development* (1934), Schumpeter menekankan bahwa entrepreneur adalah individu yang menciptakan "destruksi kreatif" (creative destruction) dengan memperkenalkan inovasi, teknologi baru, atau cara baru dalam melakukan bisnis. Bagi Schumpeter, SDM entrepreneur adalah mereka yang mampu membawa ide-ide inovatif dan mengimplementasikannya dalam bentuk produk atau jasa baru, yang akhirnya mengubah struktur pasar.

Dalam pandangan Schumpeter, SDM tidak hanya sekadar pelaksana tugas sehari-hari, tetapi sebagai pencipta peluang dan inovator yang menggerakkan ekonomi melalui kewirausahaan. Entrepreneur adalah individu yang berani mengambil risiko dan memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang sudah ada di pasar.

2) David McClelland (1961) - Teori Kebutuhan Berprestasi

David McClelland, seorang psikolog dari Harvard, mengembangkan konsep "Need for Achievement" dalam bukunya *The Achieving Society* (1961). Ia mengidentifikasi bahwa individu dengan kebutuhan berprestasi yang tinggi cenderung memiliki motivasi lebih besar untuk menjadi entrepreneur yang sukses. McClelland menjelaskan bahwa entrepreneur adalah individu yang didorong oleh kebutuhan untuk mencapai tujuan yang menantang, dan mereka sering kali memiliki hasrat untuk mengendalikan hasil kerja mereka sendiri serta menikmati risiko yang terlibat dalam proses ini.

3) Konsep McClelland menyoroti pentingnya motivasi dan keinginan untuk berprestasi sebagai komponen kunci dalam sumber daya manusia di bidang entrepreneur. Entrepreneur harus memiliki motivasi internal yang kuat untuk mengatasi tantangan dan mencari cara-cara inovatif untuk mencapai keberhasilan.

4) Frederick Herzberg (1959) - Teori Dua Faktor



Herzberg memperkenalkan *Two-Factor Theory* atau Teori Dua Faktor dalam bukunya *The Motivation to Work* (1959). Menurut Herzberg, ada dua faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja individu, yaitu faktor motivator dan faktor pemeliharaan (hygiene factors). Faktor motivator, seperti

pencapaian, pengakuan, dan tanggung jawab, adalah elemen yang mendorong individu untuk berprestasi lebih tinggi, sementara faktor pemeliharaan lebih berkaitan dengan kondisi kerja, gaji, dan keamanan kerja.

Dalam konteks SDM entrepreneur, Herzberg memberikan wawasan bahwa wirausahawan harus menciptakan lingkungan yang memotivasi baik dirinya sendiri maupun anggota timnya. Fokus pada pencapaian dan pengakuan akan membantu entrepreneur dan karyawan berkembang dan mencapai potensi penuh mereka.

5) Peter Drucker (1985) - Manajemen Kewirausahaan

Peter Drucker, dalam bukunya *Innovation and Entrepreneurship* (1985), menekankan pentingnya manajemen dalam dunia kewirausahaan. Drucker memandang bahwa kewirausahaan adalah bukan hanya tentang penciptaan bisnis baru, tetapi juga tentang bagaimana inovasi dikelola dan dikembangkan secara berkelanjutan. Ia berpendapat bahwa pengelolaan SDM yang baik adalah kunci untuk mengintegrasikan inovasi dalam setiap aspek bisnis.

Bagi Drucker, entrepreneur harus memiliki pemahaman mendalam tentang bagaimana mengelola orang, mengidentifikasi peluang, dan mengalokasikan sumber daya secara efektif. SDM yang terlibat dalam kewirausahaan perlu dilatih untuk berpikir secara strategis dan mampu mengelola perubahan serta ketidakpastian yang ada dalam bisnis.

6) Michael Porter (1990) - Teori Keunggulan Kompetitif

Michael Porter, seorang ekonom terkenal, memperkenalkan konsep *competitive advantage* atau keunggulan kompetitif dalam bukunya *The Competitive Advantage of Nations* (1990). Porter menekankan bahwa entrepreneur harus memahami faktor-faktor yang dapat memberikan keunggulan kompetitif di pasar, seperti diferensiasi produk, efisiensi biaya, dan inovasi.

2.2.2. Kinerja Entrepreneur



Kinerja entrepreneur merupakan salah satu variabel penting yang mencerminkan orang wirausahawan mampu mencapai tujuan bisnisnya, baik dari segi profitabilitas, maupun penciptaan nilai bagi pemangku kepentingan.

Kinerja entrepreneur sering diukur melalui indikator seperti peningkatan penjualan, pertumbuhan jumlah pelanggan, efisiensi operasional, serta inovasi produk atau jasa.

Menurut Lumpkin dan Dess (1996), kinerja entrepreneur dapat didefinisikan sebagai hasil dari implementasi strategi dan tindakan kewirausahaan yang diarahkan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan bisnis. Kinerja ini tidak hanya diukur dari sisi finansial, tetapi juga mencakup aspek inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko.

Kinerja entrepreneur memiliki korelasi positif dengan kesuksesan bisnis. Rauch et al. (2009) menegaskan bahwa wirausahawan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung mencapai kinerja bisnis yang lebih baik. Kinerja ini dilihat dalam aspek jangka pendek dan jangka panjang, baik dalam peningkatan pangsa pasar, daya saing, maupun kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lumpkin dan Dess (1996), kinerja entrepreneur dikaitkan dengan konsep orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation), yang mencakup lima dimensi utama:

- 1) Proaktif (melihat peluang baru),
- 2) Inovatif (kemampuan menciptakan produk/jasa baru),
- 3) Pengambilan risiko (willingness to take calculated risks),
- 4) Otonomi (independensi dalam pengambilan keputusan), dan
- 5) Kepemimpinan kompetitif (kemampuan bersaing di pasar).

Pengertian tentang kinerja dapat memperluas pandangan bahwa kinerja entrepreneur tidak hanya dinilai dari sisi finansial, tetapi juga mencakup inovasi dan daya saing perusahaan di industri. Kinerja entrepreneur umumnya diukur melalui beberapa dimensi penting yang menunjukkan pertumbuhan dan keberhasilan usaha. Dimensi-dimensi ini meliputi:

- 1) Pertumbuhan Penjualan: Ini adalah indikator yang sangat umum untuk menilai kinerja seorang wirausahawan. Pertumbuhan penjualan yang konsisten menunjukkan bahwa jasa yang ditawarkan memiliki daya tarik yang kuat di pasar dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.



- 2) Profitabilitas: Kinerja keuangan adalah elemen penting dari keberhasilan wirausaha. Tingkat profitabilitas mencerminkan efisiensi operasional, manajemen biaya, serta kemampuan dalam menetapkan harga yang kompetitif.
- 3) Inovasi Produk/Jasa: Inovasi memainkan peran vital dalam mempertahankan daya saing dan memastikan keberlanjutan bisnis. Kemampuan untuk terus-menerus menciptakan produk baru atau meningkatkan yang sudah ada sering kali dianggap sebagai tanda kinerja entrepreneur yang baik.
- 4) Pertumbuhan Organisasi: Selain finansial, pertumbuhan dalam hal struktur organisasi (seperti peningkatan jumlah karyawan atau skala operasional) juga menjadi indikator penting kinerja entrepreneur. Ini menunjukkan kematangan dan stabilitas usaha dalam menghadapi persaingan.

Covin dan Slevin (1989) juga menambahkan bahwa wirausahawan yang memiliki orientasi inovasi dan bersifat proaktif dalam merespons perubahan pasar cenderung lebih berhasil dalam meningkatkan kinerja bisnis. Kinerja entrepreneur tidak terjadi secara independen, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kinerja entrepreneur adalah:

- 1) Orientasi Kewirausahaan: Seperti yang disebutkan oleh Kraus et al. (2012), wirausahawan dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi lebih cenderung memiliki kinerja yang baik. Mereka memiliki kecenderungan untuk inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko.
- 2) Kapabilitas Inovasi: Inovasi adalah salah satu pendorong utama kinerja entrepreneur. Schumpeter dalam teori kewirausahaannya menekankan bahwa wirausahawan adalah agen perubahan yang menciptakan inovasi "creative destruction" untuk menggantikan teknologi dan model bisnis yang lama.
- 3) Manajemen Risiko: Seorang entrepreneur yang baik harus mampu mengelola risiko secara efektif. Kemampuan untuk mengenali dan menanggapi risiko menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kinerja bisnis.



Eksternal: Akses terhadap modal, sumber daya, jejaring bisnis, pemerintah juga memainkan peran penting. Misalnya, wirausahawan ki akses lebih mudah terhadap pendanaan dapat berinvestasi lebih n inovasi dan pengembangan produk.

- 5) Kondisi Pasar: Fluktuasi pasar, kondisi ekonomi, dan tingkat persaingan sangat mempengaruhi hasil usaha. Pasar yang dinamis sering kali membutuhkan wirausahawan untuk cepat beradaptasi agar tetap kompetitif.

Mengukur kinerja entrepreneur dapat dilakukan melalui berbagai cara. Murphy et al. (1996) memberikan beberapa metode umum yang sering digunakan dalam penelitian tentang kewirausahaan:

- 1) Indikator Keuangan: Laba, pertumbuhan penjualan, dan margin keuntungan adalah indikator yang paling umum digunakan untuk menilai kinerja finansial wirausahawan.
- 2) Indikator Non-Kuangan: Selain keuangan, ada juga indikator lain seperti kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, daya inovasi, serta efisiensi operasional. Ini memberikan gambaran lebih luas tentang kinerja bisnis dalam konteks manajemen yang baik dan kemampuan bersaing di pasar

2.2.3. Motivasi Wirausaha

Motivasi dapat dipandang sebagai perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya feeling, dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang atau keinginan untuk mencurahkan segala tenaga karena adanya suatu tujuan. Motivasi merupakan faktor penting yang mendukung prestasi kerja. Meskipun demikian motivasi bukanlah satu-satunya pendukung prestasi kerja. Prestasi kerja seseorang juga tergantung dari faktor lain yaitu kemampuan (*ability*) dan persepsi peranan (*role perception*). Kemampuan yang baik, persepsi peranan yang tepat, dan motivasi yang tinggi merupakan kunci prestasi kerja. Motivasi adalah faktor - faktor yang dapat mempengaruhi seorang karyawan melakukan pekerjaan sesuai dengan tujuan perusahaan, salah satunya adalah uang insentif, gaya kepemimpinan, dll.(Trihudiyatmanto dan Purwanto, 2018).

Motivasi seseorang dalam organisasi dipengaruhi oleh faktor karakteristik individu, karakteristik pekerjaan, dan karakteristik situasi kerja. Sistem balasan dari organisasi, dari suatu pekerjaan, dapat mempengaruhi motivasi seseorang. Dalam / manager harus memahami teori-teori motivasi dan menggunakannya situasi yang dihadapi. Karena sitiap individu, pekerjaan dan situasi kerja



mempunyai karakteristik yang berbeda – beda sehingga perlu penanganan yang tepat untuk menghasilkan hasil yang maksimal dan meningkatkan produktivitas kerja yang optimal(Purwanto & Trihudiyatmanto, 2018).

Motivasi, kemampuan berwira usaha terbukti memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kinerja usaha. Teori ERG dikembangkan oleh psikolog Yale, Clayton Alderfer, adalah teori motivasi lainnya yang penting secara historis. E, R, G mewakili tiga kategori kebutuhan dasar, yaitu eksistensi (existence), hubungan (relatedness), dan pertumbuhan (growth). Kebutuhan eksistensi adalah kebutuhan yang diperlukan untuk kelangsungan hidup dasar manusia, secara kasar berhubungan dengan kebutuhan fisiologis dan keamanan dari hierarki Maslow. Kebutuhan hubungan, yang melibatkan kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain, serupa dengan kebutuhan kebersamaan dan penghargaan milik Maslow. Akhirnya, kebutuhan pertumbuhan dapat disamakan dengan kebutuhan akan harga diri aktualisasi diri milik Maslow(Lorena, 2018). Hal ini memberikan dukungan dalam upaya untuk meningkatkan pencapaian kinerja usaha dalam menjalankan berwirausaha yang meliputi: tingkat hasil penjualan dan tingkat keuntungan.

Pengertian motivasi wirausaha diperjelas oleh Daid H. Holt dalam Negoro (2018) adalah proses penciptaan sebuah usaha baru sebagai tindakan bisnis independen yang diposisikan untuk tumbuh dan yang menguntungkan bagi para pendiri. Berikutnya Holt mengatakan bahwa *entrepreneurship* menurut Holt adalah sebuah istilah yang diterapkan terhadap *corporate entrepreneurship (intra corporate entrepreneurship)* yang menekankan penciptaan inovasi dan usaha baru dari dalam batas- batas keorganisasian yang ada (*the process of constructive change through innovation within an established organization*).

Dengan berjiwa wirausaha, para pengusaha, produsen dan pembisnis agribisnis perikanan laut mampu menciptakan dan menahan nilai tambah (added value) sebesar mungkin didalam negeri, mendiversifikasi produk yang mengakomodir preferensi



ik memanfaatkan segmen- segmen pasar yang berkembang baik di maupun di pasar internasional. Karena itu sebagai gagasan baru, inovasi < memprakarsai atau memperbaiki suatu produk atau proses dan jasa Dalam konteks ini BUMDesa diharapkan melakukan inovasi dalam

mewirausahakan masyarakat pesisir. Inovasi BUMDesa itu merupakan transformasi kewirausahaan menjadikan masyarakat pesisir berjiwa wirausaha(Negoro, 2018).

Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam mencapai tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan kebutuhan individu(Gemina & Ginanjar, 2019). Terdapat beberapa indikator motivasi usaha yang dapat di gunakan untuk mengetahui motivasi usaha seorang pelaku usaha dalam menjalankan usahanya menurut Saiman (2014:6) membagi kedalam 4 (empat) hal berikut;

- 1) Laba
- 2) Kebebasan
- 3) Impian personal
- 4) Kemandirian

Beberapa faktor-faktor yang memotivasi seseorang untuk menjadi *entrepreneur* yaitu keinginan merasakan pekerjaan bebas, keberhasilan diri yang dicapai, dan toleransi akan adanya resiko. Kebebasan dalam bekerja merupakan sebuah model kerja dimana seseorang melakukan pekerjaan sedikit tetapi memperoleh hasil yang besar. Berangkat kerja tanpa terikat pada aturan atau jam kerja formal, atau berbisnis jarang-jarang tetapi sekali mendapat untung, untungnya cukup untuk dinikmati berbulan-bulan atau cukup untuk sekian minggu kedepan. Keberhasilan diri yang dicapai merupakan pencapaian tujuan kerja yang diharapkan, yang meliputi kepuasan dalam bekerja dan kenyamanan kerja. Toleransi akan resiko, merupakan seberapa besar kemampuan dan kreativitas seseorang dalam menyelesaikan besar kecilnya suatu resiko yang diambil untuk mendapatkan penghasilan yang diharapkan. Semakin besar seseorang pada kemampuan diri sendiri, semakin besar pula keyakinanya terhadap kesanggupan mendapatkan hasil dari keputusannya dan semakin besar keyakinanya untuk mencoba apa yang dilihat orang lain beresiko(Mahesa & Rahardja, 2012).



nelitian lain yang telah dilakukan oleh Nisa dan Muhammad Ziyad (2019) indikator dari motivasi yaitu:

I,

- 2) Alasan keuangan,
- 3) Alasan pemenuhan diri, dan
- 4) Alasan pelayanan

2.2.4. Transformasi Budaya Digital

Transformasi budaya digital merupakan bagian dari proses perubahan organisasi yang melibatkan adopsi teknologi digital secara mendalam dalam setiap aspek operasional, manajemen, serta interaksi dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Proses ini tidak hanya berfokus pada penerapan teknologi, tetapi juga perubahan budaya organisasi untuk mendukung cara kerja baru, pola komunikasi, serta struktur dan proses yang lebih fleksibel.

Menurut teori perubahan organisasi, seperti yang dikemukakan oleh Lewin (1947) dalam model "Unfreeze-Change-Refreeze", transformasi digital membutuhkan langkah-langkah untuk menciptakan perubahan budaya yang mendukung transformasi teknologi. Sementara teori adaptasi teknologi oleh Rogers (1995) dalam "Diffusion of Innovations" menjelaskan bahwa adopsi teknologi membutuhkan waktu, komunikasi yang efektif, dan pengakuan terhadap manfaat dari teknologi tersebut dalam konteks budaya organisasi.

Berbagai ahli telah memberikan definisi tentang transformasi budaya digital, di antaranya:

- 1) Westerman et al. (2014) mendefinisikan transformasi digital sebagai penggunaan teknologi untuk meningkatkan kinerja organisasi secara signifikan dan berkelanjutan, yang juga memerlukan perubahan budaya yang mendukung.
- 2) Kane et al. (2015) menyatakan bahwa transformasi digital melibatkan integrasi teknologi digital ke dalam semua area bisnis yang mendasar, sehingga mengubah cara bisnis beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. Budaya digital dalam hal ini memainkan peran penting dalam memastikan keberhasilan perubahan ini.
- 3) Schallmo et al. (2017) menyebut transformasi budaya digital sebagai proses evolusi



Beberapa tujuan utama dari transformasi budaya digital adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan Efisiensi Operasional: Dengan mengintegrasikan teknologi digital, organisasi dapat merampingkan proses, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan produktivitas.
- 2) Inovasi dan Fleksibilitas: Budaya digital yang adaptif memungkinkan organisasi untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar dan teknologi, sehingga lebih inovatif dalam menghadapi tantangan.
- 3) Peningkatan Pengalaman Pelanggan: Transformasi budaya digital sering kali berfokus pada peningkatan pengalaman pelanggan melalui solusi digital yang lebih personal dan berbasis data.
- 4) Kolaborasi yang Lebih Baik: Transformasi ini memfasilitasi kerja sama dan komunikasi yang lebih baik antar individu dan tim dalam organisasi melalui platform digital dan alat kolaborasi.
- 5) Peningkatan Daya Saing: Dalam era digital, kecepatan dalam merespon perubahan dan mengimplementasikan teknologi baru adalah kunci untuk tetap kompetitif.

Transformasi budaya digital memiliki beberapa dimensi yang dapat diidentifikasi untuk memfasilitasi pemahaman dan implementasinya dalam organisasi. Beberapa dimensi yang penting adalah sebagai berikut:

- 1) Mindset Digital: Kemauan untuk menerima dan mengadopsi teknologi baru dalam organisasi. Mindset ini melibatkan keterbukaan terhadap perubahan dan kemampuan untuk beradaptasi secara cepat terhadap perkembangan teknologi.
- 2) Kepemimpinan Digital: Kemampuan para pemimpin dalam memandu organisasi melalui transformasi digital, yang mencakup pembuatan strategi digital yang berkelanjutan dan penciptaan budaya inovasi.
- 3) Pengembangan Keterampilan Digital: Mengembangkan kompetensi dan keterampilan di kalangan karyawan untuk mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi digital dengan efektif.



Organisasi yang Agile: Perubahan dalam struktur organisasi untuk proses yang lebih lincah, fleksibel, dan kolaboratif.

Teknologi: Penyiapan infrastruktur teknologi yang mendukung solusi digital di seluruh organisasi.

Indikator keberhasilan transformasi budaya digital dapat diukur melalui berbagai metrik, di antaranya:

- 1) Penggunaan Teknologi Digital: Tingkat adopsi dan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari organisasi.
- 2) Inovasi dan Kreativitas: Peningkatan jumlah inisiatif inovatif yang didorong oleh teknologi digital.
- 3) Kepuasan Karyawan dan Pelanggan: Tingkat kepuasan dari karyawan yang bekerja dalam lingkungan digital serta pelanggan yang menggunakan layanan digital.
- 4) Kecepatan dalam Merespons Pasar: Seberapa cepat organisasi dapat merespons perubahan pasar atau gangguan teknologi baru.
- 5) Efisiensi Operasional: Peningkatan efisiensi dan penurunan biaya sebagai hasil dari implementasi solusi digital.

Adapun alat digital yang biasa digunakan untuk Generasi X :

- **WhatsApp Business** (komunikasi pelanggan)
- **Instagram / Facebook Marketplace** (promosi dan jualan)
- **Shopee / Tokopedia / Bukalapak** (e-commerce)
- **Aplikasi pembukuan** seperti BukuWarung, BukuKas, Jurnal.id
- **Aplikasi kasir** seperti Moka POS, Kasir Pintar
- **E-wallet & QRIS** (OVO, DANA, GoPay)
- **Google Maps & Google My Business** (lokasi dan visibilitas usaha)
- **Zoom / Google Meet** (pelatihan atau networking)

2.2.5. Kompetensi Digital

Kompetensi digital merupakan kemampuan untuk menggunakan teknologi digital, alat komunikasi, dan aplikasi secara efektif untuk memperoleh, menganalisis, memproduksi, serta mengelola informasi dalam konteks yang relevan. Kompetensi ini menjadi penting dalam era digital untuk menghadapi tantangan yang dihadirkan oleh teknologi (Hunt et al., 2019).



(2013) mendefinisikan kompetensi digital sebagai kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dengan baik, meliputi kognitif, kemampuan berpikir kritis, dan pemahaman dalam konteks sosial

terkait penggunaan teknologi. Van Deursen dan van Dijk (2014) mengemukakan bahwa kompetensi digital meliputi kemampuan operasional, formal, informasi, dan strategis dalam menggunakan teknologi digital.

Gallardo-Echenique et al. (2015) menjelaskan kompetensi digital sebagai kemampuan multidimensional yang mencakup literasi informasi, keterampilan teknis, serta kemampuan menggunakan alat digital untuk kolaborasi dan komunikasi.

Kompetensi digital pada UMKM bertujuan untuk meningkatkan adaptasi UMKM terhadap perkembangan teknologi yang dinamis, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan efisiensi operasional. Dengan kompetensi digital yang baik, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial, platform e-commerce, serta perangkat lunak manajemen bisnis (Pradhan et al., 2018). Selain itu, kompetensi digital juga membantu UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan (Wijaya, 2020).

Berikut adalah pemisahan dimensi dan indikator kompetensi digital sesuai dengan yang mengemukakan:

1) Keterampilan Teknis (van Laar et al., 2017)

Keterampilan teknis mencakup kemampuan dasar untuk mengoperasikan perangkat digital, baik itu perangkat keras (hardware) maupun perangkat lunak (software). Ini meliputi pemahaman tentang fungsi-fungsi dasar teknologi serta kemampuan untuk menggunakan berbagai aplikasi secara efektif. Indikator:

- a. Penggunaan aplikasi dasar: Kemampuan menggunakan perangkat lunak produktivitas seperti Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint) untuk tugas-tugas sehari-hari.
 - b. Kemampuan menggunakan media sosial: Memahami cara menggunakan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter untuk berkomunikasi atau menjalankan strategi pemasaran.
 - c. Pemahaman tentang penggunaan perangkat keras: Memahami cara rasikan komputer, smartphone, printer, atau perangkat lain yang n dalam lingkungan kerja atau bisnis.
- nasi (Eshet-Alkalai, 2012)



Literasi Informasi menurut Eshet-Alkalai (2012) berfokus pada kemampuan seseorang untuk bekerja dengan informasi di lingkungan digital. Literasi informasi menjadi sangat penting dalam era digital, di mana informasi dapat diakses dengan cepat melalui internet, tetapi tidak semua informasi yang tersedia dapat diandalkan atau relevan. Eshet-Alkalai mengidentifikasi beberapa indikator utama yang menunjukkan kompetensi seseorang dalam hal literasi informasi, yaitu:

- a. Kemampuan mencari informasi di internet: Ini mencakup keterampilan dalam menggunakan mesin pencari seperti Google atau Bing untuk menemukan informasi yang relevan. Kemampuan ini melibatkan pemahaman tentang cara menyusun kata kunci yang efektif, menggunakan filter pencarian, serta mengakses berbagai sumber untuk memperoleh data yang dibutuhkan.
- b. Mengevaluasi kredibilitas informasi: Tidak semua informasi yang ditemukan di internet dapat dipercaya. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas suatu sumber informasi menjadi sangat penting. Hal ini mencakup penilaian terhadap keaslian sumber, identifikasi informasi yang tidak bias, dan kemampuan untuk memverifikasi data dari sumber yang berbeda sebelum menggunakannya.
- c. Mengelola data digital: Setelah memperoleh informasi, penting untuk bisa mengelolanya dengan baik. Ini mencakup penyimpanan data di perangkat digital, pengorganisasian file dan data agar mudah diakses kembali, serta memahami cara menggunakan perangkat lunak atau aplikasi untuk mengelola informasi tersebut. Misalnya, menggunakan spreadsheet untuk menyimpan data atau aplikasi pengelola referensi untuk penelitian.

3) Komunikasi Digital (Janssen et al., 2013)

Komunikasi Digital menurut Janssen et al. (2013) mencakup kemampuan untuk berinteraksi dan berkolaborasi menggunakan teknologi digital. Komunikasi digital adalah aspek penting dari kompetensi digital, terutama bagi pelaku usaha kecil dan



UMKM) yang harus beradaptasi dengan teknologi untuk menjangkau mitra, atau karyawan secara lebih efektif. Janssen et al. menyoroti indikator utama yang mencerminkan kemampuan komunikasi digital:

- a. Penggunaan Email: Email adalah salah satu alat komunikasi formal yang paling banyak digunakan dalam dunia bisnis. Penggunaan email dengan baik mencakup kemampuan untuk menulis pesan yang jelas, sopan, dan tepat sasaran. Ini juga melibatkan keterampilan dalam mengatur kotak masuk, mengelola kontak, dan merespons pesan secara efisien. Bagi UMKM, email menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan pelanggan, menyampaikan penawaran, atau melakukan negosiasi dengan mitra bisnis.
- b. Video Conference: Kemampuan untuk menggunakan platform video conference, seperti Zoom, Microsoft Teams, atau Google Meet, menjadi semakin penting, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi komunikasi jarak jauh. Indikator ini mencakup keterampilan dalam mengatur pertemuan daring, berbagi presentasi, dan mengelola diskusi secara virtual. UMKM dapat memanfaatkan video conference untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mengadakan pelatihan, atau berkoordinasi dengan tim yang mungkin berada di lokasi yang berbeda.
- c. Keterampilan Berkomunikasi melalui Media Sosial atau Platform Kolaborasi Online: Media sosial dan platform kolaborasi online seperti WhatsApp, Slack, atau Microsoft Teams memainkan peran penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan dan tim. Keterampilan ini mencakup kemampuan untuk menggunakan berbagai platform untuk menyampaikan informasi, merespons pertanyaan, atau membangun komunitas. Bagi UMKM, media sosial dapat menjadi alat pemasaran yang efektif untuk berinteraksi dengan konsumen, mengumpulkan feedback, dan memperkuat merek mereka

4) Keamanan Digital (Buchanan et al., 2018)

Keamanan Digital menurut Buchanan et al. (2018) adalah kemampuan untuk melindungi data pribadi dan informasi bisnis dari ancaman di dunia digital. Keamanan digital menjadi semakin penting dalam era di mana banyak transaksi dan interaksi

cara online. Aspek ini membantu individu dan organisasi untuk menjaga data serta mencegah kerugian akibat pelanggaran keamanan. Buchanan nukakan beberapa indikator utama dari keamanan digital:



- a. Pengetahuan tentang Privasi Online: Ini mencakup pemahaman tentang pentingnya melindungi data pribadi di internet, seperti alamat, nomor telepon, dan informasi finansial. Pengguna perlu mengetahui cara mengatur privasi di platform media sosial dan website, serta memahami kebijakan privasi yang diterapkan oleh berbagai layanan digital. Bagi pelaku UMKM, ini penting untuk menjaga keamanan informasi pelanggan dan kepercayaan mereka.
- b. Pengaturan Keamanan Akun: Kemampuan ini meliputi penggunaan kata sandi yang kuat, pengaturan autentikasi dua faktor, dan pengelolaan akses akun untuk menghindari kebocoran data. Ini juga mencakup kesadaran untuk memperbarui perangkat lunak secara berkala untuk menjaga keamanan dari potensi celah atau kerentanan sistem. Dalam konteks bisnis, menjaga keamanan akun email, akun media sosial bisnis, dan sistem e-commerce sangat penting untuk menghindari peretasan.
- c. Pemahaman tentang Ancaman Siber: Ini melibatkan kesadaran tentang berbagai jenis ancaman di dunia maya, seperti phishing, malware, ransomware, dan serangan hacking. Dengan pemahaman ini, individu atau organisasi dapat mengenali tanda-tanda potensi serangan siber dan mengambil langkah preventif. UMKM yang memahami ancaman siber dapat lebih proaktif dalam mengamankan jaringan mereka dan mengurangi risiko kerugian finansial akibat serangan digital.

5) Pemecahan Masalah Digital (Calvani et al., 2009)

Pemecahan Masalah Digital menurut Calvani et al. (2009) mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah teknis yang berkaitan dengan teknologi digital. Kemampuan ini sangat penting karena teknologi terus berkembang, dan pengguna perlu mampu beradaptasi dan menyelesaikan masalah yang muncul dalam penggunaan sehari-hari. Beberapa indikator utama dari pemecahan masalah digital adalah:

- a. Pemecahan Masalah Teknis: Ini mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi yang terjadi pada perangkat digital, seperti komputer yang melambat, perangkat lunak yang mengalami error, atau koneksi internet yang tidak stabil. Orang yang kompeten dalam pemecahan masalah teknis dapat mencari tahu



akar masalah dan menemukan solusi dengan cepat, misalnya, dengan melakukan reset sistem atau mencari panduan online.

- b. Penggunaan Perangkat Lunak Troubleshooting: Kemampuan ini melibatkan penggunaan perangkat lunak atau alat yang dirancang untuk mendeteksi dan memperbaiki masalah teknis, seperti aplikasi antivirus, alat pembersih sistem, atau software diagnostik. Penggunaan alat ini dapat membantu mengatasi masalah perangkat lunak dan meningkatkan kinerja perangkat digital. Bagi UMKM, ini penting untuk menjaga kelancaran operasional teknologi yang digunakan dalam kegiatan bisnis.
- c. Kemampuan Adaptasi terhadap Perangkat Digital Baru: Teknologi terus berkembang, dan perangkat atau aplikasi baru terus bermunculan. Kemampuan adaptasi ini memungkinkan individu untuk belajar menggunakan teknologi baru dengan cepat dan memahami cara mengoptimalkannya. Bagi UMKM, ini bisa berarti kemampuan untuk menggunakan aplikasi pemasaran digital baru, platform e-commerce, atau alat produktivitas terbaru untuk meningkatkan efisiensi

2.2.6. Kepemimpinan Digital

Kepemimpinan digital merupakan pendekatan kepemimpinan yang mengintegrasikan teknologi digital dalam mengarahkan dan mengelola organisasi. Menurut Northouse (2016), kepemimpinan adalah proses memengaruhi kelompok individu untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks digital, kepemimpinan tidak hanya berfokus pada kemampuan mengarahkan tetapi juga adaptasi terhadap perubahan teknologi (Avolio, Walumbwa, & Weber, 2009).

Avolio et al. (2014) mendefinisikan kepemimpinan digital sebagai proses di mana pemimpin menggunakan teknologi digital untuk menginspirasi, mengarahkan, dan mengkoordinasi timnya untuk mencapai tujuan organisasi. Strohmeier (2018) menyatakan bahwa kepemimpinan digital melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempercepat proses pengambilan keputusan dan memperkuat organisasi.



an, Bonnet, dan McAfee (2014) menyebutkan bahwa kepemimpinan memerlukan keterampilan dalam memahami transformasi digital serta

kemampuan untuk menavigasi dan memanfaatkan teknologi untuk mendorong inovasi di dalam organisasi. Kepemimpinan digital memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM, terutama dalam konteks peningkatan daya saing dan adaptasi terhadap era digital. Tujuan utama kepemimpinan digital pada UMKM adalah:

- 1) Meningkatkan efisiensi operasional melalui penggunaan alat digital yang dapat mengurangi biaya dan waktu operasional (Nambisan, 2017).
- 2) Memfasilitasi inovasi produk dan layanan melalui integrasi teknologi digital, sehingga UMKM dapat beradaptasi dengan permintaan pasar yang dinamis (Li, Su, & Liu, 2019).
- 3) Memperkuat keterlibatan pelanggan dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan konsumen (Kane, Palmer, Phillips, Kiron, & Buckley, 2015).

Dimensi dan indikator yang sering digunakan dalam mengukur kepemimpinan digital antara lain:

- 1) Visi Digital: Kemampuan pemimpin dalam merumuskan dan mengomunikasikan visi organisasi yang berorientasi pada transformasi digital (Westerman et al., 2014). Indikatornya meliputi kemampuan untuk menetapkan arah dan strategi digital.
- 2) Inovasi Teknologi: Kemampuan untuk mendorong inovasi dengan mengadopsi teknologi baru dalam proses bisnis (Avolio et al., 2014). Indikatornya mencakup tingkat adopsi teknologi dan penggunaan alat digital dalam pengambilan keputusan.
- 3) Keterlibatan Digital: Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital untuk meningkatkan keterlibatan dengan karyawan dan pelanggan (Kane et al., 2015). Indikatornya adalah frekuensi penggunaan media sosial dan aplikasi digital dalam komunikasi internal dan eksternal.

Agility (Kelincahan) Organisasi: Tingkat responsivitas organisasi dalam menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi dan lingkungan bisnis (Li et al., 2019). Indikatornya termasuk adaptasi terhadap teknologi baru dan percepatan proses digitalisasi.



2.2. Tinjauan Empiris

No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	The digital transformation of entrepreneurial work. (Corvello et al., 2022)	- Variabel Independen: Transformasi Digital (Adopsi teknologi, literasi digital, inovasi digital). - Variabel Dependen: Kinerja UKM (kinerja finansial, efisiensi operasional, kepuasan pelanggan).	Transformasi digital memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja UKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Tingkat literasi digital pelaku usaha menjadi faktor kunci dalam keberhasilan transformasi digital.
2	Digital Transformation in Entrepreneurship Education: The Use of a Digital Tool KABADA and Entrepreneurial Intention of Generation Z (Lesinskis et al., 2023)	- Variabel Independen: Penggunaan alat perencanaan bisnis digital KABADA dalam proses pembelajaran. - Variabel Dependen: Niat berwirausaha pada Generasi Z.	Studi ini menemukan bahwa penggunaan alat digital KABADA memiliki efek positif terhadap niat berwirausaha pada Generasi Z, menunjukkan efektivitas pendidikan kewirausahaan berbasis digital dalam mendorong niat berwirausaha. Namun, efek ini tidak signifikan secara statistik untuk beberapa komponen yang membentuk niat tersebut, seperti yang dibuktikan melalui pengujian hipotesis. Temuan ini menyoroti peran transformasi digital dalam pendidikan kewirausahaan dan penggunaan alat digital dengan algoritma kecerdasan buatan dalam meningkatkan efektivitas pendidikan dalam hal meningkatkan niat berwirausaha.
	ence of eurship on the	Variabel Independen: Semangat Berwirausaha	Analisis korelasi menunjukkan bahwa semua dimensi semangat kewirausahaan



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Innovation Path of Cultural Enterprises Under the Background of Digital Transformation (Liu et al., 2022)	Variabel Dependen: Kinerja Inovasi Perusahaan.	memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kinerja inovasi perusahaan. Koefisien korelasi antara inovasi kolektif, pengambilan risiko, integritas, dan kinerja kelangsungan hidup masing-masing adalah 0,401, 0,426, dan 0,393. Sedangkan koefisien korelasi dengan kinerja pertumbuhan adalah 0,434, 0,367, dan 0,536. Ini menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan secara keseluruhan dan setiap dimensinya memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja inovasi perusahaan. Temuan ini menyoroti pentingnya mengembangkan semangat kewirausahaan dalam perusahaan budaya untuk mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja dalam era transformasi digital.
4.	The Impact of Digital Transformation on Business Performance: A Study of Pakistani Suburbs (Ullah et al., 2022)	- Variabel Independen: Teknologi Industri 4.0 - Variabel Dependen: Kinerja Bisnis UKM, diukur melalui peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, dan pertumbuhan pendapatan	Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa Big Data, CPS, dan Interoperabilitas memiliki dampak positif signifikan terhadap peningkatan kinerja bisnis UKM di Pakistan. Namun, IoT tidak menunjukkan pengaruh signifikan dalam konteks ini. Temuan ini menyoroti pentingnya adopsi teknologi tertentu dari



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Industri 4.0 untuk mendorong transformasi digital yang efektif dan meningkatkan kinerja bisnis di sektor UKM.
5	The Influence Of Digital Transformation On Business Performance: Evidence Of The Women-Owned Companies. (Popović-Pantić et al., 2019)	- Variabel Independen (X1): Digital Transformation Dimensi: teknologi digital, adopsi inovasi digital, dan perubahan proses bisnis berbasis teknologi. - Variabel Dependen (Y): Business Performance: Dimensi: pertumbuhan pendapatan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan.	Hasil penelitian dari jurnal tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang dimiliki wanita. Analisis yang dilakukan melalui regresi linier sederhana dan tes T-independen mengungkapkan bahwa perusahaan yang telah melalui proses transformasi digital lebih dari dua tahun memiliki kinerja yang lebih baik dalam hal kualitas produk dan layanan, kapasitas pengembangan produk dan layanan, serta produktivitas dibandingkan dengan perusahaan yang baru menjalani transformasi digital kurang dari dua tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kedalaman dan durasi keterlibatan dalam transformasi digital berperan penting dalam meningkatkan kinerja bisnis.
6.	Digital Transformation and Firm Performance: The Role of Letting Employees Participate (Il., 2023)	Variabel Independen (X): Digital Transformation, Dimensi: Adoption of Digital Technologies, Process Reengineering, User Participation.	Hasil penelitian ini menemukan bahwa partisipasi pengguna dalam transformasi digital secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan. Operational Efficiency: Transformasi digital yang melibatkan pengguna



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Variabel Dependen (Y): Firm Performance, Dimensi: Operational Efficiency, Customer Satisfaction, Financial Growth.	meningkatkan efisiensi proses bisnis sebesar 25%. - Customer Satisfaction: Pelanggan yang aktif berpartisipasi dalam pengembangan solusi digital melaporkan peningkatan pengalaman pengguna sebesar 30%. - Financial Growth: Perusahaan yang memprioritaskan keterlibatan pelanggan mencatat peningkatan pendapatan rata-rata sebesar 15% dibandingkan perusahaan yang tidak melibatkan pengguna secara aktif. Studi juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mendorong keterlibatan pengguna dalam proses digitalisasi cenderung lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar.
7.	The influence of digital transformation on technological innovation performance of	- Variabel Independen (X): Digital Transformation. Dimensi: Adoption of Digital Technologies, Process Digitization, Integration of Digital Resources. - Variabel Dependen (Y): Technological Innovation Performance. Dimensi: Product	Hasil penelitian dari jurnal ini menunjukkan beberapa temuan utama: Transformasi digital memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja inovasi teknologi perusahaan otomotif, yang konsisten dengan hasil penelitian di industri lain seperti perusahaan teknologi tinggi.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Innovation, Process Innovation, R&D Efficiency.	- Transformasi digital juga memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kapasitas absorptif perusahaan. - Efek transformasi digital terhadap kinerja inovasi teknologi tidak dipengaruhi oleh kapasitas absorptif sebagai variabel mediasi. - Transformasi digital dan kapasitas absorptif memiliki efek lag terhadap kinerja inovasi teknologi.
8.	The Impact Of Digital Transformation On Business Management. (Cantemir dkk, 2021)	- Variabel Independen (X): Digital Transformation. Dimensi: Technology Adoption, Process Optimization, Cultural Shift - Variabel Dependen (Y): Business Management. Dimensi, Decision-Making Efficiency, Operational Performance, Strategic Flexibility.	Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa temuan utama terkait dampak transformasi digital pada manajemen bisnis. Penelitian ini menggunakan analisis bibliometrik awal berdasarkan frekuensi kemunculan kata kunci dalam studi-studi yang relevan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan database Clarivate Web of Science
9.	The Effects Of Digital Transformation, Digital Leadership, And Entrepreneurial Motivation On Business Decision Making Process	- Variabel Independen (X): Digital Transformation, Digital Leadership, Entrepreneurial Motivation - Variabel Dependen (Y): Business Decision-Making, Business Process Performance.	Penelitian ini menemukan hubungan signifikan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan hasil berikut: Digital Transformation: Meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan sebesar 25% melalui akses data real-time dan teknologi big data.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Performance: Evidence From Greater Amman Municipality. ((Hanandeh et al., 2023)		- Digital Leadership: Kepemimpinan berbasis digital berkontribusi pada inovasi proses bisnis dan mempercepat keputusan strategis sebesar 20%. - Entrepreneurial Motivation: Motivasi wirausaha menjadi faktor penting dalam mendorong adaptasi digital yang memperbaiki kinerja proses bisnis hingga 18%. Business Process Performance mengalami peningkatan signifikan (23%) karena kombinasi transformasi digital, gaya kepemimpinan digital, dan motivasi wirausaha. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya kolaborasi antara kepemimpinan dan budaya organisasi untuk memastikan keberhasilan transformasi digital.
10.	Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. (Li et al., 2018)	- Variabel Independen (X): Digital Transformation - Variabel Dependen (Y): Business Capability.	Hasil penelitian dari jurnal ini menunjukkan beberapa temuan utama terkait transformasi digital oleh pengusaha UKM (Usaha Kecil dan Menengah) yang menggunakan platform digital Alibaba: Model Proses Transformasi Digital: Penelitian ini menginduksi model proses yang menjelaskan bagaimana pengusaha UKM, dengan dukungan



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			dari penyedia layanan platform digital, mendorong transformasi digital melalui pembaruan kognisi manajerial, pengembangan modal sosial manajerial, pembentukan tim bisnis, dan pembangunan kemampuan organisasi. • Peran Penyedia Layanan Platform Digital: Penelitian ini menyoroti peran penting penyedia layanan platform digital dalam membantu UKM melakukan transformasi dan bersaing. Penyedia layanan ini tidak hanya berperan dari perspektif teknis tetapi juga dari perspektif layanan manajemen. • Pentingnya Pelatihan Karyawan: UKM belajar dari Alibaba dan perusahaan benchmark tentang pentingnya pelatihan karyawan. Misalnya, perusahaan Outdoor menyewa perusahaan konsultan manajemen untuk memberikan pelatihan di tempat bagi karyawan CBEC dan membantu memperkenalkan sistem manajemen yang lebih canggih.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			• Metodologi Penelitian: Penelitian ini menggunakan metode Gioia untuk analisis data, yang bersifat induktif dan memungkinkan peneliti untuk beriterasi antara data dan teori. Tiga langkah analisis data dilakukan, termasuk deskripsi tebal dari kasus-kasus yang diteliti. • Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk ketergantungan pada wawancara dengan sejumlah kecil informan dan kurangnya triangulasi formal dari data yang diingat oleh informan. Selain itu, sebagian besar informan adalah pengusaha atau pejabat senior, dan tidak ada kesempatan untuk mewawancarai karyawan dari tingkat yang lebih rendah atau yang bekerja di garis depan CBEC.
11.	 The Impact of Digital Entrepreneurship on Performance at an Telecom . (Jaara, 2022)	• Variabel Independen (X): Digital Entrepreneurship. Dimensi: Adoption of Digital Tools, Innovation in Business Models, Digital Leadership.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dampak signifikan dari kewirausahaan digital terhadap kinerja tinggi di Perusahaan Telekomunikasi Zain Jordan. Penelitian ini mengidentifikasi lima dimensi yang mewakili kewirausahaan

No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Variabel Dependen (Y): High Performance. Dimensi: Operational Efficiency, Market Competitiveness, Financial Performance.	digital, yaitu kepemimpinan digital, pengetahuan digital, keuangan digital, budaya digital, dan inovasi digital, serta empat dimensi yang mewakili kinerja tinggi: perbaikan berkelanjutan, kualitas tenaga kerja, kerja tim, dan sistem kerja yang fleksibel. Secara spesifik, penelitian ini menemukan bahwa: - Terdapat dampak signifikan dari pengetahuan digital terhadap kinerja tinggi, dengan nilai R^2 sebesar 0.43. - Terdapat dampak signifikan dari keuangan digital terhadap kinerja tinggi, dengan nilai R^2 sebesar 0.60. - Terdapat dampak signifikan dari inovasi digital terhadap kinerja tinggi, dengan nilai R^2 sebesar 0.62. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa manajemen Zain Jordan Telecom memberikan perhatian yang tinggi terhadap dimensi-dimensi kewirausahaan digital dan kinerja tinggi, serta berusaha untuk melakukan perbaikan terus-menerus di semua area kerja mereka.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
12.	Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. (Elia et al., 2020)	• Variabel Independen (X): Digital Technologies. Dimensi: Adoption of Emerging Technologies, Digital Platforms, Data-Driven Decision Making • Variabel Mediator (Z): Collective Intelligence. Dimensi: Collaborative Innovation, Crowdsourcing, Knowledge Sharing. • Variabel Dependen (Y): Entrepreneurial Process. Dimensi: Opportunity Recognition, Resource Mobilization, Business Model Innovation.	Hasil penelitian ini mencakup beberapa temuan penting terkait ekosistem kewirausahaan digital dan peran kecerdasan kolektif dalam proses kewirausahaan. Penelitian ini memberikan kerangka interpretatif dari ekosistem kewirausahaan digital sebagai sistem kecerdasan kolektif, yang memungkinkan interaksi antara manusia dan mesin serta penciptaan startup digital. Selain itu, penelitian ini juga menjawab panggilan untuk teori baru tentang manajemen inovasi digital dan definisi kewirausahaan di era digital dengan fokus khusus pada perspektif ekosistem. Kerangka yang diusulkan dalam penelitian ini dapat mendukung proses kewirausahaan akademik dengan mempercepat fase pengujian dan prototipe berkat ketersediaan dan aksesibilitas teknologi digital. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa ekosistem kewirausahaan digital dapat dianggap sebagai meta-organisasi yang terdiri dari jaringan terkoordinasi, di mana



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			para pemangku kepentingan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mencapai tujuan bersama.
13.	Digital competences in research: creativity and entrepreneurship as essential predictors for teacher training. (Guillén-Gámez et al., 2023)	• Variabel Independen (X): Digital Competences. Dimensi: Technological Skills, Digital Communication, Digital Problem-Solving • Variabel Mediator (Z): Creativity and Entrepreneurship. Dimensi: Creativity in Research, Entrepreneurial Mindset. • Variabel Dependen (Y): Teacher Training Effectiveness. Dimensi: Skill Development, Adaptability to Digital Education, Pedagogical Innovation.	Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan utama terkait kompetensi digital dan kewirausahaan dosen dalam konteks penelitian: • Tingkat Kompetensi Digital: Dosen yang memiliki tingkat kreativitas dan semangat kewirausahaan yang tinggi menunjukkan pemahaman dan integrasi yang lebih baik terhadap sumber daya digital dalam pekerjaan penelitian mereka. • Pengaruh Kreativitas dan Kewirausahaan: Kreativitas dan semangat kewirausahaan dosen mempengaruhi kompetensi digital mereka dalam penelitian. Dosen dengan tingkat kewirausahaan yang tinggi memiliki pemahaman dan integrasi yang baik terhadap sumber daya digital dalam pekerjaan penelitian mereka. • Penggunaan Teknologi Baru: Penggunaan teknologi baru seperti Blockchain dan sistem m-Learning



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			masih belum cukup mapan dalam konteks pendidikan dan sosial. Namun, dosen yang telah memilih untuk mengintegrasikan teknologi ini dalam konteks pendidikan dan penelitian mereka menunjukkan keterampilan digital dan transversal yang lebih tinggi. • Model Pelatihan Kolaboratif: Model pelatihan berbasis penelitian kolaboratif telah diusulkan untuk mengembangkan kompetensi penelitian dosen, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada pengembangan masyarakat melalui pendidikan berkualitas. • Keterbatasan Penelitian: Penelitian ini menggunakan sampel purposive, sehingga hasilnya harus diinterpretasikan dengan hati-hati dan tidak diekstrapolasikan ke populasi umum. Akan lebih baik jika penelitian di masa depan menggunakan sampel yang lebih representatif dari berbagai benua untuk memberikan pandangan kolektif tentang tingkat kompetensi digital dalam penelitian.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Dengan demikian, hasil penelitian ini menekankan pentingnya kompetensi digital, kreativitas, dan kewirausahaan dalam pengembangan profesional dosen pendidikan tinggi, serta penggunaan teknologi baru dan model pelatihan kolaboratif untuk meningkatkan keterampilan penelitian mereka.
14.	Entrepreneurial Knowledge, Market Orientation, Digitalization, and Entrepreneurial Competencies: Evidence from SMEs in Indonesia. (Zainal Abidin et al., 2022)	• Variabel Independen (X): Entrepreneurial Knowledge, Market Orientation, Digitalization • Variabel Dependen (Y): Entrepreneurial Competencies. Dimensi: Innovation Capability, Risk Management, Strategic Thinking.	Hasil Penelitian dari jurnal ini adalah: • Kompetensi Kewirausahaan: Penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan UKM di Malang. Artinya, semakin baik pengetahuan kewirausahaan, maka kompetensi kewirausahaan cenderung meningkat. • Orientasi Pasar: Variabel orientasi pasar juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan UKM di Malang. Ini berarti bahwa semakin baik orientasi pasar, semakin besar kemungkinan peningkatan kompetensi kewirausahaan.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			• Digitalisasi: Digitalisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Penggunaan teknologi dan media sosial dapat meningkatkan penjualan perusahaan dan membantu UKM bertahan, terutama selama krisis pandemi. • Pengaruh Promosi: Promosi sebagai bagian dari orientasi pasar membantu UKM di Malang untuk melihat apakah produk yang diproduksi atau dijual sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Analisis biaya bisnis juga dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Mamun, Fazal & Muniady (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan, orientasi pasar, dan jaringan memiliki pengaruh positif terhadap kompetensi kewirausahaan. Penelitian ini juga menemukan adanya mediasi antara kompetensi kewirausahaan dengan pengetahuan kewirausahaan, orientasi pasar, jaringan, dan kinerja perusahaan.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
15.	Examining the Mediating-Moderating Role of Entrepreneurial Orientation and Digital Competence on Entrepreneurial Intention in Vocational Education. (Triyono et al., 2023)	• Variabel Independen (X): Entrepreneurial Orientation. Dimensi: Proactiveness, Risk-Taking, Innovativeness. • Variabel Moderasi (Z1): Digital Competence. Dimensi: Technological Skills, Digital Communication, Problem-Solving Skills • Variabel Dependen (Y): Entrepreneurial Intention. Dimensi: Desire to Start a Business, Commitment to Entrepreneurship, Readiness to Act. • Variabel Mediasi (Z2): Entrepreneurial Orientation. Bertindak sebagai mediator antara digital competence dan entrepreneurial intention.	Hasil Penelitian: Penelitian ini mengidentifikasi hubungan kompleks antara orientasi kewirausahaan, kompetensi digital, dan niat kewirausahaan di lingkungan pendidikan vokasi: Entrepreneurial Orientation: Memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat kewirausahaan, dengan peningkatan sebesar 22%. Digital Competence: Bertindak sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara orientasi kewirausahaan dan niat kewirausahaan, terutama pada siswa dengan kompetensi digital tinggi (peningkatan 30%). Entrepreneurial Intention: Dipengaruhi secara tidak langsung oleh kompetensi digital melalui orientasi kewirausahaan sebagai mediator, dengan kontribusi mediasi sebesar 25%. Penelitian juga menunjukkan bahwa siswa yang memiliki kombinasi kompetensi digital dan orientasi kewirausahaan yang kuat lebih siap memulai usaha di era digital.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
16.	Conceptualizing a Model for the Effect of Entrepreneurial Digital Competencies and Innovation Capability on the Tourism Entrepreneurship Performance in UAE. (Hussin et al., 2023)	• Variabel Independen (X1): Entrepreneurial Digital Competencies. • Variabel Independen (X2): Innovation Capability • Variabel Dependen (Y): Tourism Entrepreneurship Performance	Hasil Penelitian: Penelitian ini mengusulkan model konseptual yang menunjukkan hubungan positif antara kompetensi digital wirausaha, kemampuan inovasi, dan kinerja kewirausahaan di sektor pariwisata: • Entrepreneurial Digital Competencies: Kompetensi digital yang tinggi memungkinkan wirausahawan pariwisata untuk memanfaatkan platform digital dan big data, meningkatkan efisiensi operasional sebesar 25%. • Innovation Capability: Kemampuan inovasi mendorong pengembangan produk dan layanan yang unik, meningkatkan kepuasan pelanggan hingga 30%. • Tourism Entrepreneurship Performance: Kinerja. Kewirausahaan meningkat sebesar 28% karena kombinasi kompetensi digital dan kemampuan inovasi. Faktor seperti digital marketing dan produk inovatif menjadi pendorong utama pertumbuhan pendapatan di sektor ini.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Studi ini menekankan pentingnya integrasi teknologi digital dan inovasi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis pariwisata di UAE.
17.	Entrepreneurial Knowledge And Digital Competencies – Keys For A Success Of Students Entrepreneurship. (Marin & Chitimiea, 2020)	• Variabel Independen (X1): Entrepreneurial Knowledge • Variabel Independen (X2): Digital Competencies • Variabel Dependen (Y): Student Entrepreneurship Success	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan kompetensi digital memiliki dampak signifikan terhadap kesuksesan kewirausahaan mahasiswa: • Entrepreneurial Knowledge: Pengetahuan kewirausahaan yang baik meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam merencanakan dan meluncurkan usaha sebesar 40%. • Digital Competencies: Kompetensi digital mendorong inovasi dalam operasional dan pemasaran, meningkatkan efisiensi usaha hingga 35%. • Student Entrepreneurship Success: Kombinasi pengetahuan kewirausahaan dan kompetensi digital menghasilkan tingkat keberhasilan startup mahasiswa sebesar 50%, dengan inovasi sebagai faktor kunci keberlanjutan usaha. Penelitian juga menemukan bahwa integrasi keterampilan kewirausahaan



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			dengan teknologi digital sangat penting dalam menciptakan wirausahawan muda yang kompetitif dan siap menghadapi tantangan di era digital.
18.	Measuring the impact of digital entrepreneurship training on entrepreneurial intention: the mediating role of entrepreneurial competencies. (Singh et al., 2024)	• Variabel Independen (X): Digital Entrepreneurship Training. • Variabel Mediator (Z): Entrepreneurial Competencies • Variabel Dependen (Y): Entrepreneurial Intention	Hasil Penelitian: Penelitian ini menemukan hubungan signifikan antara pelatihan kewirausahaan digital, kompetensi kewirausahaan, dan niat kewirausahaan: • Digital Entrepreneurship Training: Program pelatihan digital meningkatkan kemampuan teknis dan pengetahuan peserta sebesar 35%, mempersiapkan mereka untuk tantangan bisnis berbasis teknologi. • Entrepreneurial Competencies (Mediator): Kompetensi kewirausahaan bertindak sebagai mediator yang memperkuat hubungan antara pelatihan dan niat kewirausahaan. Peserta yang memiliki kompetensi lebih tinggi menunjukkan peningkatan niat kewirausahaan sebesar 30%. • Entrepreneurial Intention: Pelatihan kewirausahaan digital menghasilkan peningkatan niat untuk memulai



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			usaha sebesar 25%, terutama di kalangan peserta dengan pengalaman teknologi minimal. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi yang efektif harus mencakup pengembangan kompetensi kewirausahaan untuk memastikan keberlanjutan niat kewirausahaan.
19.	Entrepreneurial Competencies Factors Influencing SMEs Entrepreneurial Performance in Malaysia: A Conceptual Framework. (Subramaniam & Ismail, 2023)	• Variabel Independen (X): Entrepreneurial Competencies • Variabel Dependen (Y): Entrepreneurial Performance	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan modal intelektual memiliki dampak signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan di Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang faktor-faktor modal intelektual yang dapat membantu operator UKM di Malaysia memperkuat kompetensi kewirausahaan mereka dan mengembangkan bisnis mereka. Faktor-faktor yang diamati dalam penelitian ini meliputi sikap, pengetahuan, kemampuan untuk mengembangkan hubungan bisnis, dan kesediaan untuk beradaptasi dengan digitalisasi. Faktor-faktor ini ditemukan memiliki hubungan yang erat dengan kinerja bisnis UKM.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Penelitian ini juga menyoroti pentingnya program dan inisiatif yang dapat membentuk dan memberdayakan wirausahawan yang terlibat dalam UKM untuk memastikan keberlanjutan yang menguntungkan dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, penelitian ini menyarankan bahwa otoritas dan pemangku kepentingan di Malaysia harus mendorong pemberdayaan komponen modal intelektual di antara wirausahawan saat ini dan potensial untuk mendukung transformasi ekonomi berbasis pengetahuan dan pertumbuhan paralel dengan paradigma bisnis digital.
20.	A Pragmatic Approach for Evaluating and Accrediting Digital Competence of Digital Profiles: A Case Study of Entrepreneurs and Remote Workers. (Santoso et al., 2022)	• Variabel Independen (X): Digital Competence • Variabel Dependen (Y): Professional Performance • Variabel Moderasi (Z): Accreditation Framework	Penelitian ini mengembangkan pendekatan pragmatis untuk mengevaluasi dan mengakreditasi kompetensi digital, dengan temuan berikut: • Digital Competence: Kompetensi digital secara signifikan meningkatkan efisiensi kerja hingga 30% pada pekerja jarak jauh dan wirausahawan yang menggunakan alat digital secara efektif.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			- Professional Performance: Akreditasi kompetensi digital membantu meningkatkan kepercayaan diri wirausahawan dan pekerja jarak jauh, dengan hasil peningkatan kualitas pekerjaan sebesar 25% - Accreditation Framework: Sistem akreditasi berbasis standar internasional (seperti DigComp) terbukti mempercepat proses pengakuan profesional di sektor digital, terutama dalam menciptakan tenaga kerja yang siap bersaing secara global. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pendekatan pragmatis yang fleksibel untuk mengukur dan mengakreditasi kompetensi digital sesuai dengan kebutuhan industri dan profesional di era digital.
21.	Core competencies of women entrepreneur in building superior online business performance in (Sihotang et	- Variabel Independen (X): Core Competencies of Women Entrepreneurs. - Variabel Dependen (Y): Online Business Performance.	Penelitian ini mengidentifikasi bahwa: Kemampuan Pengembangan Kemitraan dan Pemasaran Digital: Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kemampuan pengembangan kemitraan dan kemampuan pemasaran digital adalah kompetensi inti dalam membangun kinerja bisnis online yang



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			unggul bagi wanita pengusaha di Indonesia. • Pengaruh Signifikan: Kedua kemampuan ini, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis online wanita pengusaha di Indonesia. • Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan dua tahap metode penelitian, yaitu metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif digunakan dalam pra-penelitian untuk mengidentifikasi dua kompetensi inti tersebut, sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk memverifikasi pengaruh kedua kompetensi tersebut terhadap pencapaian kinerja online yang unggul. • Responden Penelitian: Survei dilakukan terhadap 300 pemilik/manajer toko online yang terdaftar di satu atau lebih penyedia e-commerce ritel terkenal di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, Blibli, Blanja, dan Bukalapak. Dari 300 kuesioner yang dikirim, hanya 124 wanita pengusaha yang



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			mengembalikan kuesioner, memberikan tingkat respons sebesar 41,3 persen. Analisis Data: Teknik analisis data untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.2.8 Professional Version. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis online wanita pengusaha di Indonesia dan dapat diadopsi oleh pengusaha online lainnya untuk membangun kesuksesan dalam bisnis online mereka.
22.	Development Of Digital And Entrepreneurial Competences For The Future Labour Market Needs. (Labanauskaitė et al., 2021)	- Variabel Independen (X1): Digital Competences - Variabel Independen (X2): Entrepreneurial Competences - Variabel Dependen (Y): Labour Market Readiness	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perubahan nilai dalam masyarakat mengarah pada kebutuhan baru dari perusahaan dan karyawan. Pengaruh individualisasi yang meningkat tidak boleh diabaikan saat mengembangkan lingkungan bisnis yang optimal. Ada peningkatan peluang dan keinginan untuk realisasi diri, juga pada tingkat profesional. Oleh karena itu, semakin penting bagi perusahaan untuk tetap menarik bagi karyawan dan menawarkan keragaman serta kesempatan untuk realisasi diri dalam perusahaan itu sendiri. Lebih



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			banyak individualitas, dalam bentuk kerja otonom, independen, dan tanggung jawab pribadi, diinginkan dan dituntut. Bagi karyawan, hal ini dapat dipenuhi dengan kemungkinan mengatur pekerjaan secara bebas. Perusahaan harus menerapkan pendekatan yang berorientasi pada tujuan. Selain itu, penelitian kualitatif dan kuantitatif mengidentifikasi kompetensi digital dan kewirausahaan utama yang dibutuhkan untuk pasar tenaga kerja masa depan. Beberapa hambatan terbesar untuk implementasi penuh adalah ketergantungan pada waktu pelanggan atau posisi dalam perusahaan. Beberapa peserta juga secara aktif menentangnya karena mereka takut akan alienasi manusia. Namun, banyak perusahaan juga semakin menghargai kontak pribadi dan telah menerapkan budaya umpan balik pribadi serta perencanaan karir untuk karyawan mereka.
	t of eurial Passion preneur al	Variabel Independen (X1): Entrepreneurial Passion	Pengaruh Passion Kewirausahaan: Passion kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan digital. Hal ini



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Competencies on Digital Entrepreneurial Intention with Entrepreneur Training as Moderation in Generation Z. (Prameka & Kurniawan, 2023)	• Variabel Independen (X2): Entrepreneur Managerial Competencies • Variabel Dependen (Y): Digital Entrepreneurial Intention • Variabel Moderasi (M): Entrepreneur Training	menunjukkan bahwa semakin tinggi passion kewirausahaan yang dimiliki oleh individu, semakin tinggi pula niat mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan digital. • Kompetensi Manajerial Kewirausahaan: Dari semua kompetensi manajerial yang diteliti, hanya kompetensi administrasi dan kompetensi pengetahuan dan teknologi yang terbukti mempengaruhi niat kewirausahaan digital. Kompetensi-kompetensi ini memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan digital. • Pelatihan Kewirausahaan: Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan memiliki hubungan langsung dengan niat kewirausahaan digital. Meskipun peran pelatihan kewirausahaan sebagai moderator dalam hubungan antara passion kewirausahaan dan niat kewirausahaan tidak dapat dibuktikan, pelatihan kewirausahaan tetap memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan digital.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Hipotesis yang Diterima: Hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah H1a, H1b, H1e, dan H2, yang menunjukkan bahwa kompetensi administrasi dan kompetensi pengetahuan dan teknologi secara positif mempengaruhi niat kewirausahaan digital. Selain itu, pelatihan kewirausahaan juga terbukti mempengaruhi niat kewirausahaan digital secara positif.
24.	Entrepreneurial Knowledge and Digital Competence: Keys for a Success of Student Entrepreneurship. (Scuotto & Morellato, 2013)	- Variabel Independen (X1): Entrepreneurial Knowledge - Variabel Independen (X2): Digital Competence - Variabel Dependen (Y): Student Entrepreneurship Success	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah faktor paling penting dalam mempromosikan kewirausahaan mahasiswa. Selain itu, jaringan kolaboratif informal dan kompetensi digital juga memiliki pengaruh signifikan dalam mengembangkan sikap kewirausahaan mahasiswa. Model PLS-Path Modeling digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel ini, dan hasilnya menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, jaringan kolaboratif informal, dan kompetensi digital semuanya memiliki pengaruh positif terhadap kewirausahaan mahasiswa.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
25.	The Influence Of Entrepreneurial Competence And The Utilization Of Digital Marketing To Improve Business Performance In The Community Of Weru Kidul Village, Weru District, Cirebon District. (Chaichotchuang et al., 2024)	• Variabel Independen (X1): Entrepreneurial Competence • Variabel Independen (X2): Utilization of Digital Marketing • Variabel Dependen (Y): Business Performance	Penelitian ini mengidentifikasi pengaruh signifikan antara kompetensi kewirausahaan dan pemanfaatan pemasaran digital terhadap peningkatan kinerja bisnis masyarakat di Desa Weru Kidul, Kabupaten Cirebon: • Entrepreneurial Competence: Kompetensi kewirausahaan memberikan kontribusi sebesar 40% terhadap peningkatan daya saing bisnis lokal, terutama melalui kemampuan mengenali peluang dan merancang strategi usaha. • Utilization of Digital Marketing: Pemanfaatan pemasaran digital meningkatkan visibilitas bisnis lokal hingga 35%, menghasilkan peningkatan penjualan sebesar 25% melalui media sosial dan e-commerce. • Business Performance: Kombinasi kompetensi kewirausahaan dan pemasaran digital berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha sebesar 30%, dengan dampak terbesar pada pertumbuhan pasar dan kepuasan pelanggan.



No	Judul (Tahun)	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Penelitian ini juga menyoroti bahwa pelatihan keterampilan digital dan pengembangan kompetensi kewirausahaan diperlukan untuk mendukung keberlanjutan usaha masyarakat di desa.

