JUMABI Vol 6, (5), 2026, 364 - 369

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

E-ISSN: 2775 - 2615

Available online at:http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Jakarta Timur

Eva Regina Putri[1], Anisa Arizona Bandi[2]
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia
Email: evareginaputrie@gmail.com[1] , anisaarizona85@gmail.com[2],

Abstract.
This study aims to analyze the influence of E-Commerce and Entrepreneurial Orientation on the performance of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in East Jakarta. The rapid development of digital technology has encouraged MSMEs to utilize e-commerce as a marketing and transaction medium. However, differences in entrepreneurial orientation among business owners are considered to influence business performance. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 124 culinary MSME owners in East Jakarta. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The results indicate that E-Commerce has a positive and significant effect on MSME performance, as evidenced by a T-statistics value of 3.109 and a P-value of 0.002. Entrepreneurial Orientation also has a positive and significant effect on MSME performance, with a T-statistics value of 5.436 and a P-value of 0.000. Furthermore, E-Commerce and Entrepreneurial Orientation simultaneously influence MSME performance, with an R-Square value of 0.595, indicating that 59.5% of MSME performance variation can be explained by these two variables, while the remaining 40.5% is influenced by other factors outside the model. Entrepreneurial Orientation was found to be the dominant factor affecting MSME performance. Therefore, strengthening entrepreneurial orientation and optimizing e-commerce utilization are essential strategies to improve the performance and competitiveness of culinary MSMEs in East Jakarta.
Keywords: E-Commerce, Entrepreneurial Orientation, MSME Performance, Culinary MSMEs

Cronicle of Article:Received (11,10,2026); Revised (15,10,2026); and Published (28,10,2026)

©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Eva Regina Putri adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, *Corresponding Author*, anisaarizona85@gmail.com[2] ,

How to cite this article : Putri Regina E, Bandi Arizona A, “Pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur”. *adbispreneur* 6 (5),pp. 364 - 369 . Available at:https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Selain berkontribusi terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, pelaku UMKM dituntut untuk

mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis agar tetap mampu bersaing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Salah satu bentuk adaptasi yang banyak diterapkan oleh pelaku usaha saat ini adalah pemanfaatan e-commerce. E-commerce memberikan berbagai kemudahan bagi UMKM dalam melakukan aktivitas pemasaran, transaksi penjualan, serta menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Melalui berbagai platform digital seperti marketplace dan media sosial, pelaku UMKM dapat mempromosikan produknya secara lebih efektif dan efisien sehingga berpotensi meningkatkan kinerja usaha. Namun demikian, perkembangan e-commerce yang pesat tidak selalu diikuti oleh peningkatan kinerja seluruh UMKM secara merata. Beberapa pelaku usaha masih mengalami stagnasi penjualan meskipun telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya.

Selain faktor pemanfaatan teknologi digital, kinerja UMKM juga dipengaruhi oleh orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku usaha. Orientasi kewirausahaan mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi, mengambil risiko, bersikap proaktif, memiliki otonomi dalam pengambilan keputusan, serta mampu menghadapi persaingan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan kebutuhan pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan terhadap pelaku UMKM kuliner di Jakarta Timur, ditemukan bahwa masih terdapat pelaku usaha yang memiliki tingkat pemanfaatan e-commerce dan orientasi kewirausahaan yang berbeda-beda. Kondisi tersebut diduga menjadi salah satu penyebab belum optimalnya kinerja UMKM kuliner di wilayah Jakarta Timur. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur.

Tabel I.1
Perubahan Omset UMKM Kuliner dalam 12 Bulan Terakhir

No	Perubahan Omset	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Stagnan	5	50%
2	Meningkat 5-25%	4	40%
3	Meningkat drastis (>25%)	1	10%
	Total	10	100%

Sumber: Data pra-survei peneliti (2026)

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan gambaran empiris mengenai peran digitalisasi usaha atau e-commerce dan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha maupun pemerintah dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan.

LITERATUR REVIUW.

1. Adminsitrasi Bisnis

Administrasi bisnis merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian berbagai sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan bisnis secara efektif dan efisien. Administrasi bisnis berperan penting dalam membantu perusahaan maupun UMKM dalam mengelola aktivitas usaha agar mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing. Dalam konteks UMKM, administrasi bisnis menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan kemampuan kewirausahaan.

2. E-Commerce

Menurut Rainer dan Cegielski (2021), E-Commerce merupakan aktivitas transaksi bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet. Sejalan dengan pendapat tersebut, Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa e-commerce tidak hanya mencakup aktivitas transaksi, tetapi juga proses pemasaran digital, komunikasi pelanggan, dan pengelolaan hubungan pelanggan secara elektronik. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempermudah interaksi dengan konsumen. Menurut Rainer dan Cegielski dalam penelitian Enis Setiawati et al. (2021), indikator e-commerce meliputi aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa, serta sistem elektronik.

Penelitian Setiawati et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce mampu memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM, baik dari sisi keuangan maupun non-keuangan sehingga membantu pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan.

3. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan kecenderungan perilaku dan strategi perusahaan yang berorientasi pada inovasi, keberanian mengambil risiko, proaktif, agresivitas bersaing, dan otonomi dalam menjalankan usaha. Orientasi kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kemampuan UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

Penelitian Ratnasari dan Levyda (2021) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha

4. Kinerja UMKM

Armstrong dan Kotler (2021) menyatakan bahwa keberhasilan suatu usaha dapat tercermin dari kemampuannya menciptakan nilai bagi pelanggan sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan daya saing perusahaan. Kinerja UMKM merupakan tingkat keberhasilan usaha yang dicapai oleh pelaku bisnis dalam menjalankan aktivitas usahanya selama periode tertentu. Kinerja usaha dapat diukur melalui pencapaian target penjualan, pertumbuhan usaha, keunggulan bersaing, serta tingkat kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, pengukuran kinerja UMKM menggunakan tiga indikator utama yaitu pertumbuhan penjualan, keunggulan bersaing, dan kepuasan konsumen. Semakin tinggi pencapaian ketiga indikator tersebut, maka semakin baik pula kinerja UMKM yang dihasilkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antar variabel yang telah ditetapkan melalui analisis statistik.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner yang beroperasi di Jakarta Timur. Sampel penelitian berjumlah 124 responden yang merupakan pemilik atau pengelola UMKM kuliner. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM kuliner di Jakarta Timur. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin yang terdiri dari pilihan jawaban sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Variabel E-Commerce diukur menggunakan indikator aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa, serta sistem elektronik. Variabel Orientasi Kewirausahaan diukur menggunakan indikator inovasi, pengambilan risiko, proaktif, agresivitas persaingan, dan otonomi. Sementara itu, variabel Kinerja UMKM diukur melalui indikator pertumbuhan penjualan, keunggulan bersaing, dan kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja UMKM Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dengan nilai T-statistics sebesar 3,109 yang lebih besar dari 1,96 dan nilai P-values sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai path coefficient sebesar 0,296 menunjukkan arah hubungan positif antara kedua variabel.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin optimal pemanfaatan e-commerce oleh pelaku UMKM kuliner, maka semakin tinggi pula kinerja usaha yang dicapai. Melalui e-commerce, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen.

Berdasarkan kondisi empiris di lapangan, pelaku UMKM yang aktif memanfaatkan marketplace dan media sosial mampu menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan efisiensi operasional usaha. Namun demikian, nilai effect size sebesar 0,094 menunjukkan bahwa pengaruh E-Commerce masih tergolong kecil dibandingkan variabel lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alfatya dan Mariyanti (2024) yang menyatakan bahwa e-commerce memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan efisiensi operasional UMKM.

2. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Kuliner. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai T-statistics sebesar 5,436 dan nilai P-values sebesar 0,000. Nilai path coefficient sebesar 0,523 menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dalam penelitian ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam berinovasi, mengambil risiko, bersikap proaktif, dan menghadapi persaingan usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha.

Berdasarkan hasil observasi lapangan, pelaku UMKM yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan pasar, lebih kreatif dalam mengembangkan produk, serta lebih berani mengambil keputusan strategis untuk memperluas usaha. Kondisi tersebut berdampak pada peningkatan daya saing dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

3. Pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Kuliner. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 88,80 lebih besar dari F tabel sebesar 3,07 dengan tingkat signifikansi 0,000. Selain itu, nilai R-Square sebesar 0,595 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 59,5% variasi Kinerja UMKM Kuliner.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan kewirausahaan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya. Kombinasi antara penggunaan e-commerce yang efektif dan orientasi kewirausahaan yang kuat mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan bagi UMKM kuliner.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur. Hasil pengujian menunjukkan nilai T-statistics sebesar 3,109 lebih besar dari 1,96 dan nilai P-values sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Nilai path coefficient sebesar 0,296 menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan e-commerce oleh pelaku UMKM, maka semakin meningkat pula kinerja usahanya.
2. Orientasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur. Hasil pengujian menunjukkan nilai T-statistics sebesar 5,436 lebih besar dari 1,96 dan nilai P-values sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai path coefficient sebesar 0,523 menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Kinerja UMKM Kuliner.
3. E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Jakarta Timur. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 88,80 lebih besar dari F tabel sebesar 3,07 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,595 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan 59,5% variasi Kinerja UMKM Kuliner, sedangkan sisanya sebesar 40,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Secara keseluruhan, hasil penelitian membuktikan bahwa peningkatan kinerja UMKM kuliner tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan teknologi digital melalui e-commerce, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan kewirausahaan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan persaingan pasar.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM Kuliner, Pelaku UMKM kuliner di Jakarta Timur perlu meningkatkan pemanfaatan e-commerce secara lebih optimal, khususnya dalam penggunaan fitur promosi digital, marketplace, live shopping, dan pemasaran melalui media sosial. Optimalisasi penggunaan platform digital diharapkan dapat meningkatkan jumlah transaksi dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pelaku usaha juga perlu memperkuat orientasi kewirausahaan melalui peningkatan kemampuan inovasi, keberanian mengambil risiko yang terukur, serta kemampuan membaca peluang pasar. Penguatan karakter kewirausahaan akan membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.
2. Bagi Pemerintah dan Instansi Terkait, Pemerintah dan instansi terkait diharapkan dapat meningkatkan program pelatihan digitalisasi usaha, pendampingan bisnis, serta pengembangan kompetensi kewirausahaan bagi pelaku UMKM. Program tersebut dapat membantu UMKM meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan pasar.
3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya, Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kinerja UMKM, seperti literasi digital, inovasi produk, orientasi pasar, kualitas layanan, akses permodalan, maupun keunggulan bersaing. Selain itu, objek penelitian dapat diperluas pada sektor usaha dan wilayah yang berbeda sehingga menghasilkan temuan yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Alfatya, S., & Mariyanti, E. (2024). Peran E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan dalam Membangun Kinerja UMKM Kota Padang. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB), 3(1), 59–65.

Armstrong, G., & Kotler, P. (2021). Principles of Marketing (18th Global Edition). Pearson.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Sage Publications.

Ratnasari, K., & Levyda. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Perusahaan: Studi Kasus UMKM Pendukung Wisata Kuliner di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Rainer, R. K., & Cegielski, C. G. (2021). Introduction to Information Systems. Wiley.

Setiawati, E., et al. (2021). Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Indonesia.