



manajemen
kita

SENIMA5
SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN



PROSIDING SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN (SENIMA) 5 & CALL FOR PAPERS 2020

TEMA

**"Strategi Bisnis di Tengah
Pandemi dan Pasca
Pandemi Covid-19"**

E-ISSN : 2654 - 3664

PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerahNya, sehingga kegiatan Seminar Nasional Manajemen (SENIMA 5) dan Call for Papers 2020 dapat terselenggara dengan baik. Kegiatan ini merupakan Agenda Tahunan dari serangkaian kegiatan dalam memperingati hari jadi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang jatuh pada 5 Oktober.

Seminar Nasional Manajemen (SENIMA 5) dan Call for Papers 2020 menjadi forum diskusi dan komunikasi para akademisi dan praktisi yang bergerak di bidang manajemen umumnya dan khususnya strategi bisnis. Aktivitas sebuah bisnis sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Lingkungan eksternal bisnis saat ini menghadapi tantangan secara tiba-tiba dengan munculnya Corona Virus Disease (Covid-19). Covid-19 telah memaksa setiap sektor bisnis untuk beradaptasi sesuai aturan yang berlaku seperti batasan jam operasional, batasan aktivitas di luar rumah, *work from home*, serta *physical distancing* yang pada akhirnya mempengaruhi penerimaan pendapatan bagi sebagian besar sektor bisnis (galamedia.pikiran-rakyat.com). Menteri Keuangan Indonesia, Sri Mulyani, dalam sebuah telekonferensi menyampaikan bahwa dampak terburuk dari Covid-19 akan membuat Indonesia mengalami penurunan persentase pertumbuhan ekonomi sebesar negatif 0.4% di tahun 2020 (voaindonesia.com). Beberapa penyebabnya yaitu menurunnya konsumsi rumah tangga, sulitnya memperoleh bahan baku, dan terhambatnya setiap saluran distribusi.

Upaya penting bagi sebuah bisnis untuk dapat bertahan atau bahkan berkembang dalam kondisi lingkungan yang terus berubah adalah dengan menentukan strategi bisnis yang tepat. Strategi merupakan hal yang penting karena strategi membantu mengarahkan tindakan dan keputusan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan perusahaan. Strategi yang tepat akan mengantarkan perusahaan untuk memenangkan persaingan bisnis sebaliknya strategi yang tidak tepat akan menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya.

Strategi dan manajemen strategi memiliki kaitan yang erat karena manajemen strategi membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis, dan mengatur informasi, yang akan menjadi dasar dalam pemilihan strategi bisnis. Sehingga, manajemen

strategi membantu perusahaan untuk memperoleh strategi terbaik pada lingkungan bisnis yang dinamis.

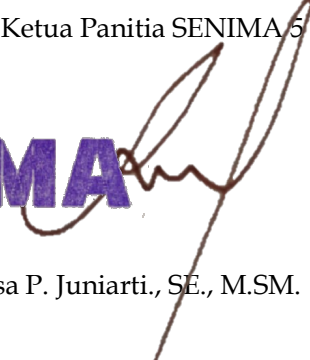
Berdasarkan paparan di atas, yaitu kondisi lingkungan bisnis yang terus berubah serta pentingnya strategi bisnis, maka pemaparan terkait strategi bisnis dari kalangan akademisi dan praktisi akan sangat bermanfaat bagi dunia usaha. Hal tersebut yang melatarbelakangi Jurusan Manajemen FE UNESA menyelenggarakan Seminar Nasional Manajemen ke V dengan tema **“Strategi Bisnis di Tengah dan Pasca Pandemi Covid-19”**. Kegiatan seminar ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas khususnya para pelaku usaha. Kegiatan seminar dan *call for paper* ini terbuka bagi seluruh akademisi, praktisi, mahasiswa S1, S2, S3, instansi pemerintah, LSM dan masyarakat umum yang ingin memaparkan hasil penelitian, pemikiran, maupun praktik-praktik terkait dengan strategi bisnis di masa *new normal*.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih pada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan ini. Ucapan terima kasih ini, secara khusus, kami sampaikan kepada para narasumber, pihak sponsor, peserta dan pemakalah, serta partner publikasi senima yang telah berpartisipasi pada kegiatan ini. Penghargaan setinggi-tingginya kami sampaikan atas dukungan para pimpinan dan staf Fakultas Ekonomi khususnya para dosen dan mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang bekerja keras demi kelancaran acara ini.

Semoga kegiatan ini menjadi bentuk partisipasi dunia akademik dalam membangun bangsa dan Negara Indonesia, terutama berkaitan dengan pengembangan Ilmu Manajemen di Indonesia.

Surabaya, 5 Oktober 2020

Ketua Panitia SENIMA 5



Rosa P. Juniarti, SE., M.SM.

Susunan Panitia SENIMA 5

Pelindung dan Penasehat	: Dekan Fakultas Ekonomi
Penanggung Jawab	: Ketua Jurusan
	Sekretaris Jurusan
Ketua Panitia	: Rosa Prafitri Juniarti, S.E., M.S.M.
Wakil Ketua	: Dr. Sri Setyo Iriani, M.Si.
Sekretaris	: Nurul Indawati, S.E., M.M.
Bendahara	: Trias Madanika Kusumaningrum, S.E., S.Pd., M.M.
Koordinator Sie Acara	: Yuyun Isbanah, S.E., M.SM.
Anggota	: Nadia Asandimitra, S.E., M.M.
	: R.A. Sista Paramita, S.E., M.Si.
Koordinator Sie Prosiding dan	: Hafid Kholidi Hadi, S.E., M.SM.
Kesekretariatan	: Zainur Rahman, S.E., M.M.
Anggota	: Ika Diyah Candra A. S.E, M. Com.
Koordinator Sie IT	: Achmad Kautsar, S.E.,M.M.
Anggota	:Khoirur Rozaq, S.E.,Sy, M.M.
	:Fandi Fatoni, S.Pd., M.SM.
	: Feri Arandi., A.Md. (PPTI)
	: Iksan Febrianto(PPTI)
	: Aditya Maulana Ibrahim (PPTI)
	: Rachman Nova Sumarta., S.ST. (PPTI)
Koordinator Sie Sponsorship	: Yessy Artanti, S.E., M.Si.
Anggota	: Agus Frianto, S.T., S.E., M.M.
	: Hujatullah Fazlurrahman, S.E., M.B.A.
Koordinator Sie Publikasi dan Dokumentasi	: Monika Tiarawati, S.E., M.M.
Anggota	: Drs. Ec. Budiono., M.Si.
	: Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M.
Koordinator Sie Perlengkapan	: Hadi Sasmino., S.Pd.
	: Titing Martina., ST.

Tim Reviewer

- Prof. Dr. Dewie Tri Wijayati, M.Si.
- Dr. Purwohandoko, M.M.
- Dr. Andre Dwijanto W., S.T., M.Si.
- Dr. Sri Setyo Iriani, S.E., M.Si.
- Dr. Anang Kistyanto, S.Sos., M.Si.
- Dr. Musdholifah, S.E. M.Si.
- Dr. Ulil Hartono, S.E., M.Si.
- Dra. Hj. Anik Lestari A, M. M.
- Dwiarko Nugrohoseno S.Psi., M.M.
- Nadia Asandimitra, S.E., M.M.
- Widyastuti, S.Si, M.Si.
- Yessy Artanti, S.E., M.Si.
- Agus Frianto, S.T., S.E., M.M.
- Monika Tiarawati, S.E., M.M.
- Sanaji, S.E., M.Si.
- Drs. Ec. Budiono, M.Si.
- Yuyun Isbanah, S.E., M.SM.
- R.A., Sista Paramita, S.E., M.Si.
- Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M.
- Hafid Kholidi Hadi, S.E., M.SM.
- Rosa Prafitri Juniarti, S.E., M.SM.
- Achmad Kautsar, S.E., M.M.
- Hujjatullah Fazlurrahman, S.E., M.BA.
- Trias Madanika K. S.E., S.Pd., M.M.
- Khoirur Rozaq., SESy., MM.
- Zainur Rahman., SE., M.Sc.
- Fandi Fatoni., SE., M.SM.

Daftar Isi

No	JUDUL	Halaman
1	EFEKTIVITAS SISTEM INFORMASI WAKAF (SIWAK) SEBAGAI STRATEGI MENGURANGI SENGKETA DAN PERCEPAT SERTIFIKASI TANAH WAKAF DI SURABAYA Yusuf Agus Santoso, A'rasy Fahrullah	1-13
2	Pengaruh Customer Experience Terhadap Word Of Mouth dengan Emotional Attachment sebagai Variabel Mediasi pada Pengunjung TravelMie Yurike Linggar Sari, Sanaji	14-28
3	PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PIZZA HUT DELIVERY DI SIDOARJO DI MASA PANDEMI Wulan Purnamasari, Anis Putri Ambarwati	29-43
4	PELUANG BISNIS PADA <i>ENTREPRENEUR</i> MUDA DI MASA PANDEMI COVID-19 DITINJAU DARI PERILAKU HALAL LIFESTYLE Wiwik Maryati	44-51
5	Peran Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja Usaha pada Wirausaha Muda Saparila Worokinasih, Edriana Pangestuti, Nur Imamah, Kemal Sandi, Imam Rizkika	52-64
6	Peran Kepuasan Kerja dan Stres Kerja: Pengaruh Turnover Intention Pada PT World Innovative Telecommunication (OPPO) di Kalimantan Utara Widyastuti Cahyaningrum, Rickna Mayasari, Ahmatang, Shalahuddin	65-72
7	Model Extended Theory of Planned Behavior pada Konteks Green Consumerism: Penelitian pada Konsumen Muslim Indonesi Feza Zaragita Rahman, Whony Rofianto	73-87
8	PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP DAYA SAING DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS STUDI KASUS PADA OBJEK WISATA BUKIT PANEMBONGAN DESA TEMBONG KABUPATEN KUNINGAN) Wely Hadi Gunawan, Wachyuni	88-103
9	ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INFORMATION TECHNOLOGY AND INNOVATION ON THE ADVANTAGES OF COMPETING TO IMPROVE ORGANIZATIONAL PERFORMANCE (CASE STUDY ON THE ATTRACTIONS OF BUKIT PANEMBONGAN VILLAGE TEMBONG KUNINGAN REGENCY Wely Hadi Gunawan, Wachyuni	104-119
10	PROGRAM ePPM-UKM UNTUK PENGUATAN KINERJA BISNIS UKM DAN INDUSTRI KREATIF SAAT PANDEMI COVID-19 Wahyudiono, R. Agus Baktiono, Achmad Muchayan	120-137
11	ANALISIS PENGENDALIAN KUALITAS KEMASAN PRODUK MENGGUNAKAN METODE PARETO CHART DAN FISHBONE CHART PADA CV. TROPIS TIRTA DAHAGA BENGKULU Trisna Murni, Syamsul Bachri, Dwi Retno Safitri	138-154
12	DAMPAK ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS PADA TURNOVER INTENTION KARYAWAN PT. DIGITALINSTINCTS TEKNOLOGI YANG DIPENGARUHI OLEH JOB SATISFACTION Tinjung Desy Nursanti, Steffi Lee	155-172
13	Faktor yang Menentukan Niat Menggunakan Mobile Banking dikalangan Mahasiswa Syahran, Agustina Tandi Lembang, Erick Karunia	173-191
14	PENGARUH PERSEPSI NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT BELI SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Borneo Tarakan)	192-203

	Syahrani, Ahmatang, Desi Kristiani Claudia	
15	Pengembangan UMKM Melalui Pengukuran dan Identifikasi Indikator Dari Strategi Rantai Pasok Aspek Logistical-Crossfunctional Drivers	204-221
	Sumarsono, Nur Muflihah	
16	FROM FREE GIFTS JADI HAPPIEST : KETIKA PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED QUALITY DAN GRATITUDE	222-238
	BERDAMPAK PADA CUSTOMER HAPPINESS (Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Bengkulu	
	Muna Fausiyyah, Sularsih Anggarawati, Muhartini Salim, Nasutio, Intan Zoraya	
17	Factors Affecting the Use of Halal Cosmetics During the Pandemic of Covid-19	239-250
	Sudarto, Ahmad Juliana, Kiky Cahya Amalia	
18	PEMBIAYAAN YANG SESUAI DALAM MENGATASI DAMPAK COVID 19 PADA UMKM YANG BERBASIS GREEN ECONOMY	251-259
	Sriyono, Sarwendah Biduri, Bayu Prasajo	
19	THE INFLUENCE OF WORK ENVIRONMENT, WORKLOAD AND PERCEIVED COMPENSATION FAIRNESS ON THE PERFORMANCE OF WORKER	260-267
	Srie Diyas Ciptaning P, Pamela Magdalena	
20	The Effect of Organizational Climate, Spiritual Leadership, and Career Development on Job Satisfaction, Organizational Commitment, and Employee Turnover Intention at Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) in East Java	268-310
	Siti Mahmudah	
21	Pengaruh Percepatan Transformasi Digital Era Covid-19 Terhadap Stress Kerja dan Keterikatan Pekerja Pada Industri Perbankan Nasional	311-319
	Shinta Winasis, Uli Wildan Nuryanto	
22	Reaksi Pasar Sebelum dan Sesudah Pengumuman Virus Covid-19 Oleh Presiden Joko Widodo	320-336
	Ryan Rizki Ramadhan, Erric Wijaya, Nelmida	
23	PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PT PEGADAIAN SYARIAH DI SURABAYA	337-351
	Risky Desca Prianto, Sri Setyo Iriani	
24	DIGITAL BRANDING, ONE OF THE STRATEGIES TO WIN ONLINE TOURISM MARKETING: DURING AND AFTER COVID-19	352-361
	Rina Suthia Hayu	
25	Internal Influence of Locus of Control, Social Support, Self-Efficacy, and Organizational Involvement on Career Adaptability with Self-Regulation as moderation variables (Case Study on Accounting Education Graduates 2017-2019 Semarang State University).	362-379
	Ridah Yulianti, Kusmuriyanto, Kardiyem	
26	EFFECT OF WORK DISCIPLINE, WORK STRESS AND ORGANIZATIONAL CULTURE ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN PT SOFTWAREONE INDONESIA	380-388
	Reni Arthawati, Pamela Magdalena	
27	Social Media Marketing Activities: The Mediation of Brand Equity in The Culinary Industry	389-405
	Ratna Roostika, Sapatelas Febrian	
28	FINTech SEBAGAI SOLUSI SISTEM PERBANKAN INDONESIA DALAM MENJANGKAU MASYARAKAT	406-416
	INKLUSI KEUANGAN DI MASA PANDEMI COVID 19	
	Ramayani Yusuf, Heny Hendrayati, Dewi Kartikaningsih, Ahmad Zaelan Adnan, Euis Hernawati, Nunik Dewi Pramanik	

29	Literasi Keuangan, Struktur Manajemen Dan Pertumbuhan Industri Kecil Menengah:	417-445
	Pwee Leng, Rahmat Setiawan	
30	PROSES <i>BRANDING</i> DESA WISATA “KAMPUNG FLORY”	446-462
	DI DESA TRIDADI, SLEMAN, YOGYAKARTA	
	Putri Yanuaria Tyas, Sanaji	
31	ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG EMPLOYEES:AN INSIGHT OF ENTREPRENEURIAL	463-476
	AND FINANCIAL LITERACY IN EAST JAVA AT UNIVERSITY INDONESIA	
	Purwohandoko, Setro Iriani, Sista Paramita, Trias Madanika	
32	PENYUSUNAN NERACA KEKAYAAN NEGARA : KONSEP DAN PROBLEMATIKA	485-500
	Praptono Djuned, Jiilaan Ronaa Aanisah, Aditya Pancar Kusumandaru, Dina Wahyu Sekti	
	Farid Syurozi, Shafwani Nurin	
33	Motivasi, Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Pegawai Universitas Bengkulu	501-515
	Praningrum	
34	Analisis Faktor Makro Ekonomi Terhadap Indeks Harga Saham Sektor Pertanian Periode 2014-2018	516-532
	Paulina, Devina Marliza Hutagalung, Windy Rachmadita, Mevia Nurul Sholihati	
35	Analysis of Factors Affecting Purchase Intention in Retail Buying In Indonesia Sub Urban Communities	533-543
	Dedi Rianto Rahadi, Pandu Adi Cakranegara	
36	Price Insurance and Unknown Systematic Risks	544-554
	Pandu Adi Cakranegara	
37	Kepribadian <i>Agreeableness</i> Sebagai Mediator Knowledge Self Efficacy Terhadap Knowledge Management	555-564
	Nur Laily, Prijati	
38	Pro-Social Behavior on Business Resilience: Kepemimpinan UMKM dalam Melintas Krisis COVID-19	565-574
	Nopriadi Saputra, Rita Sari, Syafrida Hafni Sahir, Siti Fatimah	
39	Collaborative Capability : Memperkuatan Ketahanan Bisnis UMKM dalam Melewati Krisis Pasca Covid-19	575-583
	Nopriadi Saputra, Danang Prihandoko, Bambang Hidayat	
40	Multi-Layer Agility: Ketangkasan Bisnis dalam Perspektif Organizational Behavior	584-598
	Nopriadi Saputra, Endang Chumaidiyah, Riza Aryanto	
41	Learning Culture: Apakah Berdampak Langsung atau Tidak terhadap Learning Agility?	599-611
	Nopriadi Saputra, Engkos Achmad Kuncoro, Sasmoko	
42	Peran Motivasi Intrinsik dan Pendidikan Kewirausahaan Dalam Membangun Minat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Surabaya	612-622
	Nia Erawati, Anik Lestari Andjarwati	
43	STRATEGI MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN SELAMA WORK FROM HOME	623-638
	Ni Luh Putu Sariyani, Ni Wayan Ari Sudiartini, Ni Wayan Suryathi, Ni Made Satya Utami	
44	PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HERBORIST	639-653
	DI WILAYAH KABUPATEN JEMBER	
	Nanik Hariyana	
45	PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT PADA NIAT ULANG PENGGUNAAN APLIKASI FINTECH OVO	654-668
	Nafa Riza Niansyah Widodo, Yessy Artanti	

46	Strategy of Human Resource In Industrial Area In Dealing With The Covid-19 Pandemic	669-676
	Mutmainah, Dian Pratiwi	
47	Sikap Konsumen Terhadap Atribut Daya Saing Apel Aceh dengan Apel Impor	677-687
	Murdhiani, Dhian Rosalina, Muhammad Rizqi Zati	
48	PERAN MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KERJA PADA PRODUKTIVITAS TENAGA KERJA UD. YOGA PALANG - TUBAN	688-693
	Muhammad Yusuf, Miftachul Munir	
49	Faktor Yang Memengaruhi Financial Management Behavior Generasi Millenial Di Kota Surabaya Dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Mediasi	694-717
	Muhammad Khoiruddin, Nadia Asandimitra	
50	Interaksi Indeks Saham Syariah Dunia, Nilai Tukar dan Harga Emas Terhadap Jakarta Islamic Index (JII)	718-736
	Muh. Irfandy Azis, Ahmad Juliana, Tarsyan, Erick Karunia	
51	Penerimaan Augmented Reality sebagai Media Percobaan Produk dalam Berbelanja Online (Studi pada Shopee Beautycam)	737-752
	Muflih Fathio Adlian	
52	PEMASARAN SYARI'AH; ANTARA MENSYARI'AHKAN PEMASARAN DAN MEMASARKAN SYARI'AH	753-760
	Moch. Khoirul Anwar	
53	The Effect of Motivation, Work Environment and Discipline on Performance	761-771
	Misna Ariani, Yurica Hardiyanti	
54	Analisis Kinerja Pengelolaan Dana Desa berbasis Kompetensi Aparatur	772-779
	Maya Yusnita, Reko Dwi Salfutra	
55	ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN SHOPEE PADA MAHASISWA/I STIE BINA KARYA TEBING TINGGI	780-787
	Eka Mayastika Sinaga	
56	PENGARUH PERCEIVED OF USE AND PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP INTENTION TO USE	788-814
	Erminati Pancaningrum	
57	PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN DAN PREDIKSI ARUS KAS MASA DEPAN : BUKTI DARI INDONESIA	815-833
	Marhaendra Kusuma	
58	NILAI TRANSAKSI E-MONEY DI INDONESIA DENGAN MENGGUNAKAN METODE MARKOV SWITCHING MODE	834-844
	Mar'atus Zahro, Rika Rahayu	
59	PENGARUH HAMBATAN BERPINDAH DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN	845-858
	Mochamad Bachril Primuttaqin	
60	Pengaruh Kebijakan Social Distancing terhadap Pengembangan Women Entrepreneurship	859-873
	Lusy Azizah Hapsari, Aflit Nuryulia Praswati	
61	Analisis Harga Saham Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2008 - 2018.	874-886
	Lisa Mirnawati, Rifky Khoirudin	
62	Pengaruh Saving Motive dan Financial Literacy Terhadap Kepemilikan Dana Darurat Pada Generasi Milenial di Indonesia	887-900
	Lilyanni Jie, Mariana Ing Malelak	
63	Alasan Peziarah Berkunjung ke Asta Pangeran Katandur Sumenep	901-912
	Nur Latifa Isnaini Putri, Dwi Surya Dharmawan	
64	Kemitraan Jamkrida dan Lembaga Pengelola Dana Bergulir - Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	913-921
	(LPDB-KUMKM) sebagai strategi pemberdayaan ekonomi pasca covid 19.	

	Kristina Sedyastuti	
65	ANALISIS KOMPETENSI TIK UNTUK REKRUTMEN KARYAWAN PENDUKUNG IT PADA UMKM DI JAWA TIMUR	922-940
	Khoirur Rozaq	
66	PENERAPAN NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL DALAM MENGEMBANGKAN UKM HIJAB DI GRESIK	941-954
	Jun Surjanti, Tony Seno Aji, Sanaji, Setya C. Wibawa	
67	PENTINGKAH ORIENTASI KEWIRAUUSAHAAN DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL BAGI KEBERHASILAN USAHA UKM DI JAWA BARAT? ((ditarik oleh penulis))	955-972
	Mochamad Achyarsah, Heni Hendrayati, Suryana, Hari Mulyadi	
68	PENGARUH MODAL INTELEKTUAL PENGELOLA REKSA DANA TERHADAP	973-990
	RETURN DAN RISIKO REKSA DANA SAHAM DI INDONESIA PADA TAHUN 2019	
	Izzan Rasyid, Ossi Ferli	
69	Pengaruh CSR, GCG, Keputusan Investasi dan Kebijakan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)	991-1008
	Ishma Ghaisani	
70	THE EFFECT OF FINANCIAL TECHNOLOGY SERVICES (FINTECH) ON FINANCIAL PERFORMANCE IN BANKING COMPANIES	1009-1022
	Intan Zoraya, Ridwan Nurazi	
71	HUBUNGAN EMOTIONAL INTELLIGENCE DAN JOB SATIFICATION: STUDI META ANALISIS	1023-1036
	Ikmal Hidayat, Hafid Kholidi Hadi	
72	Implementasi Digital Marketing dan Keunggulan Bersaing untuk mendukung Keberhasilan UMKM di Kota Bandung	1037-1049
	(Suatu Kasus Pada UMKM Skala Mikro di Kota Bandung)	
	Heppy Agustiana Vidyastuti	
73	GREEN MARKETINGPADA BISNIS TERUMBU KARANG (ditarik oleh penulis)	1050-1068
	Rizki Ardiansyah, Rubini, Heny Hendrayati, Siti Aisyah, Ratih Hurriyati, Disman	
74	The Impact of Job Stress and Commuting Stress on Employee's Intention to Leave in Jakarta	1069-1084
	Fransiscus Xaverius Johan, Karina Muriko, Lovina Putri Srisantoso, Sunarto Dharmawan, Yosse Aryan	
75	Penerapan Akad Ijarah pada BPRS Al Washliyah Medan	1085-1092
	Fitrianingsih	
76	PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN LOGISTICS SERVICE QUALITY TERHADAP	1093-1104
	COSTUMER SATISFACTION DAN COSTUMER LOYALTY PADA KONSUMEN TOKOPEDIA	
	Teddy Wijaya, Fitri Novika, Veny Megawati	
77	ANALISIS PENGARUH PARENTAL INCOME, PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI	1105-1119
	FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL ATTITUDE, DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP	
	FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOUR DI KALANGAN MAHASISWA DI DAERAH GORONTALO	
	Ervan Biya, Nadia Asandimitra	
78	ECONOMIC VALUE ADDED DAN RASIO KEUANGAN SEBAGAI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI	1120-1136
	RETURN SAHAM (STUDI PADA SUB SEKTOR PERBANKAN DI BEI PERIODE 2014-2018)	
	Ucha Findriana Nasution, Erric Wijaya	
79	Strategies to Eliminate Employee Intentions to Leave the Company	1137-1149
	Elisabet Siahaan	

80	PENGARUH <i>PRODUCT KNOWLEDGE</i> DAN <i>INFORMATION QUALITY</i> TERHADAP <i>CONSUMER</i>	1150-1167
	<i>CONFUSION</i> DAN DAMPAKNYA PADA <i>PURCASHING AVOIDANCE</i> PADA PEMBELI <i>SMARTPHONE</i>	
	Effed Darto Hadi, Rizki Fadil Makhruf	
81	Integrasi Strategi Pengembangan Pasar dengan Digital Marketing dan Integrated Marketing Communication	1168-1180
	pada UMKM Kribo	
	Dwi Kurniawan, Dessy Eliyana, Feny Tialonawarmi	
82	Inovasi Produk Tas Ramah Lingkungan Berbahan Kain Perca dengan QR Code dan Strategi Pemasaran	1181-1188
	di Era Pandemi Covid-19	
	Dita Lestari, Palupi Paramitha, Dyan Puspita Sari,	
	Nadia Tsabitah Riqqa, Mochamad Kevin Junaidi, Ahmad Ajib Ridlwan	
83	Perbaikan Life Quality Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Destinasi Ekowisata	1189-1202
	Dicky Suryoko, Aflit Nuryulia Praswati	
84	PENGARUH ONLINE MARKETING DAN SALESMANSHIP TERHADAP PURCHASE INTENTION	1203-1216
	Dian Ayu Savitri, Sanaji	
85	PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KETERIKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS	1217-1227
	(Studi Pada Jamaah Shiddiqiyah di Kabupaten Jombang)	
	Dewi Nur Fadilah, Sanaji	
86	E-COMMERCE PRODUCT DELIVERY SERVICES DURING THE COVID-19 PANDEMIC	1228-1238
	Dewi Kartikaningsih, Heny Hendrayati, Ramayani Yusuf, Ahmad Zaelani Adnan, Ajoe Kartika Mustaka	
87	Tanggung Jawab Sosial Universitas Untuk Mendukung Universitas Yang Berkelanjutan	1239-1246
	Detak Prapanca, Wisnu P. Setiyono, Aisha Hanif	
88	THE EFFECT OF KNOWLEDGE SHARING ON EMPLOYEE COMPETENCE BASED ON	1247-1256
	AN INDONESIAN COMPANY'S PERSPECTIVE IN INDONESIA	
	Dennis Retno Widyastuti, Ade Irma Susanty	
89	Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Memengaruhi Kinerja UMKM Kota Surakarta di Tengah Pandemi COVID-19	1257-1275
	Deasy Rohmadhoni Fitri, Riansyah Fadly	
90	PENGARUH KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SECARA ONLINE TERHADAP	1276-1287
	SAVING BEHAVIOR DAN SPENDING BEHAVIOR	
	Clarissa, Mariana Ing Malelak	
91	MARKET TIMING DAN PSEUDO MARKET TIMING (BUKTI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN IPO DI BURSA EFEK INDONESIA)	1288-1296
	Chairil Afandy, Ryan Ramadany Hutasuhut	
92	Social Media Marketing sebagai Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di Tengah Pandemi Covid-19	1297-1313
	Carvinda Ayung Putri Kharisma, Yunita Budi Rahayu Silintowe	
93	Pengaruh Pemasaran Jejaring Sosial Terhadap Niat Menonton Melalui Keterikatan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	1314-1330
	Pada Event Musik Jazz Traffic Festival	
	Budiyanto Kurniawan, Yessy Artanti	
94	Simulasi Pengukuran <i>Survival Ability Unit</i> Kegiatan Ekonomi Selama Pelaksanaan Pembatasan	1331-

	<i>Sosial Berskala Besar</i>	1343
	Bambang Budiarto	
95	Pengaruh Emotional Intelligence Terhadap Task Performance Dan Contextual	
	performance Pada PT Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Surabaya	1344-1353
	Aynun Nisha, Dwiarko Nugrohoseno	
96	PENGARUH TV ADVERTISEMENT DAN NARCISSISM TERHADAP COMPULSIVE BUYING YANG DIMEDIASI	1354-1374
	OLEH MATERIALISM (STUDI PADA KONSUMEN MATAHARI DEPARTMENT STORE KOTA BENGKULU, INDONESIA)	
	Asrani Juwita Sitorus, Muhartini Salim	
97	PENGARUH ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOUR FOR THE ENVIRONMENT (OCBE) TERHADAP HEALTH SERVICE QUALITY (HEALTHQUAL)	1375-1390
	DI RUMAH SAKIT BUMN INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19	
	Asep Saifudin; M. Havidz Aima;	
	Ahmad Hidayat Sutawijayac; Sugiyono	
98	Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi,	1391-1400
	dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan	
	Arlysa Ceasary Nashrullah	
99	Pengaruh Job Insecurity, Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja dan Turnover Intention	1401-1416
	pada Karyawan Kontrak di Tempat Kerja	
	Ani Suhartatik P, Julius F. Nagel, Yulius Koesworo	
100	PENGARUH <i>WORKPLACE SPIRITUALITY</i> DAN <i>EMOTIONAL INTELLIGENCE</i>	1417-1429
	TERHADAP KOMITMEN KARYAWAN DI PT. TELKOM CABANG BENGKULU	
	Anggri Puspita Sari, Diah Permata Oktapianes	
101	Perancangan PembuatanProduk <i>Ecofashion Organizer Bag</i> sebagai upaya <i>Upcycle</i> bahan sisa <i>flex banner</i>	1430-1438
	Akinta Fatma Hosela, Muhimmatul Aliyah, Frisca Novia Sukmawati	
	Alma Rosita, Hanifah Sa'diyah, Irin Widayati.	
102	Peran Tanggungjawab Sosial Perusahaan Dalam Memoderasi Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	1439-1450
	Aisha Hanif, Hadiah Fitriah, Rizky Eka Febriansyah	
103	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Nasabah Dalam Menggunakan BNI Mobile	1440-1453
	Ahmad Machrus Asyari, Ratna Roostika	
104	Faktor Yang Memengaruhi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Kota Surabaya	1454-1470
	Ahmad Humaidi, Achmad Kautsar	
105	PENGARUH PROACTIVE PERSONALITY TERHADAP INNOVATIVE WORK BEHAVIOR MELALUI CREATIVE SELF EFFICACY PADA DOSEN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA	1470-1489
	Agil Halis Kesawa, Dwiarko Nugrohoseno	
106	Membangun Sektor Pariwisata Berkelanjutan Melalui Konsep Aplikasi Pemasaran Bertanggung Jawab dan Implikasinya Terhadap Kinerja SDM UMKM Sektor Pariwisata di Jawa Timur	1490-1511
	Adya Herawati, Choirul Anam, Rahayu Puji Suci	

107	PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA JUAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	1512-1526
	(STUDI KASUS PADA Cafe AYOKA SUMENEP) (ditarik oleh penulis)	
	Ach Faiz Maghfir Fahrizi	
108	PERAN ROBOT, ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DAN SERVICE AUTOMATION (RAISA) BAGI INDUSTRI	1527-1542
	PARIWISATA DI TENGAH PANDEMI DAN PASCA PANDEMI COVID-19	
	Fachri Eka Saputra	
109	RESPON KEBIJAKAN PEMERINTAH DAN STRATEGI BISNIS USAHA KECIL	1542-1553
	MENENGAH KOREA SELATAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19	
	Ratnaningsih Hidayati, Nadya Mgawati Rachman	
110	PENGARUH BEBAN KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWA PT. INTRACA HUTANI LESTARI DI KABUPATEN TANA TIDUNG PADA MASA PANDEMI COVID-19	1553-1569
	Widyastuti Cahyaningrum, Erick Karunia , Oktaviani	
111	KUALITAS LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA: BESERTA FAKTOR-FAKTORNYA	1570-1588
	Dirvi Surya Abbas, Arry Eksandy, Imam Hidayat, Wiwit Novianti	
112	The Impact of Covid 19 on MSEs and the Importance of Financial and Technological Literacy in Sustaining the Continuity of the Culinary Business in Kupang City	1588-1614
	Hironnymus Jati, Petrus Emanuel De Rosary, Apriana H.J Fanggidae, Reyner F. Makatita	
113	Analisis Strategi Pemasaran LPH (Lembaga Pemeriksa Halal): Studi Pada Kantor Pusat SBU KSP PT Sucofindo (Persero), Jakarta	1615-1642
	Visi Hardiani, Marissa Grace Haque	
114	TINGKAT PENDAPATAN, POLA KONSUMSI DAN POLA MENABUNG	1642-1951
	PETANI GARAM MADURA DI TENGAH PANDEMI COVID 19	
	Aprilina Susandini, Miftahul Jannah	
115	The effect of perception of local food consumption value on attitudes, destination and intentions of study behavior of tourism in surabaya	1952-1962
	Lucky Ardianty, Ratna Roostika	
116	KUALITAS LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI INDONESIA: BESERTA FAKTOR-FAKTORNYA	1962-1978
	Kustini, Sugeng Purwanto	
117	Strategi Adaptasi Kebiasaan Baru Melalui Work From Home	1979-1992
	Anita Novalia, Agus Sugiarto	
118	Inovasi <i>Ambidexterity</i> UMKM Kota Semarang: Sebuah Studi Literatur	1993-2004
	Rustian, Lita Apriani, Widiastuti, Tantri	
119	HEDONIC SHOPPING MOTIVATION DAN SHOPPING LIFESTYLE SERTA PENGARUHNYA TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN E-COMMERCE TOKOPEDIA	2005-2016
	Elza Safira Adianty, Heny Hendrayati	
120	DAMPAK E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA E-COMMERCE BUKALAPAK	2017-2027
	Irwan Satria Wibawa, Heny Hendrayati	

121	Go Digital: Strategi Bisnis UMKM Di Era New Normal Pasca Covid-19 (Studi Kasus UMKM Di Kota Tangerang)	2028-2034
	Marchela Indah Atrisia	
122	The Effect of Website Design Quality and Customer Experience on Repurchase Intention During COVID-19 Outbreak	2035-2050
	Seprianti Eka Putri, , Yulita Efriyani	



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

Sertifikat

Nomor : B/4247/UN38.7/KP.18.37/2020

DIBERIKAN KEPADA

Dr. Wahyudiono, M.M.

ATAS PARTISIPASINYA SEBAGAI

PEMAKALAH 1

SEMINAR NASIONAL MANAJEMEN (SENIMA) 5 & CALL FOR PAPERS 2020

"Strategi Bisnis di Tengah Pandemi dan Pasca Pandemi Covid-19"
Diselenggarakan oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Surabaya

Surabaya, 5 Oktober 2020
Dekan,



Dr. Anang Kistyanto, S.Sos., M.Si

NIP. 197112092005011001



Penerapan ePPM-UKM Untuk Penguatan Kinerja Bisnis Ukm Dan Industri Kreatif Selama Pandemi Covid-19

Wahyudiono¹, R. Agus Baktiono², Achmad Muchayan³

Universitas Narotama Surabaya¹²³

Email Korespondensi: wahyudiono18@yahoo.com

Abstract

This study aims to reconstruct the business performance of UKM and creative industries by examining the influence of management orientation, information technology orientation and dummy variables and examining differences in business performance for UKM / creative industries that have participated in / have never participated in the ePPM-UKM program. This research is an explanative / associative type of research accompanied by hypothesis testing, carried out in groups of UKM / creative industries spread over five cities / regencies in East Java. The population is determined by the criteria of having participated in and have never participated in the ePPM-UKM program, as the owner of an UKM, has been active in business for at least the last seven years. Based on these criteria, there are 60 SME / creative industry players who meet the criteria, so in this study all members of the population are also members of the sample, so this research is also called the census method (complete enumeration). The results of multiple linear regression (MLR) analysis show that management orientation, information technology orientation and dummy variables partially or simultaneously have a significant effect on business performance, likewise the dummy variable shows a significant difference in business performance for UKM / creative industries that have participated with those who have never participated in the ePPM-UKM program. The results of this study mean that groups of UKM / creative industries who have participated in the ePPM-UKM program in a structured and massive manner have better business performance than groups that have never participated in the ePPM-UKM program. Management orientation and information technology orientation are able to encourage the use of web / online applications in managing their business so as to provide reinforcement to get better business performance. The ePPM-UKM program as a dummy variable identity is very important in reconstructing business performance for UKM / creative industry groups during the Covid-19 pandemic, because through creative and innovative behavior in utilizing information technology and other applications, business management becomes more effective and efficient, so as to encourage the revival of the SME / creative industry sector after six months of being devastated by the Covid-19 pandemic and hope for the improvement of the Indonesian people's economy as a manifestation of the Community Empowerment Program "UKM Indonesia Rises" as proclaimed by the Ministry of Research and Development.

Keywords: ePPM-UKM; performance; management; orientation; IT

1. PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 yang melanda masyarakat dunia telah meruntuhkan seluruh pilar ekonomi warga Negara, baik perusahaan besar maupun pelaku UKM dan industri kreatif menjadi tak berdaya, penyebab utamanya adalah interaksi usaha dengan pembeli dan masyarakat terkunci mati oleh situasi dan kondisi yang tidak pasti, hal ini di pertajam lagi oleh kebijakan PSBB yang diterapkan oleh pemerintah pusat dan daerah tanpa memberi alternatif solusi bagi dunia usaha. Kelompok UKM/industri kreatif seperti merasakan mati dalam hidup (tak berdaya), mata rantai usaha putus karena ketidakmampuan para pelaku usaha dalam memanfaatkan akses sumberdaya teknologi (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019), oleh karena itu tiada jalan lain kecuali harus beradaptasi dengan teknologi informasi dan

aplikasi lainnya untuk pengelolaan usaha (Prashar, 2019). Beberapa bukti empiris menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasinya bagi dunia usaha justru mengalami pertumbuhan yang positif saat krisis pandemi covid-19 terjadi (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019), hal ini disebabkan oleh proses manajemen dan pengelolaan usahanya telah menggunakan aplikasi berbasis web/online (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019; Prashar, 2019). Kelompok UKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi informasi memperoleh peluang yang lebih luas untuk berperilaku kreatif dan inovatif dalam mengelola usahanya (Fitriati, Purwana, & Buchdadi, 2020), sehingga kemampuan manajemennya telah teruji dalam menghadapi setiap kemungkinan (Battistella, Cagnina, Cicero, & Preghenella, 2020), oleh karena itu kepemilikan pengetahuan manajemen yang mumpuni secara konseptual juga memberi kemampuan manajemen yang adaptif dengan setiap perubahan yang terjadi (Domi, Keco, Capelleras, & Mehmeti, 2019) dan pada gilirannya proses manajemen yang inovatif juga memberi dampak pada kinerja manajemen yang efektif dan efisien (Sawacan & Ali, 2020).

Teknologi informasi yang ditransformasikan dalam bentuk aplikasi web, mampu memberi manfaat dan kemudahan untuk pengelolaan aktivitas manajemen (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019), jika hal ini diterapkan untuk dunia usaha, tentu semua proses usaha akan berjalan lebih efektif dan efisien (Choi, Thangamani, & Kissock, 2019). UKM dan industri kreatif saat ini masih belum optimal didalam memanfaatkan teknologi informasi sebagai instrumen untuk mengelola bisnisnya (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019), oleh karena itu dampak yang timbul karena pandemi tak mampu diselesaikan melalui tata kelola manajemen yang konvensional (Hassan & Raziq, 2019). Covid-19 harus menjadi momentum bagi masyarakat UKM/industri kreatif untuk mulai beradaptasi dengan teknologi informasi, sehingga mendorong pada perubahan orientasi manajemen dan orientasi teknologi informasi didalam mengelola bisnisnya dengan pemanfaatan teknologi sebagai bagian konsep pengembangan bisnis berkelanjutan (Goerzig & Bauernhansl, 2018). Bisnis bukan bicara hari ini, tetapi bagaimana bisnis mampu bertahan dan berkelanjutan (Chang & Cheng, 2019), oleh karena itu sumberdaya ekonomi yang besar bukanlah jaminan bisnis tetap mampu bertahan (Dolz, Iborra, & Safón, 2019), sedangkan kemampuan beradaptasi dengan perubahan justru menjadikan bisnis tetap hidup (Ombi, Ambad, & Bujang, 2018). Kemampuan berperilaku kreatif dan inovatif merupakan kunci yang layak dibudayakan bagi masyarakat UKM/industri kreatif (Falahat, Ramayah, Soto-Acosta, & Lee, 2020), terutama di dalam memanfaatkan sumberdaya konseptual untuk mengelola aktivitas usahanya (Hassan & Raziq, 2019), sehingga proses manajemen menjadi lebih efektif dan kinerja bisnis menjadi lebih baik (Ombi, Ambad, & Bujang, 2018).

Orientasi manajemen merupakan cara pandang bagaimana pelaku UKM/masyarakat industri kreatif memiliki komitmen yang kuat dalam menyikapi perubahan bukanlah sebagai ancaman tetapi memandangnya sebagai peluang (Hervas-Oliver, Sempere-Ripoll, Boronat-Moll, & Estelles-Miguel, 2020), oleh karena itu mereka selalu siap untuk menerima konsep manajemen baru, cepat mengesekusi konsep manajemen dan cepat menerapkan konsep tersebut untuk mengelola bisnisnya (Cantonnet, Aldasoro, & Iradi, 2019), sehingga mereka selalu siap mengembangkan konsep manajemen baru agar dapat dipergunakan untuk beradaptasi dengan perubahan (Ndiaye, Abdul Razak, Nagayev, & Ng, 2018). Orientasi

teknologi informasi juga merupakan cara pandang bagaimana pelaku UKM/industri kreatif memiliki komitmen dan responsif terhadap teknologi, teknologi informasi bukanlah sebagai beban operasional dalam aktivitas bisnisnya, tetapi justru sebagai instrumen untuk membawa perubahan didalam bisnisnya (Goerzig & Bauernhansl, 2018), oleh karena itu mereka berkomitmen dengan teknologi informasi, cepet dalam mengesekusi informasi baru, siap menerima transformasi pengetahuan baru, siap mengembangkan aplikasi berbasis web serta cepat dalam menerapkan teknologi informasi untuk mengelola bisnisnya (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019). Penguasaan teknologi informasi yang mumpuni tentu mereka memiliki potensi untuk membangun budaya kreatif dan inovatif didalam mengelola bisnisnya menjadi lebih efektif dan efisien (Xiang, Chen, Tripe, & Zhang, 2019) sehingga memberi kontribusi yang riil terhadap kinerja bisnisnya menjadi lebih baik (Ndiaye, Abdul Razak, Nagayev, & Ng, 2018)

Berbagai hambatan yang dihadapi oleh masyarakat UKM/industri kreatif membuat kinerja bisnisnya menjadi turun secara drastis bahkan nyaris bangkrut, maka perlunya dikaji secara mendalam atas permasalahan manajemen yang kurang mampu beradaptasi dengan perubahan dan penguasaan teknologi informasi, hal ini diperkuat oleh perilaku kreatif dan inovatif yang belum optimal dalam menyikapi perubahan yang mendasar dalam menerapkan teknologi informasi dan manajemen didalam mengelola bisnisnya (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019). Pemanfaatan teknologi informasi didalam mengelola bisnisnya memberi andil yang signifikan untuk mendorong orientansi manajemen responsif dengan perubahan (Wahyuni & Sara, 2020), oleh karena itu program ePPM-UKM merupakan suatu aplikasi yang didesain untuk mendorong pengembangan dan kemampuan masyarakat UKM/industri kreatif dalam merespon perubahan dengan cara yang benar, agar mereka dapat bangkit kembali dari keterpurukan pandemi covid-19. Program ePPM-UKM memiliki menu utama berupa program pelatihan dan pendampingan manajemen yang dapat dilakukan secara massif, sehingga mampu meningkatkan sensitivitas mereka dengan isu perubahan manajemen dan teknologi informasi untuk mengelola bisnisnya menjadi lebih efektif (Dolz, Iborra, & Safón, 2019), hal ini disebabkan oleh proses transformasi pengetahuan manajemen dan teknologi berjalan lebih efisien (Lin & Ho, 2019), oleh karena itu membangun budaya kreatif dan inovatif didalam bisnis dapat dilakukan melalui pemanfaatan sumberdaya konseftual yang efektif dan efisien (Xiang, Chen, Tripe, & Zhang, 2019). Selama pendemi covid-19 masyarakat UKM/industri kreatif harus didorong terus agar mereka segera lepas dari kesulitan, karena diharapkan mereka mampu memberi sumbangsih dalam membangkitkan sektor UKM, dimana secara riil telah memberi kontribusi dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Era industri 4.0 dan belajar pada pengalaman covid-19 sudah selayaknya jika para pemangku kepentingan lebih fokus memberi edukasi kepada masyarakat dan dunia usaha agar lebih akrab diri dengan teknologi informasi dan aplikasi lainnya dalam mengelola usahanya, oleh karena itu dalam rangka mendukung program RISTEK-BRIN yang menggagas **“UKM Indonesia Bangkit”** maka wajarlah jika sumberdaya intelektual yang kita miliki dapat dioptimalkan untuk mengungkit kemampuan mereka dalam mengelola bisnisnya, sehingga masyarakat UKM/industri kreatif mampu beradaptasi dan mengenal dengan baik akan hadirnya teknologi informasi atau aplikasi lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk mengelola usahanya, oleh karena itu keikutsertaan

dan partisipasi aktif didalam penerapan ePPM-UKM diharapkan mampu menjadi jembatan untuk meraih kepemilikan pengetahuan yang mampuni agar mereka mampu mengelola usahanya dengan baik serta mampu beradaptasi dengan perubahan (Vásquez et al., 2019).

Orientasi Manajemen

Orientasi manajemen merupakan cara pandang bagaimana pemilik atau pimpinan suatu organisasi merespon perubahan suatu manajemen, menerima perubahan tersebut dan sekaligus menerapkan manajemen tersebut untuk mengelola usahanya (Prima & Ute, 2018), karena perubahan bukan suatu penghambat tetapi potensi untuk membuat inovasi kearah yang lebih baik (Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018). Tingkat responsif terhadap perubahan ditentukan oleh sikap mereka dalam menerima transformasi manajemen, kemudian mengolahnya untuk menyusun konsef perubahan, sehingga manajemennya mampu beradaptasi dengan perubahan manajemen yang baru (Lin & Ho, 2019). Orientasi manajemen yang responsif akan mendorong langkah strategis yang cepat dan aplikatif, sehingga organisasi selalu berada pada posisi terdepan dalam merubah konsef manajemen serta menerapkannya untuk mengelola bisnis mereka (Ahmadi & Mohd. Osman, 2018), oleh karena itu perubahan bukan suatu rintangan tetapi menjadi peluang dalam melakukan langkah strategis untuk beradaptasi dengan lingkungan baru baik yang dipengaruhi oleh faktor teknologi, faktor alam maupun persaingan dalam bisnis (Hassan & Raziq, 2019). Organisasi yang memiliki tingkat sensitivitas tentu mampu mengambil posisi yang lebih baik dibanding mereka yang tidak melakukan hal yang sama (Fitriati, Purwana, & Buchdadi, 2020), sehingga mereka memiliki konsef manajemen yang lebih adaptif dengan perubahan lingkungannya serta mampu menciptakan peluang kinerja bisnis lebih baik (Hervas-Oliver, Sempere-Ripoll, Boronat-Moll, & Estelles-Miguel, 2020).

Orientasi manajemen bukanlah konsef manajemen yang rumit tetapi lebih mengarah pada kepedulian terhadap perubahan lingkungan yang mendorong seorang pelaku bisnis untuk selalu respek dengan perubahan, karena bisnis bukan persoalan hari ini semata, tetapi lebih mengarah pada keberlanjutannya (Battistella, Cagnina, Cicero, & Preghenella, 2020). Sadar dengan konsef perubahan akan menjadikan pelaku usaha selalu bersiap diri bahwa bisnis bukan hal statis tetapi selalu berubah, terutama dalam pemilihan konsef manajemen yang dipergunakan untuk pengelolaan usahanya, oleh karena itu pemilihan konsef manajemen harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi pada lingkungannya, sehingga mereka mampu menjaga bisnis secara berkelanjutan (Domi, Keco, Capelleras, & Mehmeti, 2019). Kemampun mengembangkan konsef manajemen baru ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengupdate pengetahuan baru (Lin & Ho, 2019), sedangkan pengetahuan manajemen yang baru hanya dapat diperoleh melalui kesiapan dalam menerima proses transformasi manajemen secara massif (Hassan & Raziq, 2019), oleh karena itu selama terjadi pembatasan kontak fisik dan interaksi secara langsung dengan lingkungan yang baru, maka pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi lainnya merupakan instrumen yang paling efektif untuk melakukan proses transformasi pengetahuan dan perubahan manajemen baru sekaligus memanfaatkannya untuk mengelola bisnisnya menjadi lebih efektif dan efisien (Lin & Ho, 2019; Choi, Thangamani, & Kissock, 2019). Berbagai kajian tersebut menunjukkan bahwa bisnis di era *new normal life* telah menginspirasi pelaku

UKM/industri kreatif menjadi lebih responsif dengan perubahan, karena perubahan bukan untuk dihindari tetapi bagaimana bisnis mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungannya yang baru. Hasil akhir dari suatu proses akan ditentukan oleh kemampuan manajemen dalam menyikapi perubahan yang terjadi, mengelola perubahan menjadi peluang kearah bisnis berkelanjutan yang lebih baik, oleh karena itu komitmen yang kuat dan cepat dalam merespon perubahan merupakan kunci penting bagaimana bisnis mampu bertahan ditengah perubahan. Mengacu pada uraian tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Orientasi manajemen berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif

Orientasi Teknologi Informasi

Orientasi teknologi informasi merupakan cara pandang bagaimana pemilik atau pimpinan suatu organisasi merespon perubahan teknologi informasi, menerima perubahan tersebut dan sekaligus menerapkan teknologi informasi dan aplikasi lain tersebut untuk mengelola usahanya (Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018), karena teknologi informasi bukan penghambat dalam bisnis tetapi potensi untuk membangun budaya kreatif dan inovatif dalam mengelola bisnisnya (Sawaeen & Ali, 2020). Tingkat responsif terhadap perubahan ditentukan oleh sikap mereka dalam menerima transformasi teknologi informasi, kemudian mengolahnya untuk menyusun konsef perubahan, sehingga pengelolaan bisnisnya mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi yang baru (Trianni, Cagno, Neri, & Howard, 2019). Orientasi teknologi informasi yang responsif akan mendorong perilaku kreatif dan inovatif, sehingga organisasi selalu berada pada posisi terdepan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan aplikasi lainnya serta menerapkannya untuk mengelola bisnis mereka ((Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018), oleh karena itu perubahan bukan menjadi penghambat tetapi menjadi peluang dalam melakukan langkah strategis agar bisnis dapat beradaptasi dengan lingkungan yang baru (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019). Organisasi yang memiliki tingkat sensitivitas tentu mampu mengambil posisi terdepan dibanding mereka yang tidak melakukan hal yang sama (Trianni, Cagno, Neri, & Howard, 2019), sehingga mereka memiliki konsef teknologi informasi yang lebih adaptif dengan perubahan lingkungannya serta mampu menciptakan kinerja bisnis menjadi lebih baik dibanding pihak lain (Ombi, Ambad, & Bujang, 2018; Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018) .

Orientasi teknologi informasi bukanlah konsef teknologi yang rumit tetapi lebih mengarah pada pemilihan teknologi informasi yang sesuai untuk menghadapi perubahan lingkungan yang akan mendorong seorang pelaku bisnis selalu memanfaatkan teknologi untuk pengelolaan bisnis yang keberlanjutannya (Prashar, 2019). Konsef perubahan mendorong pelaku usaha selalu komitmen dalam pemilihan teknologi informasi dan jenis aplikasi lain yang dipergunakan untuk pengelolaan bisnisnya, oleh karena itu pemilihan teknologi dan aplikasi lain harus mampu untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi pada lingkungannya, sehingga mereka mampu menjaga bisnisnya eksis secara berkelanjutan (Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018). Pengembangan konsef teknologi ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mengupdate pengetahuan teknologi dan jenis aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan (Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018), sedangkan pengetahuan teknologi dan aplikasi baru hanya dapat diperoleh melalui kesiapan

dalam menerima proses transformasi teknologi informasi secara masif (Goerzig & Bauernhansl, 2018), oleh karena itu selama pandemi covid-19 masih belum kondusif, maka pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi lain merupakan alternatif terbaik didalam melakukan proses transformasi teknologi informasi dan perubahan, sekaligus memanfaatkannya untuk mengelola bisnisnya menjadi lebih efektif dan efisien (Hassan & Raziq, 2019). Berbagai kajian tersebut menunjukkan bahwa bisnis selama pandemi covid-19 menginspirasi pelaku UKM/industri kreatif menjadi lebih responsif dengan perubahan, karena perubahan bukan hal yang menakutkan tetapi bagaimana bisnis mampu beradaptasi dengan perubahan baru. Kinerja bisnis merupakan hasil akhir dari suatu proses ditentukan oleh kemampuan pihak manajemen dalam merespon perubahan yang terjadi, mengelola perubahan menjadi “*superior value*” yang mengarah pada bisnis berkelanjutan yang lebih baik, oleh karena itu komitmen yang kuat dan sensitivitas pada perubahan merupakan kunci utama bagaimana bisnis mampu bertahan ditengah perubahan. Mengacu pada uraian tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Orientasi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif

Program ePPM-UKM

Program ePPM-UKM merupakan desain aplikasi yang dapat diterapkan kepada masyarakat UKM/industri kreatif yang selama pandemi covid-19 mengalami kesulitan beradaptasi dengan perubahan lingkungan baru. Aplikasi dirancang untuk memenuhi kebutuhan atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dengan fokus pada pengembangan kemampuan manajemen, melalui program pelatihan dan pendampingan, sedangkan kontennya meliputi aspek manajemen pemasaran, aspek manajemen SDM, aspek manajemen manufaktur, aspek manajemen keuangan/akuntansi dan aspek teknologi informasi. Program pelatihan berorientasi pada transfer pengetahuan kepada pihak yang menjadi obyek pelatihan (Lin & Ho, 2019; Prashar, 2019), sedangkan program pendampingan berorientasi pada monitoring penerapan hasil pelatihan pada obyeknya (Prashar, 2019), sehingga terjadi proses penguatan yang mengarah pada tingkat sensitivitas mereka dalam menghadapi perubahan dengan menerapkan penggunaan konsep manajemen dan pemanfaatan teknologi untuk mengelola bisnisnya (Ahmadi & Mohd. Osman, 2018). Pemahaman konsep manajemen dan teknologi informasi di era perubahan, mendorong sensitivitas yang lebih responsif dalam memberi jawaban setiap terjadi perubahan (Chang & Cheng, 2019), karena hakekat perubahan adalah kesiapan dalam memilih konsep baru yang selaras dengan kebutuhannya, oleh karena itu perilaku kreatif dan inovatif selalu dibutuhkan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan (Hervas-Oliver, Sempere-Ripoll, Boronat-Moll, & Estelles-Miguel, 2020).

Program ePPM-UKM secara tidak langsung turut membangun budaya kreatif dan inovatif pada masyarakat UKM/industri kreatif agar senantiasa belajar dengan perubahan, sedangkan komitmen pada teknologi informasi adalah kunci perubahan itu sendiri (Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019). Penerapan ePPM-UKM merupakan representative dari pengembangan konsep manajemen dan pemilihan teknologi yang mengarah pada proses perbaikan bisnis secara berkelanjutan sehingga memberi penguatan dalam mencapai kinerja

bisnis menjadi lebih baik (Chang & Cheng, 2019; Prashar, 2019). Kinerja bisnis ditentukan oleh kinerja dari fungsi manajemen dan fungsi teknologi yang inovatif dalam memanfaatkan sumberdaya konseptual (Felićio, Caldeirinha, & Dutra, 2019; Sawaeen & Ali, 2020), sedangkan kinerja dari fungsi manajemen dan teknologi dipengaruhi oleh komitmen dan tingkat sensitivitas mereka untuk beradaptasi dengan konsep manajemen dan pemilihan teknologi yang sesuai dengan perubahan yang terjadi (Chang & Cheng, 2019). Berbagai kajian tersebut menunjukkan bahwa bisnis di era perubahan menuntut masyarakat UKM/industri kreatif agar memiliki sensitivitas yang kuat dan cepat untuk beradaptasi dengan lingkungan barunya, sehingga mereka mampu membangun kreativitas dan inovasi didalam menghasilkan proses bisnis yang efektif serta menghasilkan kinerja bisnis menjadi lebih baik. Mengacu pada uraian tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Variabel dummy (Program ePPM-UKM) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan hasil akhir dari proses pemanfaatan sumberdaya input yang di lakukan secara ter-*integrated* baik dari aspek manajemen, sistem, teknologi dan sumberdaya lainnya melalui penerapan konsep manajemen dan teknologi dalam mengelola bisnisnya (Sawaeen & Ali, 2020), sedangkan proses manajemen dan pemanfaatan teknologi merupakan serangkaian pemilihan sumberdaya ekonomi dan sumberdaya konseptual yang dibutuhkan untuk menjalankan proses bisnis (Fitriati, Purwana, & Buchdadi, 2020), oleh karena itu hasil akhir dari proses manajemen ditentukan oleh kemampuan dalam mengoptimalkan sumber daya input dan proses itu sendiri (Hervas-Oliver, Sempere-Ripoll, Boronat-Moll, & Estelles-Miguel, 2020). Sumberdaya manajemen dan sumberdaya konseptual yang direpresentasikan dalam tindakan yang tepat akan memberi sinyal yang kuat dalam menyikapi perubahan, sehingga mendorong orientasi manajemen dan orientasi teknologi informasi semakin sensitif (Ahmadi & Mohd. Osman, 2018), oleh karena itu kinerja bisnis sebagai *resultante* dari proses bisnis ditentukan oleh kemampuan pihak manajemen dalam memilih konsep manajemen dan konsep teknologi dalam memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki agar mampu beradaptasi dengan perubahan (Choi, Thangamani, & Kissock, 2019).

Kinerja bisnis bukanlah tujuan akhir dalam bisnis, tetapi upaya membangun jembatan menuju bisnis secara berkelanjutan (Sawaeen & Ali, 2020), oleh karena kinerja bisnis yang dapat diraih secara berkala harus mampu menjadi sumber investasi baru untuk menjamin keberlanjutan bisnis kedepan sesuai dengan perubahan yang diharapkan (Chang & Cheng, 2019). Proses manajemen yang efektif membutuhkan dukungan sumberdaya yang memadai, karena proses yang benar akan menentukan hasil akhir dari suatu proses (Falahat, Ramayah, Soto-Acosta, & Lee, 2020), oleh karena itu hasil akhir suatu proses bersifat pasif yaitu ditentukan, sedangkan proses manajemen bersifat aktif yaitu menentukan (Ombi, Ambad, & Bujang, 2018), sehingga untuk meraih kinerja bisnis yang optimal selalu dibutuhkan proses manajemen yang optimal pula melalui cara pemilihan konsep manajemen dan pemanfaatan sumberdaya konseptual yang efektif (Choi, Thangamani, & Kissock, 2019). Hubungan berbagai teori yang dianalisis secara kritis,

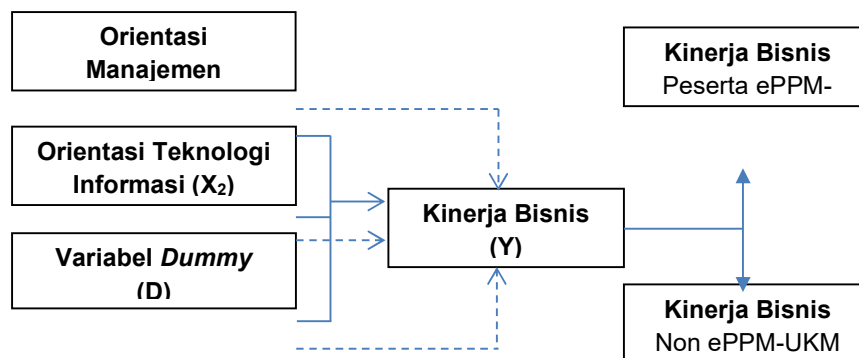
sistematis serta hasil sintesa tentang hubungan variabel yang meliputi orientasi manajemen, orientasi teknologi informasi dan penerapan program ePPM-UKM diharapkan mampu merekonstruksi tentang bagaimana meraih kinerja bisnis menjadi lebih baik. Program ePPM-UKM yang diterapkan secara masif, turut meningkatkan kemampuan manajemen lebih kreatif dan inovatif didalam menerapkan konsep manajemen dan memilih konsep teknologi yang tepat agar selalu siap beradaptasi dengan perubahan serta mendukung capaian kinerja bisnis menjadi lebih baik (Sawaeen & Ali, 2020). Mengacu pada uraian tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄: Orientasi manajemen, orientasi teknologi informasi dan variabel dummy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif

2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UKM/industri kreatif yang pernah mengikuti program ePPM-UKM dan kelompok yang belum pernah mengikuti program ePPM-UKM selama pandemi covid-19, tersebar di lima wilayah kota/kabupaten di Jawa Timur (Sidoarjo, Surabaya, Lamongan, Gresik dan Tuban), masih aktif berusaha sampai akhir bulan Juni 2020, pelaku UKM/industri kreatif sekaligus sebagai pemilik, sudah aktif berusaha minimal tujuh tahun. Berdasarkan kriteria tersebut terdapat 60 pelaku UKM/industri kreatif yang memenuhi persyaratan sebagai populasi (30 pernah mengikuti program ePPM-UKM dan 30 belum pernah mengikuti), karena jumlah anggota populasi sangat terbatas, maka dalam penelitian ini seluruh anggota populasi juga sebagai anggota sampel sehingga penelitian ini disebut juga dengan metode sensus (*complete enumeration*).

Model Analisis



Gambar 1: Model *Multiple Linier Regression*

Keterangan:

- Pengaruh Simultan
- - - - -> Pengaruh Parsial
- ↔ Perbedaan Kinerja

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1: Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Orientasi Manajemen (OrienManj)	Sensitivitas pelaku UKM/industri kreatif dalam merespon perubahan manajemen dan menerapkan perubahannya untuk pengelolaan bisnisnya agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang baru.	• Komitmen terhadap perubahan manajemen • Cepat didalam mengeksekusi konsef manajemen baru • Cepat dalam menerapkan konsef manajemen baru • Kesiapan dalam menerima transformasi manajemen • Kemampuan mengembangkan konsef manajemen • Kemampuan beradaptasi dengan perubahan manajemen baru
2	Orientasi Teknologi Informasi (OrienTI)	Sensitivitas pelaku UKM/industri kreatif dalam merespon perubahan teknologi informasi dan aplikasi lain serta menerapkan perubahannya untuk pengelolaan bisnisnya agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang baru.	• Komitmen terhadap perubahan teknologi informasi • Cepat didalam mengeksekusi teknologi informasi baru • Cepat dalam menerapkan teknologi informasi baru • Kesiapan dalam menerima transformasi teknologi informasi • Kemampuan mengembangkan aplikasi berbasis teknologi informasi • Kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi informasi dan aplikasi lainnya
3	Variabel <i>Dummy</i> (VarDum)	Status pelaku UKM/industri kreatif yang pernah mengikuti program ePPM-UKM (D=1) dan pelaku UKM/industri kreatif yang belum pernah mengikuti program ePPM-UKM (D=0)	• Pernah mengikuti program ePPM-UKM (D=1) • Belum pernah mengikuti program ePPM-UKM (D=0)
	Kinerja Bisnis (Kin.Bis)	Hasil akhir dari suatu proses yang diperoleh melalui penerapan perubahan konsef manajemen dan teknologi informasi yang diterapkan untuk pengelolaan bisnisnya yang telah beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang baru	• Akses sumberdaya ekonomi yang luas • Pemanfaatan sumberdaya ekonomi yang efisien • Proses bisnis yang efektif • Biaya operasional yang efisien • Pertumbuhan permintaan barang • Pertumbuhan pendapatan

Sumber: Ahmadi & Mohd. Osman, 2018; Chang & Cheng, 2019; Choi, Thangamani, & Kissock, 2019; Dolz, Iborra, & Safón, 2019; Falahat, Ramayah, Soto-Acosta, & Lee, 2020; Felício, Caldeirinha, & Dutra, 2019; Fitriati, Purwana, & Buchdadi, 2020; Goerzig & Bauernhansl, 2018; Hassan & Raziq, 2019; Hervás-Oliver, Sempere-Ripoll, Boronat-Moll, & Estelles-Miguel, 2020; Lin & Ho, 2019; Okundaye, Fan, & Dwyer, 2019; Ombi, Ambad, & Bujang, 2018; Prashar, 2019; Sawaeen & Ali, 2020; Verdolini, Bak, Ruet, & Venkatachalam, 2018.

Instrumen Penelitian

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner yaitu menyusun serangkaian pertanyaan yang harus diisi oleh pelaku UKM/industri kreatif yang tersebar di lima wilayah kota/kabupaten Jawa Timur dan memenuhi kriteria sebagai anggota populasi. Kuisioner sebagai instrumen harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitasnya. Validitas dalam penelitian ini menggunakan formula koefisien korelasi *product-moment pearson* dan reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha*. Suatu instrumen dinyatakan valid jika koefisien korelasinya positif dan signifikan dengan nilai *correlated item-total correlation* lebih besar dari nilai 0,30 dan instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai 0,6

3. HASIL PENELITIAN

Validitas dan Realibilitas

Tabel 2: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Varibel	Koefisien Korelasi	Cronback Alpha	Keterangan
Orientasi Manajeme	0,4261 - 0,7642	0,7864	Valid dan Reliabel
Orientasi Teknologi Infomasi	0,4843 - 0,8354	0,8647	Valid dan Reliabel
Kinerja Bisnis	0,4438 - 0,7825	0,7842	Valid dan Reliabel

Sumber: *Print out* pengolahan data

Tabel. 2 menunjukkan bahwa koefisien korelasi semua variabel memiliki nilai r-hitung antara 0,4261-0,8354 dengan nilai yang positif dan lebih besar dari 0,30. Demikian pula nilai *Cronbach Alpha* ketiga variabel memiliki nilai antara 0,7842-0,8647 dengan nilai lebih besar dari 0,60. Nilai koefisien korelasi dan *Cronbach Alpha* tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian adalah valid dan reliabel, karena instrumen telah memenuhi persyaratan validitas dan reliable, maka data yang dikumpulkan tersebut layak untuk menguji dan membuktikan hipotesis melalui uji statistik.

Analisis *Best Linier Unbised Estimator*

Hasil pengujian *multiple linier regression* harus merujuk pada pemenuhi syarat asumsi klasik yaitu tidak boleh terjadi multikolinieritas karena nilai VIF variable yang diamati nilainya lebih kecil dari 10 dan nilai *toleransi* mendekati angka 1 maka syarat ini telah terpenuhi, demikian pula tidak boleh terjadi heteroskedastisitas karena grafik *scatterplots* menunjukkan sebaran titik titik berada diatas dan dibawah titik 0 dan Y, maka syarat inipun juga terpenuhi.

Model Regresi Linier Berganda

Model of Multiple LinierRegression digunakan untuk mengolah data yang terkait dengan ada tidaknya hubungan variabel orientasi manajemen, orientasi teknologi informasi dan variabel dummy terhadap kinerja bisnis melalui *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 22. Hasil pengujian koefisien regresi dapat disajikan pada tabel 3.

Table 3: *The Summary of Multiple LinierRegression*

Variable	Koefisien Regresi	Std Error	<i>t_{hitung}</i>	Sig.
Constant	2,318	,118	0,172	,004
Orientasi manajemen	,362	,128	2,274	,036
Orientasi teknologi informasi	,382	,132	2,318	,042
Variabel dummy	,212	,112	2,148	,039
R : 0,912		R2 : 0,824		
F _{hitung} : 34,415		Sig : 0.008		

Sumber: *Print out* pengolahan data

4. PEMBAHASAN

Pengaruh Orientasi Manajemen Terhadap Kinerja Bisnis

Orientasi manajemen merupakan cerminan dari tingkat sensitivitas dan komitmen pelaku UKM/industri kreatif dalam menghadapi perubahan manajemen yang harus dilakukan karena adanya sinyal perubahan yang datang dari lingkungannya. Proses manajemen harus dilakukan penyesuaian agar bisnis mampu beradaptasi dengan lingkungannya yang baru, baik perubahan lingkungan yang datang dari internal maupun eksternal. Perubahan bukanlah hal yang harus ditakuti bahkan untuk dihindari melainkan harus disikapi, bagaimana cara kita memilih suatu metode, konsep bahkan strategi, tentu pemilihan ini diharapkan mampu membawa bisnis dapat beradaptasi dengan perubahan dan lingkungan yang baru. Komitmen yang kuat dan respon yang cepat dalam menyikapi perubahan merupakan langkah strategis untuk membawa bisnis pada jalur yang benar, oleh karena itu bagaimana cara memilih dan menyeleksi alternatif konsep manajemen yang terbaik merupakan bagian yang terpenting dalam proses manajemen, karena konsep manajemen yang telah dipilih untuk dieksekusi akan membawa konsekuensi untuk segera diimplementasikan dengan cara efektif dan efisien. Konsep manajemen yang mampu menyesuaikan pada perubahan dengan cepat tentu akan memberi peluang untuk mengelola bisnisnya menjadi lebih baik dibanding pihak lain yang tidak melakukan hal yang sama, oleh karena itu perubahan manajemen merupakan kebutuhan agar bisnis mampu beradaptasi dengan perubahan sekaligus menjamin keberlanjutan bisnis tetap eksis ditengah perubahan terjadi.

Sikap responsif dalam menerima transformasi manajemen baru, kemampuan untuk dapat mengembangkan konsep baru dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan manajemen baru merupakan kunci penting bagi organisasi untuk cepat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang terjadi, sehingga manajemen dapat memiliki kesempatan lebih cepat untuk menangkap peluang ditengah perubahan yang terjadi, oleh karena itu perubahan lingkungan merupakan suatu keniscayaan yang pasti terjadi, namun manajemen tidak perlu gugup dalam menghadapinya, tugas manajemen adalah bagaimana cara meresponnya dengan penuh kearifan. Orientasi manajemen menuntun pelaku UKM/industri kearah kepemilikan sensitivitas yang responsif terhadap perubahan, karena perubahan tidak mungkin dihindari, perubahan pastilah terjadi, oleh karena itu kemampuan manajemen untuk mengelola sumberdaya ekonomi serta memanfaatkan secara tepat untuk beradaptasi dengan lingkungannya tentu memberi manfaat yang positif bagi kinerja bisnisnya. Kinerja bisnis bukan semata ditentukan oleh besarnya nilai sumberdaya yang dimiliki oleh organisasi, tetapi bagaimana manajemen memiliki sensitivitas dalam mengenali dan membaca sinyal perubahan, sekaligus dapat memanfaatkan perubahan tersebut sebagai peluang baru untuk

melakukan bisnis menjadi lebih baik dibanding pihak lain yang tidak memiliki kemampuan yang sama.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh orientasi manajemen terhadap kinerja bisnis yang positif dan signifikan, oleh karena itu semakin sensitif serta responsif terhadap perubahan sekaligus memanfaatkan perubahan itu sebagai peluang baru tentu kinerja bisnis akan menjadi lebih baik.

Pengaruh Orientasi Teknologi Informasi terhadap Kinerja Bisnis

Orientasi teknologi informasi merupakan cerminan dari tingkat sensitivitas dan komitmen pelaku UKM/industri kreatif dalam menghadapi perubahan, karena adanya sinyal perubahan yang datang dari lingkungannya. Proses pengelolaan bisnis harus dilakukan penyesuaian agar bisnis mampu beradaptasi dengan lingkungan baru, melalui pemanfaatan teknologi dan aplikasi lain tentu proses bisnis akan berjalan lebih efektif. Teknologi informasi mampu membuka sekat ruang komunikasi yang sempat tertutup oleh pandemi covid-19, oleh karena itu kehadiran teknologi informasi dalam bisnis harus diterima sebagai mitra dan sahabat untuk mempermudah membangun jejaring dengan pihak internal maupun eksternal. Kehadiran teknologi informasi seharusnya disertai dengan penuh kearifan, tentang bagaimana cara memilih suatu metode dan konsep teknologi informasi untuk pengelolaan bisnisnya, pemilihan ini tentu diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan dan lingkungan yang baru. Komitmen yang kuat dan respon yang cepat dalam memanfaatkan teknologi informasi merupakan langkah strategis, oleh karena itu bagaimana cara memilih konsep teknologi informasi dan aplikasi lain merupakan bagian yang terpenting dalam pemanfaatan sumberdaya konseptual, karena konsep teknologi informasi yang telah dipilih untuk dieksekusi tentu membawa konsekuensi untuk segera diimplementasikan secara inovatif. Konsep teknologi informasi yang mampu beradaptasi dengan perubahan dengan cepat tentu akan memberi peluang untuk mengelola bisnisnya menjadi lebih baik dibanding pihak lain yang tidak melakukan hal yang sama, oleh karena itu perubahan dalam penggunaan teknologi informasi merupakan kebutuhan agar bisnis mampu beradaptasi dengan perubahan sekaligus menjamin keberlanjutan bisnis tetap eksis melalui ruang jejaring yang lebih luas.

Sikap responsif dalam menerima transformasi teknologi informasi baru, kemampuan untuk mengembangkan teknologi informasi dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi informasi merupakan kunci bagi organisasi untuk merespon dengan cepat terkait dengan upaya pemilihan konsep teknologi informasi yang dibutuhkan untuk proses bisnis, sehingga pihak manajemen memiliki kesempatan lebih cepat untuk menangkap peluang di tengah perubahan yang terjadi, oleh karena itu perubahan lingkungan merupakan suatu keniscayaan yang pasti terjadi, namun manajemen tidak perlu gugup dalam menghadapinya, tugas manajemen adalah bagaimana cara meresponnya dengan penuh kearifan. Orientasi teknologi informasi menuntun pelaku UKM/industri kreatif lebih sensitif dan responsif dengan perubahan, karena perubahan tidak mungkin dihindari, perubahan pasti terjadi, oleh karena itu kemampuan manajemen untuk mengelola sumberdaya konseptual serta menggunakannya secara inovatif tentu akan memberi manfaat yang positif bagi kinerja bisnisnya. Kinerja bisnis bukan semata ditentukan oleh canggihnya sumberdaya yang

dipergunakan oleh organisasi, tetapi bagaimana manajemen memiliki sensitivitas dalam mengenali dan membaca sinyal perubahan teknologi informasi, sekaligus dapat memanfaatkan perubahan tersebut sebagai peluang baru untuk melakukan bisnis menjadi lebih baik dibanding pihak lain yang tidak memiliki sumberdaya yang sama.

Hasil temuan dalam penelitian ini: (1) terdapat pengaruh orientasi teknologi informasi terhadap kinerja bisnis yang positif dan signifikan, oleh karena itu semakin sensitif dan responsif terhadap pemanfaatan teknologi informasi untuk pengelolaan bisnisnya tentu kinerja bisnis akan menjadi lebih baik.

Pengaruh Variabel Dummy terhadap Kinerja Bisnis

Variabel dummy dalam penelitian ini menunjukkan status dari kelompok UKM/industri kreatif yang pernah mengikuti program ePPM-UKM (D: 1) dan kelompok UKM/industri kreatif yang belum pernah mengikuti program ePPM-UKM (D: 0). Kelompok UKM/industri kreatif yang telah mengikuti program ePPM-UKM memiliki kinerja bisnis yang lebih baik dibanding dengan kelompok UKM/industri kreatif yang belum pernah mengikuti program selama pandemi covid-19 berlangsung. Program ePPM-UKM yang telah diikuti UKM/industri kreatif memberi kesempatan baginya untuk memperoleh konten pelatihan dan pendampingan pengembangan manajemen secara langsung atau yang berbasis aplikasi, sehingga mereka dapat memperoleh peningkatan kemampuan manajemen untuk mengelola bisnisnya secara efektif dan inovatif, sehingga dapat mendorong kebangkitan bisnis UKM seperti sebelum terjadi covid-19. Aplikasi ePPM-UKM memiliki dua program utama yaitu program pelatihan dan program pendampingan, sedangkan kontennya meliputi aspek SDM, aspek manajemen pemasaran, aspek manajemen manufaktur, manajemen keuangan/akuntansi dan aspek teknologi informasi. Keikutsertaan mereka secara aktif tentunya dapat meningkatkan kemampuan manajemennya dan selanjutnya dapat dipergunakan untuk mengelola dan mengembangkan usahanya secara masif. Oleh karena itu ePPM-UKM sebagai produk teknologi dapat diterapkan untuk pengembangan kemampuan manajemen UKM/industri kreatif, sehingga kemampuan mereka dalam mengelola usahanya menjadi semakin kreatif dan inovatif.

Komitmen dalam pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi lain merupakan penguatan terhadap pengelolaan bisnis yang adaptif dengan perubahan lingkungan, karena selama pandemi covid-19 dan kebijakan PSBB yang diberlakukan oleh pemerintahan daerah menjadikan proses dan interaksi bisnis terputus untuk sementara waktu, namun melalui pemanfaatan teknologi informasi dan aplikasi lainnya yang dirasa dapat bersahabat dengan lingkungan barunya, tentu memberi akses yang lebih luas untuk mengelola bisnisnya menjadi lebih, sehingga kinerja bisnis menjadi lebih baik bagi pelaku UKM/industri kreatif yang telah bergabung dengan penerapan program ePPM-UKM dibanding dengan mereka yang belum pernah bergabung dengan program ePPM-UKM, oleh karena itu variabel dummy yang menunjukkan status UKM/industri yang pernah mengikuti dengan yang belum pernah mengikuti program ePPM-UKM menunjukkan adanya perbedaan kinerja bisnis dari kedua kelompok tersebut, sehingga ePPM-UKM sebagai aplikasi program pengembangan manajemen diharapkan dapat menjadi solusi untuk mendorong kelompok UKM/industri kreatif lebih sensitif dan responsif dengan perubahan lingkungan.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh variabel dummy terhadap kinerja bisnis yang positif dan signifikan, oleh karena itu penerapan program ePPM-UKM yang dilakukan secara masif tentu kinerja bisnisnya menjadi lebih baik.

Pengaruh Orientasi Manajemen, Orientasi Teknologi informasi dan Variabel Dummy terhadap Kinerja Bisnis

Program ePPM-UKM sebagai produk teknologi tepat guna didesain dalam rangka untuk memberi edukasi kepada masyarakat UKM/industri kreatif agar mengenal lebih dekat dengan teknologi informasi dan aplikasi lain yang dapat dimanfaatkan untuk mengelola bisnisnya. Lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat karena pandemi covid-19 membuat dunia usaha menjadi shock dan gagap dalam memahami perubahan, terutama terputusnya jejaring dan mitra bisnis yang selama ini dilakukan secara konvensional. Edukasi dan proses transformasi yang dilakukan melalui ePPM-UKM mampu memberi penyadaran diri bagi kelompok UKM/industri kreatif, betapa pentingnya memahami sinyal perubahan lingkungan bisnis, baik yang terkait dengan perubahan manajemen maupun teknologi informasi. Pemilihan konsep dan penerapan manajemen dan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan untuk mengelola perubahan mencerminkan sikap sensitivitas dan sikap responsivitas terhadap orientasi manajemen dan orientasi teknologi informasi, sehingga mampu mendorong organisasi pada arah kebijakan yang tepat untuk membawa organisasi pada arah perubahan, oleh karena itu proses bisnis akan berlangsung semakin efektif dan efisien, sehingga kinerja bisnis juga menjadi semakin baik. Orientasi manajemen, orientasi teknologi informasi dan penerapan program ePPM-UKM secara konseptual mampu menjelaskan kontribusinya terhadap capaian kinerja bisnis, oleh karena itu komitmen dan tingkat sensitivitas yang responsif terhadap perubahan konsep manajemen dan teknologi informasi, tentu pengelolaan bisnis menjadi semakin efektif sehingga kinerja bisnis menjadi lebih baik dibanding pihak yang tidak melakukan hal yang sama.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah: (1) terdapat pengaruh simultan orientasi manajemen, orientasi teknologi informasi dan variabel dummy terhadap kinerja bisnis yang positif dan signifikan, oleh karena itu semakin manajemen sensitif didalam merespon perubahan pada lingkungan bisnisnya tentu kinerja bisnis akan menjadi lebih baik.

4. Kesimpulan

Orientasi Manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa orientasi manajemen berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif diterima. Orientasi manajemen yang tetap berkomitmen dalam menghadapi perubahan tentu memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan sumberdaya manajemennya secara efektif, oleh karena itu sensitivitas yang kuat dalam menyikapi perubahan akan memberi sinyal yang positif dalam mencapai kinerja yang lebih baik.

Orientasi Teknologi Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa orientasi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif diterima. Orientasi teknologi informasi yang terus berkomitmen dengan perubahan tentu memiliki

kemampuan untuk mengoptimalkan sumberdaya konseptualnya secara efektif, oleh karena itu sensitivitas yang kuat dalam menyikapi perubahan dan memanfaatkan teknologi informasi akan memberi sinyal yang positif dalam mencapai kinerja yang lebih baik.

Variabel Dummy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa variabel dummy berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif diterima. Variabel dummy yang menyatakan status UKM/industri kreatif yang pernah mengikuti program ePPM-UKM (D: 1) dan yang status yang belum pernah mengikuti program ePPM-UKM (D: 0) mampu memberi pengaruh yang beda terhadap kinerja bisnisnya, oleh karena itu ePPM-UKM cukup efektif menjelaskan proses transformasi pengetahuan yang mampu untuk merespon perubahan yang mempengaruhi bisnisnya.

Orientasi Manajemen, orientasi teknologi informasi dan variabel dummy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri kreatif. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Orientasi Manajemen, orientasi teknologi informasi dan variabel dummy secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UKM dan industri diterima. Program ePPM-UKM mampu melakukan proses transformasi pengetahuan secara efektif sehingga terjadi penguatan sensitivitas kelompok UKM/industri kreatif pada aspek orientasi manajemen dan orientasi teknologi informasi, oleh karena itu komitmen yang kuat dan respon yang cepat terhadap perubahan mampu membangun kinerja bisnis menjadi lebih baik serta mengarahkan sumberdaya yang ada pada tujuan bisnis berkelanjutan.

Implikasi

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, maka implikasi hasil penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut:

Orientasi manajemen merupakan cara pandang kelompok UKM/industri kreatif tentang bagaimana cara menghadapi perubahan yang berpotensi menghambat bisnisnya, oleh karena itu komitmen yang kuat dan respon yang cepat dalam menyiapkan perubahan manajemen, tentu memberi sinyal yang positif untuk mengoptimalkan sumberdaya ekonomi dan pemilihan konsep manajemen yang relevan untuk mengelola bisnisnya melalui kemampuan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi secara dinamis dan berkelanjutan.

Orientasi teknologi informasi merupakan cara pandang kelompok UKM/industri kreatif tentang bagaimana cara menghadapi perubahan yang berpotensi menghambat bisnisnya, oleh karena itu komitmen yang kuat dan respon yang cepat dalam menyiapkan perubahan teknologi informasi, tentu memberi sinyal yang positif untuk mengoptimalkan sumberdaya konseptual dan pemilihan aplikasi teknologi yang relevan untuk mengelola bisnisnya melalui kemampuan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi secara dinamis dan berkelanjutan.

Program ePPM-UKM merupakan aplikasi yang didesain untuk melakukan transformasi pengetahuan manajemen melalui program pelatihan dan program pendampingan manajemen secara masif, oleh karena itu pengembangan kemampuan didalam memilih konsep manajemen dan konsep teknologi informasi serta mampu menerapkannya untuk pengelolaan bisnis yang siap beradaptasi dengan perubahan tentu akan memberi kemampuan dalam menciptakan kinerja bisnis menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSATAKA

- Ahmadi, M., & Mohd. Osman, M. H. (2018). How can small and medium-sized enterprises maximize the benefit derived from Strategic flexibility? The moderating effect of Contextual Ambidextrous Learning. *Indian Journal of Science and Technology*. <https://doi.org/10.17485/ijst/2018/v11i11/118692>
- Battistella, C., Cagnina, M. R., Cicero, L., & Preghenella, N. (2020). Sustainable business models of SMEs: Challenges in yacht tourism sector. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su10103437>
- Cantonnet, M. L., Aldasoro, J. C., & Iradi, J. (2019). New and emerging risks management in small and medium-sized Spanish enterprises. *Safety Science*. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2018.11.032>
- Chang, A. Y., & Cheng, Y. T. (2019). Analysis model of the sustainability development of manufacturing small and medium- sized enterprises in Taiwan. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.025>
- Choi, J. K., Thangamani, D., & Kissock, K. (2019). A systematic methodology for improving resource efficiency in small and medium-sized enterprises. *Resources, Conservation and Recycling*. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.04.015>
- Dolz, C., Iborra, M., & Safón, V. (2019). Improving the likelihood of SME survival during financial and economic crises: The importance of TMTs and family ownership for ambidexterity. *BRQ Business Research Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.09.004>
- Domi, S., Keco, R., Capelleras, J. L., & Mehmeti, G. (2019). Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism smes performance: The case of albania. *Economics and Sociology*, 12(3), 67–85. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-3/5>
- Falahat, M., Ramayah, T., Soto-Acosta, P., & Lee, Y. Y. (2020). SMEs internationalization: The role of product innovation, market intelligence, pricing and marketing communication capabilities as drivers of SMEs' international performance. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119908>
- Felício, J. A., Caldeirinha, V., & Dutra, A. (2019). Ambidextrous capacity in small and medium-sized enterprises. *Journal of Business Research*, 101, 607–614. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.061>
- Fitriati, T. K., Purwana, D., & Buchdadi, A. D. (2020). The role of innovation in improving

- small medium enterprise (SME) performance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(2), 232–250.
- Goerzig, D., & Bauernhansl, T. (2018). Enterprise Architectures for the Digital Transformation in Small and Medium-sized Enterprises. *Procedia CIRP*. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2017.12.257>
- Hassan, N., & Raziq, A. (2019). Effects of knowledge management practices on innovation in SMEs. *Management Science Letters*, 9(7), 997–1008. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.4.005>
- Hervas-Oliver, J. L., Sempere-Ripoll, F., Boronat-Moll, C., & Estelles-Miguel, S. (2020). SME open innovation for process development: Understanding process-dedicated external knowledge sourcing. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 409–445. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1680072>
- Lin, F. J., & Ho, C. W. (2019). The knowledge of entry mode decision for small and medium enterprises. *Journal of Innovation and Knowledge*. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2018.02.001>
- Ndiaye, N., Abdul Razak, L., Nagayev, R., & Ng, A. (2018). Demystifying small and medium enterprises' (SMEs) performance in emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2018.04.003>
- Okundaye, K., Fan, S. K., & Dwyer, R. J. (2019). Impact of information and communication technology in Nigerian small-to medium-sized enterprises. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 24(47), 29–46. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-08-2018-0086>
- Ombi, N., Ambad, S. N. A., & Bujang, I. (2018). The Effect of Business Development Services on Small Medium Enterprises (SMEs) Performance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i3/3910>
- Prashar, A. (2019). Towards sustainable development in industrial small and Medium-sized Enterprises: An energy sustainability approach. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.07.045>
- Prima, R., & Ute, M. (2018). SME'S PERFORMANCE OF CREATIVE INDUSTRIES SUPPORTING TOURISM IN INDONESIA: MARKET ORIENTATION, LEARNING ORIENTATION AND ORGANIZATIONAL INNOVATIVENESS AS DETERMINANTS. *Academy of Marketing Studies Journal*.

- Sawaeen, F. A. A., & Ali, K. A. M. (2020). The impact of entrepreneurial leadership and learning orientation on organizational performance of SMEs: The mediating role of innovation capacity. *Management Science Letters*, 10(2), 369–380. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.033>
- Trianni, A., Cagno, E., Neri, A., & Howard, M. (2019). Measuring industrial sustainability performance: Empirical evidence from Italian and German manufacturing small and medium enterprises. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.076>
- Vásquez, J., Aguirre, S., Fuquene-Retamoso, C. E., Bruno, G., Priarone, P. C., & Settineri, L. (2019). A conceptual framework for the eco-efficiency assessment of small- and medium-sized enterprises. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.117660>
- Verdolini, E., Bak, C., Ruet, J., & Venkatachalam, A. (2018). Innovative Green-technology SMEs as an Opportunity to Promote Financial de-risking. *Economics*, 12(14), 1-12A. <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2018-14>
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35–62. <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>
- Xiang, D., Chen, J., Tripe, D., & Zhang, N. (2019). Family firms, sustainable innovation and financing cost: Evidence from Chinese hi-tech small and medium-sized enterprises. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.02.021>