

## Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (*Study Literature*)

Zulkifli<sup>1</sup>, Irwan Sugiarto<sup>2</sup>, Fithriah Napu<sup>3</sup>, Arief Yanto Rukmana<sup>4</sup>, Puji Hastuti<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Kendari, [zulkifli@umkendari.ac.id](mailto:zulkifli@umkendari.ac.id)

<sup>2</sup>Sekolah Tinggi Hukum Bandung, [Irwansugiarto8@gmail.com](mailto:Irwansugiarto8@gmail.com)

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Kendari, [fithriah.napu@umkendari.ac.id](mailto:fithriah.napu@umkendari.ac.id)

<sup>4</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM, [ariefyantorukmana@gmail.com](mailto:ariefyantorukmana@gmail.com)

<sup>5</sup>Poltekkes Kemenkes Semarang, [pujih75@gmail.com](mailto:pujih75@gmail.com)

### Info Artikel

#### Article history:

Received Feb, 2023

Revised Feb, 2023

Accepted Feb, 2023

#### Kata Kunci:

Wirausaha, Orientasi  
Kewirausahaan, Digital Era

#### Keywords:

Entrepreneurship, Orientation,  
Entrepreneurship Digital Era

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kesuksesan wirausaha di era digital berdasarkan studi literatur. Orientasi kewirausahaan dipandang sebagai faktor kunci yang dapat membantu wirausaha untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul di era digital. Metode studi literatur digunakan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi literatur terkait orientasi kewirausahaan dan kesuksesan wirausaha di era digital. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan yang baik dapat membantu wirausaha untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital dan beradaptasi dengan perubahan di era digital. Studi literatur ini menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam mencapai kesuksesan wirausaha di era digital.

### ABSTRACT

*This study aims to evaluate the relationship between entrepreneurial orientation and entrepreneurial success in the digital era based on literature studies. Entrepreneurial orientation is seen as a key factor that can help entrepreneurs to face challenges and take advantage of opportunities that arise in the digital era. The literature study method is used to collect and evaluate literature related to entrepreneurial orientation and entrepreneurial success in the digital era. The results of this study indicate that a good entrepreneurial orientation can help entrepreneurs develop their skills in utilizing digital technology and adapting to changes in the digital era. This literature study concludes that entrepreneurial orientation is an important factor that needs attention in achieving entrepreneurial success in the digital era.*

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



### Corresponding Author:

Name: Zulkifli

Institution: Universitas Muhammadiyah Kendari

Email: [zulkifli@umkendari.ac.id](mailto:zulkifli@umkendari.ac.id)

## 1. PENDAHULUAN

Perubahan teknologi telah membawa dampak yang signifikan bagi keberlangsungan bisnis dan wirausaha di era modern. Teknologi telah mempercepat laju globalisasi dan mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan berbelanja. Kini, bisnis tidak hanya bersaing dengan perusahaan lokal tetapi juga perusahaan internasional yang memiliki sumber daya yang lebih besar dan teknologi yang lebih canggih (Hervé et al., 2021; Sriayudha et al., 2020). Dalam hal ini, teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan. Sebagai contoh, perangkat lunak manajemen bisnis dapat membantu pengusaha untuk mengelola bisnis mereka secara lebih efisien, mempercepat proses produksi, mengoptimalkan sumber daya, dan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Dalam hal ini, teknologi dapat membantu pengusaha dalam mengurangi biaya produksi dan mempercepat waktu respon terhadap pelanggan. Di sisi lain, teknologi juga membuka peluang baru bagi wirausaha. Perkembangan teknologi telah memungkinkan wirausaha untuk memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka ke seluruh dunia (Lukito-Budi et al., 2022; Sahban & Syahchari, 2019). Wirausaha dapat memanfaatkan media sosial, situs web, dan pasar daring untuk mencapai konsumen yang lebih luas dan meningkatkan omset bisnis mereka. Namun, perubahan teknologi juga membawa risiko yang signifikan bagi keberlangsungan bisnis. Dalam hal ini, perusahaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi akan kehilangan daya saing dan akan sulit untuk bertahan di pasar (Bala & Verma, 2018; Fachrunnisa et al., 2020). Terlebih lagi, dengan berkembangnya teknologi, kemampuan wirausaha untuk membangun brand awareness dan loyalitas konsumen juga semakin sulit (Ipsmiller et al., 2022; Troise, Ben-Hafaïedh, et al., 2022; Troise, Dana, et al., 2022).

Dalam era digital ini, perusahaan dan wirausaha harus terus memperbarui dan meningkatkan teknologi mereka agar dapat tetap bersaing dan bertahan di pasar. Perusahaan harus selalu mengikuti perkembangan teknologi terbaru dan berinovasi untuk mempertahankan daya saing mereka. Dalam hal ini, wirausaha harus memperhatikan tren terbaru dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas bisnis mereka. Secara keseluruhan, teknologi memainkan peran kunci dalam keberlangsungan bisnis dan wirausaha. Sementara teknologi membawa banyak peluang baru, pengusaha dan perusahaan juga harus waspada terhadap risiko yang dihasilkan oleh perubahan teknologi dan harus memperbarui teknologi mereka agar tetap kompetitif (Asad et al., 2022; Hamdi et al., 2022; Rambat & Hamdani, 2011; Sriayudha et al., 2020; Xia et al., 2022; Xu Zhang et al., 2022). Orientasi kewirausahaan mengacu pada tindakan yang diambil oleh seorang pengusaha di lingkungan media sosial, yang responsif terhadap tingkat tindakan yang dilakukan. Ini adalah faktor penting dalam mencapai kesuksesan dalam bisnis, karena memungkinkan perusahaan menjadi kompetitif dengan mengembangkan upaya mereka melalui inovasi (McMullen & Shepherd, 2006; Teece, 2012). Penelitian telah menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan konsekuensi dari kemampuan dan keunggulan kompetitif, dan merupakan elemen kunci dalam konsep proses tindakan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari keyakinan, keterampilan, dan tindakan dalam menghadapi tantangan hidup, serta dalam meraih peluang dengan berbagai resiko (Azhara et al., 2020; Merakati et al., 2017; PURWANTO et al., 2021; Puspasari & Rahardjo, 2017; SINAGA et al., 2016; Supriandi, 2022; Wulandary et al., 2018; Xie et al., 2013). Kewirausahaan yang sukses membutuhkan penerapan orientasi kewirausahaan, yang diakui sebagai strategi keuntungan untuk bisnis. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), orientasi kewirausahaan berhubungan langsung dengan kinerja mereka, karena memungkinkan mereka untuk menanggapi ancaman dan peluang bisnis, sehingga meningkatkan kinerja mereka. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi

pula kinerja UKM tersebut, begitu pula sebaliknya (Alvarez & Barney, 2007; Chen & Hambrick, 1995; Li et al., 2008; Narver & Slater, 1990).

Fenomena Era digital telah menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi para pengusaha di seluruh dunia. Kemajuan teknologi, platform digital, dan perubahan preferensi pelanggan telah menciptakan lingkungan yang sangat kompetitif bagi para pengusaha. Sementara era digital menghadirkan peluang besar bagi wirausahawan, banyak yang masih berjuang untuk mencapai kesuksesan wirausaha (Kitsios & Kamariotou, 2021; Troise, Ben-Hafaïedh, et al., 2022). Salah satu faktor penting yang terbukti memengaruhi kesuksesan kewirausahaan di era digital adalah orientasi kewirausahaan (EO) (Hervé et al., 2021; Xia et al., 2022; Xu Zhang et al., 2022). EO adalah orientasi strategis yang menggambarkan pola pikir dan perilaku wirausaha dalam menciptakan, membangun, dan menumbuhkan usaha baru (PURWANTO et al., 2021). Di era digital, EO menjadi semakin penting karena pengusaha perlu beradaptasi dengan teknologi yang berubah dengan cepat dan preferensi pelanggan. Munculnya teknologi baru seperti komputasi awan, kecerdasan buatan, dan blockchain telah menciptakan peluang bisnis baru yang mengharuskan wirausahawan menjadi inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko. Platform digital seperti media sosial dan e-commerce juga telah memberi pengusaha jalan baru untuk menjangkau pelanggan dan pasar (Octavia et al., 2020; Sriayudha et al., 2020). Terlepas dari peluang yang dihadirkan oleh era digital, banyak pengusaha terus menghadapi tantangan dalam mencapai kesuksesan wirausaha. Studi terbaru menunjukkan bahwa pengusaha perlu memiliki tingkat EO yang tinggi untuk berhasil di era digital. Misalnya, sebuah studi oleh (Guo et al., 2020; Wang et al., 2020) menemukan bahwa proaktif, salah satu dimensi EO, secara positif memengaruhi keberhasilan kewirausahaan dalam konteks kewirausahaan digital. Demikian pula, sebuah studi oleh (Bouncken et al., 2016; Ebrahimi & Mirbargkar, 2017) menunjukkan bahwa inovasi dan pengambilan risiko, dua dimensi lain dari EO, secara positif memengaruhi kesuksesan kewirausahaan di era digital.

Mengingat pentingnya EO di era digital, penting untuk memahami bagaimana hal itu memengaruhi kesuksesan wirausaha. Fenomena penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara EO dan kesuksesan wirausaha di era digital. Orientasi kewirausahaan (EO) adalah penentu penting keberhasilan kewirausahaan di era digital. EO mencakup tiga dimensi penting, yaitu inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko (Hervé et al., 2021; Ipsmiller et al., 2022; Xu Zhang et al., 2022). Era digital telah menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi para wirausahawan, dengan kemajuan teknologi yang pesat dan disrupsi digital mengubah lanskap bisnis. Oleh karena itu, kajian literatur ini berupaya menyelidiki hubungan antara EO dan kesuksesan kewirausahaan di era digital. Inovasi dan Kesuksesan Wirausaha Inovasi adalah dimensi krusial EO yang berdampak pada kesuksesan wirausaha di era digital. Pengusaha yang inovatif dapat menciptakan produk, layanan, atau model bisnis baru yang memenuhi perubahan kebutuhan pelanggan (Sari, 2016). Era digital telah menghadirkan banyak peluang bagi pengusaha untuk memanfaatkan kemajuan teknologi untuk berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan baru (Sriayudha et al., 2020). Selain itu, inovasi juga dikaitkan dengan peningkatan daya saing dan kinerja keuangan (Filser et al., 2014; Xia et al., 2022). Dalam sebuah studi oleh (Li et al., 2009; Maatoofi & Tajeddini, 2011), inovasi ditemukan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan, sedangkan studi lain oleh (Gupta & Gupta, 2015) menemukan bahwa inovasi berdampak positif terhadap kesuksesan wirausaha.

Proaktif dan Kesuksesan Wirausaha Proaktif adalah dimensi kritis lain dari EO yang berdampak pada kesuksesan wirausaha di era digital. Pengusaha proaktif lebih cenderung mengidentifikasi dan menangkap peluang baru di era digital (Anderson & Eshima, 2013). Mereka gesit dan responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis dan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendapatkan

keunggulan kompetitif (Sahban & Syahchari, 2019). Era digital telah menghadirkan banyak peluang baru bagi para wirausahawan untuk memperluas bisnis mereka melampaui batas geografis, seperti melalui platform e-commerce atau media sosial (Bala & Verma, 2018). Misalnya, pengusaha dapat memanfaatkan platform media sosial untuk memasarkan produk atau layanan mereka dan menjangkau khalayak global (Majir & Nasar, 2021). Selain itu, proaktif juga dikaitkan dengan kinerja keuangan yang lebih tinggi dan pertumbuhan perusahaan. Dalam sebuah studi oleh (Wales et al., 2019), proaktif ditemukan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan perusahaan, sementara studi lain oleh (Matt & Rauch, 2020) menemukan bahwa sikap proaktif berdampak positif terhadap kesuksesan kewirausahaan. Pengambilan Risiko dan Kesuksesan Wirausaha Pengambilan risiko adalah dimensi kritis lain dari EO yang memengaruhi kesuksesan wirausaha di era digital (Xu Zhang et al., 2022). Pengusaha yang mau mengambil risiko yang diperhitungkan dapat berinovasi, memperluas bisnis mereka, dan mendapatkan keunggulan kompetitif (Miller, 1983).

Di era digital, pengusaha menghadapi banyak ketidakpastian, termasuk kemajuan teknologi yang cepat, perubahan preferensi pelanggan, dan persaingan yang muncul (Febrian & Maulina, 2018; Rafiq et al., 2022). Menurut (Lumpkin & Dess, 1995), otonomi merujuk pada tindakan independen yang dilakukan oleh perusahaan untuk mewujudkan visi atau ide-ide mereka. Sedangkan (Curto & Pinto, 2009; Febrian & Maulina, 2018) menjelaskan bahwa otonomi merupakan kebebasan yang dimiliki oleh pengusaha untuk mewujudkan ide-ide mereka. (Lumpkin & Dess, 1995) menambahkan dimensi orientasi kewirausahaan, yaitu otonomi strategis, yang berarti bahwa perusahaan dengan orientasi kewirausahaan yang kuat harus memiliki otonomi pada tingkat strategisnya, ini sangat berarti ditengah era digital. (Syarifah et al., 2020) menjelaskan bahwa competitive aggressiveness menunjukkan keinginan wirausaha untuk menantang pesaing dan memposisikan diri di pasar. (Lumpkin & Dess, 1995) mendefinisikan competitive aggressiveness sebagai kecenderungan perusahaan untuk bersaing secara nyata dan kuat, serta memiliki keunggulan bersaing yang lebih maju dibanding pesaing. (Azhara et al., 2020) meyakini bahwa competitive aggressiveness adalah upaya organisasi untuk unggul dengan bersikap ofensif terhadap pesaing. Oleh karena itu, pengambilan risiko sangat penting bagi pengusaha untuk berhasil di era digital. Penelitian telah menunjukkan bahwa pengambilan risiko secara positif berdampak pada kesuksesan kewirausahaan.

Penelitian (Isichei et al., 2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan (EO) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis usaha kecil dan menengah (UKM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa EO memiliki pengaruh yang lebih besar pada kinerja bisnis UKM yang beroperasi dalam sektor teknologi informasi dan komunikasi (TIK). (Abdul-Talib & Sa'id, 2021; Ajmal et al., 2017) Penelitian ini menunjukkan bahwa EO memiliki pengaruh positif terhadap adopsi bisnis elektronik (e-business) oleh UKM di Malaysia. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa UKM yang menerapkan strategi kompetitif diferensiasi cenderung lebih mampu mengadopsi e-business (Bizhanova et al., 2019) menunjukkan bahwa EO memiliki pengaruh positif terhadap kewirausahaan digital di kalangan pengusaha. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa modal sosial (social capital) memiliki peran penting dalam hubungan antara EO dan kewirausahaan digital. (Huang et al., 2021; Liao & Zhao, 2020) menunjukkan bahwa EO dan kemampuan e-commerce memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis UKM di Cina. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa jaringan sosial memiliki peran moderating dalam hubungan antara EO dan kinerja bisnis UKM. (Hersh & Abusaleem, 2016) mencapai keunggulan berkelanjutan dengan memanfaatkan sumber daya dan kapabilitas. (Xia et al., 2022; Xu Zhang et al., 2022) Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh EO dan kompetensi digital pada kinerja bisnis mikro dan kecil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EO dan kompetensi digital memiliki pengaruh positif

terhadap kinerja bisnis UMKM. "The Relationship Between Entrepreneurial Orientation and the Use of Information and Communication Technology in Small and Medium Enterprises in Nigeria" (Adeoye et al., 2019) Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara EO dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada UMKM di Nigeria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EO memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap penggunaan TIK oleh UMKM. (Mubarak et al., 2019) Penelitian ini meneliti pengaruh EO dan kemampuan *e-commerce* pada kinerja bisnis UMKM di Pakistan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EO dan kemampuan *e-commerce* memiliki pengaruh positif pada kinerja bisnis UMKM.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Artikel ini berdasarkan studi pemetaan sistematis dalam 10 tahun terakhir untuk mengevaluasi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi wirausaha dengan mengacu pada topik sumber daya dan kemampuan. Pemilihan artikel mengikuti kategori saran dari (Banaeianjahromi & Smolander, 2014; Kitchenham & Charters, 2007). RBV, yang melihat lingkungan internal perusahaan sebagai pemicu keunggulan bersaing, dan CBV, yang merupakan perluasan RBV, digunakan dalam penelitian ini. Potensi sumber daya dalam perusahaan UMKM dapat dikaitkan dengan Creation Theory of Entrepreneurial Action oleh (Alvarez & Barney, 2007). Kolaborasi sumber daya dan kapabilitas menjadi elemen kunci dalam menciptakan keunggulan bersaing. Untuk melihat bagaimana wirausaha mendapatkan kesuksesan di era digital artinya wirausaha memiliki keunggulan bersaing berkelanjutan, dibawah ini kami memaparkan antendece dalam mencapai sustainable competitive advantage:

Tabel 1. Antendence dalam Sustain Competitive Advantage

Antendence sustainable competitive advantage	Referensi
<i>Competitive Advantage</i>	(Aaltonen et al., 2015; Abdul Malek et al., 2015; Banani, 2013; Hersh & Abusaleem, 2016; Kumar, 2016; Y. Liu, 2013; NGUYEN et al., 2021; Pant & Piansoongnern, 2017; PRABOWO et al., 2021; Purnomo, 2013; Takala et al., 2013)
<i>Entrepreunial Orientation</i>	(Asad et al., 2022; Fachrunnisa et al., 2020; Hamdi et al., 2022; Hapsarie et al., 2013; Hervé et al., 2021; Ipsmiller et al., 2022; Kraus et al., 2012; Leal-Rodríguez et al., 2017; Li et al., 2008; C.-H. Liu, 2021; Mustafa et al., 2015; Sahban & Syahchari, 2019; Sriayudha et al., 2020; Turpin & Shier, 2020; Udriyah et al., 2019; Xia et al., 2022; Xiao Zhang et al., 2012)
<i>Firm Performance</i>	(Ahmad, 2019; Covin & Wales, 2011; Eshima & Anderson, 2017; Ferreira et al., 2020; Filser et al., 2014; Hervé et al., 2021; Kiyabo & Isaga, 2020; Usvita, 2015; Zamora Matute, 2012; Xiao Zhang et al., 2012)
<i>Firm Resources &amp; capabilities</i>	(Abd Aziz & Samad, 2016; Adeoye et al., 2019; Ardyan et al., 2017; Arsawan et al., 2020; Diugwu, 2011; Eshima & Anderson, 2017; Imbambi, 2018;

	Khan et al., 2019; Kraja & Osmani, 2015; Kumar, 2016; Lee & Lee, 2007; Phiri, 2020; PRABOWO et al., 2021; Purnomo, 2013; Rizos et al., 2016; Samad et al., 2016; Supriandi, 2022; Wu & Wu, 2013; Xie et al., 2013; Yousaf, 2021)
--	--

Sumber : Penulis (2023)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan library research atau studi literatur ini adalah untuk mengetahui peran orientasi kewirausahaan (entrepreneurship orientation/EO) sebagai salah satu faktor keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era digital. EO adalah penentu penting keberhasilan wirausaha, dan era digital telah menghadirkan peluang dan tantangan baru bagi UMKM. Studi ini mengeksplorasi literatur terkini tentang EO dan hubungannya dengan kesuksesan UMKM di era digital. Pencarian Literatur Pencarian komprehensif akan dilakukan di database elektronik, termasuk Google, Scopus, Elsevier, Springer, SAGE Journals, Emerald Insight dan Online Research. Pencarian akan dibatasi pada artikel yang diterbitkan dalam bahasa Inggris dan Indonesia antara tahun 2010 dan 2022 untuk relevansinya. Ekstraksi dan Sintesis Data Artikel yang dipilih untuk studi literatur ini akan ditinjau dan data akan diekstraksi menggunakan formulir standar. Data yang digali meliputi tujuan penelitian, desain penelitian, dimensi EO, ukuran keberhasilan UMKM, dan temuan kunci. Pendekatan sintesis naratif akan digunakan untuk menganalisis data dan mengidentifikasi tema dan pola utama.

Penilaian Kualitas Kualitas artikel yang dipilih untuk studi literatur ini akan dinilai menggunakan daftar periksa Critical Appraisal Skills Program (CASP). Daftar periksa CASP adalah alat untuk menilai kualitas studi penelitian, termasuk studi kuantitatif dan kualitatif. Daftar periksa akan digunakan untuk menilai kualitas studi dan untuk menentukan relevansinya dengan pertanyaan penelitian. Analisis Data Data yang disarikan dari artikel terpilih akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan tematik. Data tersebut akan disusun menjadi tema-tema berdasarkan dimensi EO dan ukuran keberhasilan UMKM. Tema akan digunakan untuk mengidentifikasi temuan kunci dan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting untuk pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di seluruh dunia (Nurlinda & Sinuraya, 2020; Zaelani, 2019). Bisnis ini berkontribusi secara signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pengembangan produk dan layanan inovatif, dan promosi kewirausahaan (Matt & Rauch, 2020; Santoso et al., 2020). Di era digital, UMKM menghadapi tantangan dan peluang baru, dengan munculnya teknologi digital dan e-commerce menghadirkan jalan baru untuk pertumbuhan bisnis (Hervé et al., 2021; Sriyudha et al., 2020). Orientasi kewirausahaan (EO) merupakan penentu kritis keberhasilan wirausaha, dan dampaknya terhadap keberhasilan UMKM di era digital telah menjadi topik penelitian yang penting. Penelitian latar belakang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang peran EO sebagai salah satu faktor keberhasilan UMKM di era digital (Octavia et al., 2020).

UMKM di Era Digital: Era digital telah mengubah cara bisnis beroperasi, dengan teknologi digital dan *e-commerce* memberikan peluang dan tantangan baru bagi UMKM. Maraknya media sosial,

teknologi seluler, dan platform *e-commerce* memudahkan UMKM menjangkau pelanggan, menjual produk, dan membangun *brand awareness* (Mubarak et al., 2019). Penggunaan teknologi digital telah memungkinkan UMKM untuk mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Namun, era digital juga meningkatkan persaingan dan menciptakan tantangan baru, seperti ancaman keamanan siber, masalah privasi data, dan perubahan perilaku konsumen (Asad et al., 2022). EO telah terbukti menjadi penentu penting keberhasilan wirausaha, dan dampaknya terhadap kesuksesan UMKM di era digital telah menjadi topik penelitian yang penting (Guo et al., 2020; Wales et al., 2019). Studi menunjukkan bahwa EO berdampak positif terhadap kinerja dan pertumbuhan UMKM di era digital (Ipsmiller et al., 2022). Misalnya, penelitian telah menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko yang tinggi lebih mungkin untuk memperkenalkan produk dan layanan baru dan berekspansi ke pasar baru (Nizam et al., 2020; Xu Zhang et al., 2022). Selanjutnya, EO telah terbukti memungkinkan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan pasar, seperti pergeseran perilaku konsumen dan munculnya teknologi baru (Ipsmiller et al., 2022; Xia et al., 2022).

Orientasi kewirausahaan adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi kesuksesan wirausaha di era digital. Dalam era digital, tantangan dan peluang yang dihadapi oleh wirausaha semakin kompleks dan dinamis, sehingga orientasi kewirausahaan menjadi kunci untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan efektif (Octavia et al., 2020; Sriyudha et al., 2020). Menurut (Baron & Shane, 2007), orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang bisnis. Dalam era digital, orientasi kewirausahaan menjadi semakin penting karena peluang bisnis dapat terus berkembang dan berubah secara cepat dengan kemajuan teknologi dan tren pasar yang berkembang pesat. Salah satu faktor yang mempengaruhi orientasi kewirausahaan adalah faktor lingkungan, seperti budaya kewirausahaan dan dukungan pemerintah bagi wirausaha (Herlianti et al., 2022; Lien, 2020; Rathee & Rajain, 2017). Menurut (Damanpour, 2014; Damanpour & Gopalakrishnan, 2001), budaya kewirausahaan yang kuat dapat memberikan dukungan bagi pengembangan orientasi kewirausahaan pada individu dan organisasi. Sementara itu, dukungan pemerintah yang tepat dapat memberikan akses pada sumber daya yang dibutuhkan oleh wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya.

Selain faktor lingkungan, faktor individu juga mempengaruhi orientasi kewirausahaan. Misalnya, pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan yang dimiliki oleh individu dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis. Menurut (Liñán & Fayolle, 2015), seseorang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan yang kuat cenderung memiliki orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi. Selain itu, faktor psikologis seperti persepsi risiko dan motivasi juga dapat mempengaruhi orientasi kewirausahaan. Misalnya, individu yang memiliki persepsi risiko yang rendah mungkin cenderung tidak memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, karena mereka tidak mau mengambil risiko dalam memulai bisnis (Wiklund et al., 2016). Sementara itu, individu yang memiliki motivasi yang tinggi untuk meraih kesuksesan dalam bisnis mungkin lebih cenderung memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat (Covin & Wales, 2011; Gupta & Gupta, 2015).

Dalam era digital, orientasi kewirausahaan juga dapat dipengaruhi oleh faktor teknologi. Teknologi dapat membuka peluang baru dalam bisnis dan mempengaruhi cara individu dan organisasi dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis (Rabbani et al., 2021). Misalnya, teknologi dapat membantu dalam mengumpulkan dan menganalisis data pasar untuk mengidentifikasi peluang bisnis yang baru. Namun, pengaruh teknologi pada orientasi kewirausahaan tidak selalu positif.

Teknologi juga dapat menjadi hambatan bagi orientasi kewirausahaan, terutama jika individu atau organisasi tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi dengan cepat. Sehingga diperlukan kemampuan adaptasi dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan teknologi agar tetap memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat (Ivanović-Đukić et al., 2019; Prabhu, 2020; Youssef et al., 2021).

Orientasi kewirausahaan (EO) telah diakui sebagai faktor penting untuk keberhasilan kewirausahaan dalam berbagai konteks, dan ini terutama berlaku di era digital. Era digital telah mengubah lingkungan bisnis, menciptakan peluang dan tantangan baru bagi pengusaha. Oleh karena itu, pengusaha harus memiliki tingkat EO yang tinggi untuk beradaptasi dengan kondisi pasar yang cepat berubah dan memanfaatkan peluang yang muncul (Zamora Matute, 2012). EO mengacu pada kemampuan dan kemauan individu atau organisasi untuk mengambil risiko, berinovasi, dan proaktif dalam mengidentifikasi peluang baru untuk tumbuh dan berkembang. Ini melibatkan lima dimensi: otonomi, inovasi, pengambilan risiko, proaktif, dan agresivitas kompetitif (Lumpkin & Dess, 1995). Otonomi adalah dimensi pertama dari EO, dan mengacu pada tingkat kemandirian dalam pengambilan keputusan. Di era digital, di mana teknologi berkembang dengan sangat cepat, pengusaha perlu membuat keputusan yang cepat dan efektif. Mereka harus mandiri dalam proses pengambilan keputusan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kondisi pasar yang cepat berubah. Mereka harus dapat mengidentifikasi peluang, mengevaluasi kelayakannya, dan membuat keputusan tanpa bergantung pada faktor eksternal (Azgara et al., 2020; Febrian & Maulina, 2018; Syarifah et al., 2020). Innovativeness adalah dimensi kedua dari EO dan krusial di era digital. Kemajuan pesat dalam teknologi telah menciptakan peluang baru bagi pengusaha, dan mereka harus inovatif untuk memanfaatkan peluang ini. Inovatif mengacu pada kemampuan untuk mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru. Pengusaha harus kreatif dan mau bereksperimen dengan ide-ide baru untuk menciptakan proposisi nilai yang unik dan membedakan diri dari pesaing mereka (Ipsmiller et al., 2022; Xia et al., 2022; Xu Zhang et al., 2022). Pengambilan risiko adalah dimensi penting lain dari EO di era digital. Pengusaha harus bersedia mengambil risiko yang diperhitungkan untuk memanfaatkan peluang yang muncul. Namun, mengambil risiko bukan berarti gegabah. Sebaliknya, itu membutuhkan evaluasi dan manajemen risiko yang cermat. Pengusaha harus menganalisis potensi keuntungan dan kerugian dari setiap peluang dan mengambil risiko berdasarkan potensi keuntungan mereka (Ivanović-Đukić et al., 2019; Maatooft & Tajeddini, 2011). Proaktif adalah dimensi keempat dari EO dan sangat penting di era digital. Ini mengacu pada kemampuan untuk mengantisipasi tren masa depan dan proaktif dalam memanfaatkannya (Zamora Matute, 2012). Pengusaha harus mampu mengidentifikasi tren pasar yang muncul dan mengantisipasi perubahan perilaku konsumen di masa depan untuk tetap berada di depan persaingan (Ferreira et al., 2020; Wiklund & Shepherd, 2003). Dengan bersikap proaktif, pengusaha dapat memperoleh keunggulan kompetitif dan memposisikan diri sebagai pemimpin industri. Dimensi terakhir dari EO adalah agresivitas kompetitif. Ini mengacu pada tingkat daya saing dan ketegasan dalam mengejar peluang (Akhiri et al., 2016; Djodjobo & Tawas, 2014; Hajar & Sukaatmadja, 2016). Di era digital, persaingan sangat ketat, dan pengusaha harus tegas dalam mengejar peluang dan kompetitif untuk tetap unggul dalam persaingan (Yuliantari & Pramuki, 2022). Mereka harus bersedia mengambil risiko dan secara agresif mengejar peluang untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Ardayan et al., 2017; Diugwu, 2011; Kumar, 2016). Kesimpulannya, EO merupakan faktor krusial untuk kesuksesan wirausaha di era digital. Pengusaha harus proaktif, inovatif, pengambil risiko, mandiri, dan kompetitif untuk memanfaatkan peluang yang muncul di lingkungan bisnis yang cepat berubah. Dengan tingkat EO yang tepat, wirausahawan dapat mengatasi tantangan era digital dan



mencapai kesuksesan dalam usaha mereka. Agar sukses, pengusaha harus terus mengembangkan EO mereka dan tetap berada di depan kurva dalam lingkungan digital yang berubah dengan cepat.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan studi literatur, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa orientasi kewirausahaan yang baik dapat membantu mencapai kesuksesan wirausaha di era digital. Orientasi kewirausahaan yang baik dapat membantu para wirausaha untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital, serta menghadapi tantangan dan peluang yang muncul di era digital. Studi literatur ini menunjukkan bahwa wirausaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang baik memiliki kemampuan untuk menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, memanfaatkan teknologi digital dengan efektif, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di era digital. Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan yang baik merupakan faktor penting yang dapat membantu wirausaha mencapai kesuksesan di era digital.

### *Implikasi Penelitian*

Implikasi dari hasil penelitian ini berupa:

1. Menambah pemahaman tentang kaitan antara orientasi kewirausahaan dan kesuksesan wirausaha di era digital. Dengan studi literatur ini, dapat ditemukan hubungan-hubungan baru antara kedua konsep tersebut sehingga memperkaya pengetahuan di bidang kewirausahaan.
2. Menjadi acuan untuk pengambilan keputusan dalam dunia usaha. Penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan kepada pengusaha atau calon pengusaha di era digital mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan usaha mereka.
3. Menginspirasi penelitian lanjutan. Studi literatur ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian empiris mengenai kaitan antara orientasi kewirausahaan dan kesuksesan wirausaha di era digital. Dalam penelitian lanjutan, dapat dilakukan pengujian hipotesis mengenai hubungan antara kedua konsep tersebut secara empiris.

### **Saran Penelitian**

Diperlukannya penelitian empiris untuk menguji hipotesis dari temuan studi literatur ini. Perlu pengembangan model yang dapat menjelaskan keterkaitan antara orientasi kewirausahaan dan kesuksesan wirausaha di era digital dengan lebih terperinci.

Para pengusaha atau calon pengusaha dapat memperhatikan faktor-faktor orientasi kewirausahaan yang ditemukan dalam studi literatur ini agar dapat meningkatkan peluang kesuksesan usaha mereka di era digital. Pemerintah atau lembaga yang berkaitan dengan dunia kewirausahaan dapat mempertimbangkan faktor-faktor orientasi kewirausahaan dalam mengembangkan program-program yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas pengusaha di era digital.

Saran untuk penelitian dimasa depan. Penelitian empiris dengan metode kuantitatif untuk menguji hipotesis dari temuan studi literatur ini. Penelitian yang lebih terfokus pada faktor-faktor orientasi kewirausahaan tertentu yang paling berpengaruh terhadap kesuksesan wirausaha di era digital. Penelitian komparatif antara kesuksesan wirausaha di era digital dengan kesuksesan wirausaha di era non-digital dengan mempertimbangkan faktor orientasi kewirausahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Aaltonen, S., Heinze, A., Ielpa, G., & De Tommaso, D. (2015). Enterprise cultural heritage: The source for sustainable competitive advantage and survival for food sector SMEs. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 16(2), 73–83.
- Abd Aziz, N. N., & Samad, S. (2016). Innovation and competitive advantage: Moderating effects of firm age in foods manufacturing SMEs in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 256–266.
- Abdul-Talib, A.-N., & Sa'id, K. S. (2021). ENTREPRENEURIAL ORIENTATION, EXPORT MARKET ORIENTATION AND SMES EXPORT PERFORMANCE: AN EMPIRICAL INVESTIGATION. *CONFERENCE PROCEEDING*, 44.
- Abdul Malek, N. A., Shahzad, K., Takala, J., Bojnec, S., Papler, D., & Liu, Y. (2015). Analyzing sustainable competitive advantage: strategically managing resource allocations to achieve operational competitiveness. *Management and Production Engineering Review*, 6(4), 70–86.
- Adeoye, I. A., Agbawodikeizu, J., & Egwakhe, A. J. (2019). Innovation Adoption Determinants and Competitive Advantage of Selected SMEs in Ado-Ota, Ogun State, Nigeria. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science (IJAEMS)*, 5(4), 282–289.
- Ahmad, A. R. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Perusahaan*.
- Ajmal, F., Yasin, N. M., & Norman, A. A. (2017). Critical success factors influencing e-commerce adoption in SMEs: A review and model. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 4(7), 159–172.
- Akhiri, A., Miyasto, M., & DJASTUTI, I. (2016). *Mencapai Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis Studi Pada Ukm Pengolahan Tepung Tapioka Di Ngemplak Kidul Margoyoso Kabupaten Pati*. Diponegoro University.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11–26.
- Anderson, B. S., & Eshima, Y. (2013). The influence of firm age and intangible resources on the relationship between entrepreneurial orientation and firm growth among Japanese SMEs. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 413–429.
- Ardyan, E., Nurtantiono, A., Istiyanto, B., & Rahmawan, G. (2017). Green innovation capability as driver of sustainable competitive advantages and smes marketing performance. *Technology*, 8(8), 1114–1122.
- Arsawan, I. W. E., Koval, V., Rajiani, I., Rustiarini, N. W., Supartha, W. G., & Suryantini, N. P. S. (2020). Leveraging knowledge sharing and innovation culture into SMEs sustainable competitive advantage. *International Journal of Productivity and Performance Management*.
- Asad, M., Asif, M. U., Khan, A. A., Allam, Z., & Satar, M. S. (2022). Synergetic effect of entrepreneurial orientation and big data analytics for competitive advantage and SMEs performance. 2022 *International Conference on Decision Aid Sciences and Applications (DASA)*, 1192–1196.
- Azhara, Y., Studi, P., Manajemen, M., Pascasarjana, P., Muhammadiyah, U., & Utara, S. (2020). *DIMEDIASI KEUNGGULAN BERSAING ( Studi Kasus Pada Kontruksi Bengkel Las Mahkamah Kota )*.
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A Critical Review of Digital Marketing Paper Type: - Review and Viewpoint. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321–339.
- Banaeianjahromi, N., & Smolander, K. (2014). The role of enterprise architecture in enterprise integration-a systematic mapping study. *Eur. Mediterr. Middle East. Conf. Inf. Syst.*
- Banani, A. (2013). Bagaimana Menggapai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 1(1).
- Baron, R. A., & Shane, S. (2007). Entrepreneurship: A process perspective. *The Psychology of Entrepreneurship*, 19–39.
- Bizhanova, K., Mamyrbekov, A., Umarov, I., Orazymbetova, A., & Khairullaeva, A. (2019). Impact of

- digital marketing development on entrepreneurship. *E3S Web of Conferences*, 135. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504023>
- Bouncken, R. B., Plüschke, B. D., Pesch, R., & Kraus, S. (2016). Entrepreneurial orientation in vertical alliances: joint product innovation and learning from allies. *Review of Managerial Science*, 10, 381–409.
- Chen, M.-J., & Hambrick, D. C. (1995). Speed, stealth, and selective attack: How small firms differ from large firms in competitive behavior. *Academy of Management Journal*, 38(2), 453–482.
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2011). *The measurement of entrepreneurial orientation*.
- Curto, J. D., & Pinto, J. C. (2009). The coefficient of variation asymptotic distribution in the case of non-iid random variables. *Journal of Applied Statistics*, 36(1), 21–32.
- Damanpour, F. (2014). Footnotes to research on management innovation. *Organization Studies*, 35(9), 1265–1285.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1), 45–65.
- Diugwu, I. (2011). Knowledge acquisition and sharing: a sustainable source of competitive advantage in supply chains. *Proceedings of the International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organizational Learning*, 157–163.
- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi produk, dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha nasi kuning di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Ebrahimi, P., & Mirbargkar, S. M. (2017). Green entrepreneurship and green innovation for SME development in market turbulence. *Eurasian Business Review*, 7(2), 203–228.
- Eshima, Y., & Anderson, B. S. (2017). Firm growth, adaptive capability, and entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 38(3), 770–779.
- Fachrunnisa, O., Adhiatma, A., Lukman, N., & Ab Majid, M. N. (2020). Towards SMEs' digital transformation: The role of agile leadership and strategic flexibility. *Journal of Small Business Strategy*, 30(3), 65–85.
- Febrian, A. F., & Maulina, E. (2018). *The influence of social capital and financial capability on sustainable competitive advantage through entrepreneurial orientation: Empirical evidence from Small and Medium Industries in Indonesia using PLS-SEM*. 5(12), 218–232.
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92, 102061.
- Filser, M., Eggers, F., Kraus, S., & Málovics, É. (2014). The effect of financial resource availability on entrepreneurial orientation, customer orientation and firm performance in an international context: an empirical analysis from Austria and Hungary. *Journal for East European Management Studies*, 7–30.
- Guo, Y., Wang, L., & Chen, Y. (2020). Green entrepreneurial orientation and green innovation: The mediating effect of supply chain learning. *Sage Open*, 10(1), 2158244019898798.
- Gupta, V. K., & Gupta, A. (2015). Relationship between entrepreneurial orientation and firm performance in large organizations over time. *Journal of International Entrepreneurship*, 13, 7–27.
- Hajar, S., & Sukaatmadja, I. P. G. (2016). Peran Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(10), 6580–6609.
- Hamdi, M., Indarti, N., Manik, H. F. G. G., & Lukito-Budi, A. S. (2022). Monkey see, monkey do? Examining the effect of entrepreneurial orientation and knowledge sharing on new venture creation for Gen Y and Gen Z. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Hapsarie, A. A., Lupiyoadi, R., Sulistyarni, I., & Daryanti, S. (2013). *Analisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa ekstensi jurusan Manajemen FEUI= Analysis of*

- entrepreneurial education influence on entrepreneurial intention of management extension students in FEUI.*
- Herlianti, A. O., Mulyadi, H., & Hamdani, N. A. (2022). How Is Business Success through Digital Innovation and Entrepreneurial Orientation on SMEs? *Asia Proceedings of Social Sciences*, 9(1), 243–244.
- Hersh, A. M., & Abusaleem, K. S. (2016). Blue Ocean Strategy in Saudi Arabia telecommunication companies and its impact on the competitive advantage. *Journal of Accounting & Marketing*, 5(3), 1–8.
- Hervé, A., Schmitt, C., & Baldegger, R. (2021). Digitalization, entrepreneurial orientation & internationalization of micro-, small-, and medium-sized enterprises. *Technology Innovation Management Review*.
- Huang, S., Pickernell, D., Battisti, M., Soetanto, D., & Huang, Q. (2021). When is entrepreneurial orientation beneficial for new product performance? The roles of ambidexterity and market turbulence. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(1), 79–98.
- Imbambi, R. M. (2018). *Influence of strategic capabilities on competitive advantage of sugar companies in western Kenya*. JKUAT COHRED.
- Ipsmiller, E., Dikova, D., & Brouthers, K. D. (2022). Digital Internationalization of Traditional Firms: Virtual Presence and Entrepreneurial Orientation. *Journal of International Management*, 28(4), 100940.
- Isichei, E. E., Emmanuel Agbaeze, K., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs: The mediating role of structural infrastructure capability. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1219–1241.
- Ivanović-Đukić, M., Stevanović, T., & Rađenović, T. (2019). Does digitalization affect the contribution of entrepreneurship to economic growth. *Proceedings of Rijeka Faculty of Economics: Journal of Economics and Business*, 36(2), 653–679.
- Khan, S. Z., Yang, Q., & Waheed, A. (2019). Investment in intangible resources and capabilities spurs sustainable competitive advantage and firm performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(2), 285–295.
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering*. UK.
- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2021). Artificial intelligence and business strategy towards digital transformation: A research agenda. *Sustainability*, 13(4), 2025.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1–15.
- Kraja, Y. B., & Osmani, E. (2015). Importance of external and internal environment in creation of competitive advantage to SMEs.(Case of SMEs, in the Northern Region of Albania). *European Scientific Journal*, 11(13).
- Kraus, S., Rigtering, J. P., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6(2), 161–182.
- Kumar, D. (2016). *Building sustainable competitive advantage: Through executive enterprise leadership*. Routledge.
- Leal-Rodríguez, A. L., Albort-Morant, G., & Martelo-Landroguez, S. (2017). Links between entrepreneurial culture, innovation, and performance: The moderating role of family firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13, 819–835.
- Lee, Y., & Lee, S. (2007). Capabilities, processes, and performance of knowledge management: a structural approach. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 17(1), 21–41.

- Li, Y., Liu, X., Wang, L., Li, M., & Guo, H. (2009). How entrepreneurial orientation moderates the effects of knowledge management on innovation. *Systems Research and Behavioral Science: The Official Journal of the International Federation for Systems Research*, 26(6), 645–660.
- Li, Y., Zhao, Y., Tan, J., & Liu, Y. (2008). Moderating effects of entrepreneurial orientation on market orientation-performance linkage: Evidence from Chinese small firms. *Journal of Small Business Management*, 46(1), 113–133.
- Liao, Y.-C., & Zhao, H. (2020). The moderating effect of entrepreneurship orientation on new product innovation performance. *International Journal of Business*, 25(2), 195–213.
- Lien, M.-C. (2020). *Entrepreneurial orientation and strategic renewal in the digital economy era from a dynamic capability perspective*.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907–933.
- Liu, C.-H. (2021). Creating competitive advantage through network ties, entrepreneurial orientation and intellectual capital. *Management Decision*, 59(9), 2238–2263.
- Liu, Y. (2013). Sustainable competitive advantage in turbulent business environments. *International Journal of Production Research*, 51(10), 2821–2841.
- Lukito-Budi, A. S., Manik, H. F. G. G., & Indarti, N. (2022). Reorienting the organisational strategy of SMEs during the COVID-19 crisis: can entrepreneurial orientation help? *Journal of Strategy and Management*.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1995). Simplicity as a strategy-making process: The effects of stage of organizational development and environment on performance. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1386–1407.
- Maatoofi, A. R., & Tajeddini, K. (2011). Effect of market orientation and entrepreneurial orientation on innovation evidence from auto parts manufacturing in Iran. *Journal of Management Research*, 11(1), 20–30.
- Majir, A., & Nasar, I. (2021). PENGARUH E-COMMERCE ERA INDUSTRI 4.0 DAN KESIAPAN MENYAMBUT REVOLUSI SOCIETY 5.0. *Sebatik*, 25(2), 530–536.
- Matt, D. T., & Rauch, E. (2020). SME 4.0: The role of small-and medium-sized enterprises in the digital transformation. In *Industry 4.0 for SMEs* (pp. 3–36). Palgrave Macmillan, Cham.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152.
- Merakati, I., Rusdarti, R., & Wahyono, W. (2017). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, orientasi kewirausahaan melalui keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran. *Journal of Economic Education*, 6(2), 114–123.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Mubarak, M. F., Shaikh, F. A., Mubarik, M., Samo, K. A., & Mastoi, S. (2019). The impact of digital transformation on business performance: A study of Pakistani SMEs. *Engineering Technology & Applied Science Research*, 9(6), 5056–5061.
- Mustafa, H., Rehman, K. U., Zaidi, S. A. R., & Iqbal, F. (2015). Studying the phenomenon of competitive advantage and differentiation: Market and entrepreneurial orientation perspective. *Journal of Business and Management Sciences*, 3(4), 111–117.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- NGUYEN, H., TRAN, T. H. M., NGUYEN, T. H. Y., & TRUONG, D. D. (2021). The Influence of Competitive Advantage on Financial Performance: A Case Study of SMEs in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 335–343.

- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.
- Nurlinda, & Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19 : Sebuah Kajian Literatur. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan 2020, December*, 161–175.
- Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., & Hasbullah, H. (2020). Impact on E-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of SMEs. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516–525.
- Pant, D. R., & Piansoongnern, O. (2017). Impact of corporate social responsibility on sustainable competitive advantage: A case study of leading noodle companies in Nepal. *International Journal of Social Sciences and Management*, 4(4), 275–283.
- Phiri, M. (2020). Exploring digital marketing resources, capabilities and market performance of small to medium agro-processors. A conceptual model. *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(2).
- Prabhu, J. J. (2020). Digitalization and Ecosystem Changes Global Entrepreneurship: A Systematic Review. *International Journal Of All Research Writings*, 1(11), 1–7.
- PRABOWO, H., SRIWIDADI, T., & IKHSAN, R. B. (2021). The influence of dynamic capability on sustainable competitive advantage: An empirical study of small businesses in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(6), 949–959.
- Purnomo, R. (2013). Resource-Based View dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan: Sebuah Telaah Kritis Terhadap Pemikiran Jay Barney (1991). *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 1(1).
- PURWANTO, H., RAHARDJO, S. T., & MAHFUDZ, M. (2021). PENGARUH STRATEGI INOVASI, ADOPTSI TEKNOLOGI INFORMASI, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Usaha Kecil dan Menengah Sektor Perdagangan Berbasis Online Di Pro. UNDIP: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Puspasari, E. L., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Dukungan Partner Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Makanan Dan Minuman Skala Kecil Dan Menengah Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 225–232.
- Rabbani, M. R., Hassan, M. K., Khan, S., & Moh'd Ali, M. A. (2021). Artificial intelligence and Natural language processing (NLP) based FinTech model of Zakat for poverty alleviation and sustainable development for Muslims in India. In *COVID-19 and Islamic Social Finance* (pp. 104–114). Routledge.
- Rafiq, M., Akbar, A., Maqbool, S., Sokolová, M., Haider, S. A., Naz, S., & Danish, S. M. (2022). Corporate risk tolerance and acceptability towards sustainable energy transition. *Energies*, 15(2), 459.
- Rambat, L., & Hamdani, A. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Rathee, R., & Rajain, P. (2017). Entrepreneurship in the digital era. *Asia Pacific Journal of Research in Business Management*, 8(6), 52–63.
- Rizos, V., Behrens, A., Van der Gaast, W., Hofman, E., Ioannou, A., Kafyeke, T., Flamos, A., Rinaldi, R., Papadelis, S., & Hirschnitz-Garbers, M. (2016). Implementation of circular economy business models by small and medium-sized enterprises (SMEs): Barriers and enablers. *Sustainability*, 8(11), 1212.
- Sahban, M. A., & Syahchari, D. H. (2019). Assessing the Entrepreneurial Orientation Model and Linking it with Entrepreneurial Inclination among Information Systems and Computer Science Students in Indonesia. *2019 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, 1, 165–170.
- Samad, S., Aziz, N. N. A., Jaidi, J., & Masoud, Y. A. H. (2016). Influence of organizational capability on competitive advantage in small and medium enterprises (SMEs). *International Business Management*, 10(18), 4163–4171.

- Santoso, B., Nijwah, I. S., Sulaiman, M., Akbar, T., & Umam, K. (2020). THE ROLE OF MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) TOWARD SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS) THROUGH ISLAMIC FINANCIAL INSTITUTIONS (IFIS). *CROSS BORDER SMEs*, 41.
- Sari, I. Y. (2016). *Pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja UKM Kota Makassar*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- SINAGA, A. H., Mangunwihardjo, S., & SUGIARTO, Y. (2016). *UPAYA PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ASET STRATEGIK DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Penelitian pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di bidang fashion Kota Semarang)*. Diponegoro University.
- Sriayudha, Y., Octavia, A., & Indrawijaya, S. (2020). Entrepreneurial Orientation and Market Orientation in Business Performance of SMEs: An Exploration of the Impact on E-Commerce Adoption. *8th International Conference of Entrepreneurship and Business Management Untar (ICEBM 2019)*, 158–163.
- Supriandi, S. (2022). *PENGARUH MODAL SOSIAL, KAPABILITAS FINANSIAL, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA SUKABUMI*. Nusa Putra.
- Syarifah, I., Mawardi, M. K., Sos, S., Iqbal, M., & Sos, S. (2020). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Human Capital Terhadap Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM*. Universitas Brawijaya.
- Takala, J., Liu, Y., Feng, B., & Yang, W. (2013). Analytical evaluation of sustainable competitive advantage. *IFAC Proceedings Volumes*, 46(9), 1240–1243.
- Teece, D. J. (2012). Dynamic capabilities: Routines versus entrepreneurial action. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1395–1401.
- Troise, C., Ben-Hafaiëdh, C., Tani, M., & Yablonsky, S. A. (2022). Guest editorial: New technologies and entrepreneurship: exploring entrepreneurial behavior in the digital transformation era. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1129–1137.
- Troise, C., Dana, L. P., Tani, M., & Lee, K. Y. (2022). Social media and entrepreneurship: exploring the impact of social media use of start-ups on their entrepreneurial orientation and opportunities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(1), 47–73.
- Turpin, A., & Shier, M. L. (2020). Social entrepreneurial orientation in human service organizations: A scoping review. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 44(2), 144–168.
- Udriyah, U., Tham, J., & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428.
- Usvita, M. (2015). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Intervening (Survey pada UKM Pangan Dinas Perindagtamben Kota Padang)*. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 3(1), 30–37.
- Wales, W., Gupta, V. K., Marino, L., & Shirokova, G. (2019). Entrepreneurial orientation: International, global and cross-cultural research. *International Small Business Journal*, 37(2), 95–104.
- Wang, X., Dass, M., Arnett, D. B., & Yu, X. (2020). Understanding firms' relative strategic emphases: An entrepreneurial orientation explanation. *Industrial Marketing Management*, 84, 151–164.
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Dimov, D. (2016). Entrepreneurship and psychological disorders: How ADHD can be productively harnessed. *Journal of Business Venturing Insights*, 6, 14–20.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307–1314.
- Wu, J., & Wu, Z. (2013). Firm capabilities and the performance in regional polarization. *Management Decision*.
- Wulandary, A., Burhanuddin, B., & Priatna, W. B. (2018). *Kinerja Wirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Pelaku Umkm Olahan Abon Ikan*. *Jurnal AGRISEP Kajian Masalah Sosial Ekonomi*

- Pertanian Dan Agribisnis*, 17(2), 129–138.
- Xia, Q., Xie, Y., Hu, S., & Song, J. (2022). Exploring how entrepreneurial orientation improve firm resilience in digital era: findings from sequential mediation and FsQCA. *European Journal of Innovation Management*, ahead-of-print.
- Xie, X., Zeng, S., Peng, Y., & Tam, C. (2013). What affects the innovation performance of small and medium-sized enterprises in China? *Innovation*, 15(3), 271–286.
- Yousaf, Z. (2021). Go for green: green innovation through green dynamic capabilities: accessing the mediating role of green practices and green value co-creation. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(39), 54863–54875.
- Youssef, A. Ben, Boubaker, S., Dedaj, B., & Carabregu-Vokshi, M. (2021). Digitalization of the economy and entrepreneurship intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 164, 120043.
- Yuliantari, N. P. Y., & Pramuki, N. M. W. A. (2022). The Role of Competitive Advantage in Mediating the Relationship Between Digital Transformation and MSME Performance in Bali. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 9(1), 66–75.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan daya saing UMKM Indonesia: Tantangan dan peluang pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15.
- Zamora Matute, C. E. (2012). *Antecedents of dynamic capabilities: the role of entrepreneurial orientation and intellectual capital*.
- Zhang, Xiao, Ma, X., & Wang, Y. (2012). Entrepreneurial orientation, social capital, and the internationalization of SMEs: Evidence from China. *Thunderbird International Business Review*, 54(2), 195–210.
- Zhang, Xu, Liu, Y., Geng, X., & Wei, D. (2022). The digital entrepreneurship era: how to motivate innovativeness in middle management teams? The vertical organisational pervasiveness of chief executive officer entrepreneurial orientation. *Frontiers in Psychology*, 13.