

SKRIPSI
PENGARUH INOVASI, PENGAMBILAN RISIKO DAN
PROAKTIF TERHADAP ADOPSI *E-COMMERCE*
PADA UKM *FOOD & BEVERAGE* DI CIKARANG
DENGAN PENGETAHUAN MANAJEMEN SEBAGAI
MEDIATOR



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : ANGEL VANESSI

NPM : 115210001

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SKRIPSI
PENGARUH INOVASI, PENGAMBILAN RISIKO DAN
PROAKTIF TERHADAP ADOPSI *E-COMMERCE*
PADA UKM *FOOD & BEVERAGE* DI CIKARANG
DENGAN PENGETAHUAN MANAJEMEN SEBAGAI
MEDIATOR



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : ANGEL VANESSI

NPM : 115210001

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT



2024 FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Angel Vanessi
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210001
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : Jl. Palem kuning 1/26 , Taman Beverly, Lippo Cikarang
Telp. -
HP. 082124225398

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 28 November 2024



Angel Vanessi

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Angel Vanessi
NIM : 115210001
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Manajemen Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI, PENGAMBILAN
RISIKO DAN PROAKTIF TERHADAP
ADOPSI *E-COMMERCE* PADA UKM FOOD
& BEVERAGE DI CIKARANG DENGAN
PENGETAHUAN MANAJEMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIATOR

Jakarta, 27 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Angel Vanessi
NIM : 115210001
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI, PENGAMBILAN
RISIKO DAN PROAKTIF TERHADAP
ADOPSI *E-COMMERCE* PADA UKM *FOOD*
& *BEVERAGE* DI CIKARANG DENGAN
PENGETAHUAN MANAJEMEN SEBAGAI
VARIABEL MEDIATOR

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 12 November 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Khairina Natsir Dra., M.M.
2. Anggota Penguji : Sanny Ekawati S.E., M.M.
Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.

Jakarta, 9 Januari 2025
Pembimbing,



(Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E.)

ABSTRACT

- (A) ANGEL VANESSI (115210001)
- (B) *THE INFLUENCE OF INNOVATION, RISK-TAKING AND PROACTIVENESS ON E-COMMERCE ADOPTION IN FOOD & BEVERAGE SMES IN CIKARANG WITH MANAGEMENT KNOWLEDGE*
- (C) xvi + 98 pages + 2024 + 24 tables , 2 pictures, 11 attachments
- (D) *Entrepreneurial Management*
- (E) *Abstract: The purpose of this study is to analyze the influence of innovation, risk-taking and proactive on the adoption of e-commerce with management knowledge as a mediator. Sample determination by non-probability sampling method with purposive sampling. Data collection with a questionnaire that has been distributed by 73 respondents who own Food & Beverage SMEs in Cikarang. Data analyzer using SmartPLS 4.0 software. The results of the analysis showed the influence of innovation, proactive has a significant influence on e-commerce adoption but risk-taking is not significant to e-commerce adoption. Innovation, risk-taking and proactive have a significant influence on e-commerce adoption with management knowledge as mediator, resulting in partial mediators on innovation and proactive on e-commerce adoption with management knowledge as*
Keywords : innovation, risk-taking, proactiveness, knowledge management, adoption e-commerce
- (F) *Reference List : 82 (1975 - 2024)*
- (G) Ida Puspitowati, S.E., M.E.

ABSTRAK

- (A) ANGEL VANESSI (115210001)
- (B) PENGARUH INOVASI, PENGAMBILAN RISIKO DAN PROAKTIF TERHADAP ADOPSI *E-COMMERCE* PADA UKM *FOOD & BEVERAGE* DI CIKARANG DENGAN PENGETAHUAN MANAJEMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR
- (C) xvi + 98 halaman + 2024 + 24 tabel, 2 gambar, 11 lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Tujuan pada penelitian ini untuk menganalisis pada pengaruh inovasi, pengambilan risiko dan proaktif terhadap adopsi e-commerce dengan pengetahuan manajemen sebagai mediator. Penentuan sampel dengan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dengan kuisioner yang telah dibagikan 73 responden pemilik UKM *Food & Beverage* di Cikarang. Penganalisis data menggunakan software *SmartPLS 4.0*. Hasil analisis terdapat pengaruh inovasi, proaktif memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* tetapi pengambilan risiko tidak signifikan terhadap adopsi *e-commerce*. Inovasi, pengambilan risiko dan proaktif memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* dengan pengetahuan manajemen sebagai mediator menghasilkan partial mediator pada inovasi dan proaktif terhadap adopsi *e-commerce* dengan pengetahuan manajemen sebagai mediator serta *full* mediator pada pengambilan risiko terhadap adopsi *e-commerce* dengan pengetahuan manajemen sebagai mediator. Pengetahuan manajemen memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*..
- (F) Kata Kunci : inovasi, pengambilan risiko, proaktif, pengetahuan manajemen, adopsi *e-commerce*
- (G) Daftar Pustaka : 82 (1975 - 2024)
- (H) Ida Puspitowati, S.E., M.E.

HALAMAN MOTTO

“Sabarlah kamu seorang terhadap yang lain, dan ampunilah seorang akan yang lain apabila yang seorang menaruh dendam terhadap yang lain, sama seperti Tuhan telah mengampuni kamu, kamu perbuat jugalah demikian”

-Kolose 3:13-14-

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya penulisan ini saya persembahkan kepada Orang tua, Adik-Adik dan
Teman-teman yang saya cintai*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan anugerah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara.

Penulisan skripsi ini tidak mungkin dapat berjalan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Ida Puspitowati, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan seluruh waktunya untuk memeriksa skripsi ini, memberikan arahan dan juga bimbingan agar penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan juga staf pengajar Universitas Tarumanagara, yang telah membimbing, memberikan seluruh ilmu dan juga pengajarannya kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Para staf administrasi dan staf perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, yang telah membantu penulis dalam prosesnya mencari sumber-sumber ilmu melalui buku-buku yang ada di perpustakaan selama penulis menuntut ilmu di Universitas Tarumanagara, sehingga dengan pelayanan dan bantuan dari pihak perpustakaan, maka skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Orang tua dan adik-adik tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan moral, serta kasih yang tak terhingga dalam setiap langkah yang penulis jalani.

7. Kepada Franciscus Asisi Agung Dwi Prasetyo, Angelica Melkin dan Vanessa Desyca Cadine yang selalu setia dalam mendukung dari segala sisi dan bersedia mendukung secara rohani maupun jasmani.
8. Kepada Fiona Agustian yang telah menjadi teman bimbingan dalam suka dan duka untuk menyelesaikan proses skripsi ini.
9. Kepada Marcelly Willinna yang telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan proses skripsi dengan lancar dan sama-sama untuk berproses menjadi pribadi yang lebih baik selama beberapa semester ini.
10. Kepada Melly Jessica yang telah senantiasa sabar dalam mengajarkan segalanya dan memberi ilmu pengetahuan selama beberapa semester ini.
11. Kepada Jonathan Putra, Justin Caestillo, Charles Setiawan dan Stanley Laurent dalam menemani proses skripsi dan menemani selama masa kuliah ini.
12. Seluruh pihak dan juga orang-orang yang tidak bisa penulis sebutkan, terimakasih banyak untuk kalian yang selama ini ikut membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 5 Desember 2024



Angel Vanessi

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PEMBAHASAN	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Identifikasi Masalah.....	4
3. Batasan Masalah	5
4. Rumusan Masalah.....	5
B. TUJUAN DAN MANFAAT	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori	9
B. Definisi Konseptual Variabel	10
1. Inovasi.....	10
2. Pengambilan Risiko	10
3. Proaktif.....	11
4. Pengetahuan Manajemen	11

5. Adopsi <i>E-commerce</i>	12
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	12
1. Inovasi dan Adopsi <i>E-commerce</i>	12
2. Pengambilan Risiko dan Adopsi <i>E-commerce</i>	13
3. Proaktif dan Adopsi <i>E-commerce</i>	13
4. Inovasi dan Pengetahuan Manajemen.....	14
5. Pengambilan Risiko dan Pengetahuan Manajemen	14
6. Proaktif dan Pengetahuan Manajemen	15
7. Inovasi, Pengetahuan Manajemen dan Adopsi <i>E-commerce</i>	15
8. Pengambilan Risiko, Pengetahuan Manajemen dan Adopsi <i>E-commerce</i> .	16
9. Proaktif, Pengetahuan Manajemen dan Adopsi <i>E-commerce</i>	17
10. Pengetahuan Manajemen dan Adopsi <i>E-commerce</i>	17
D. Penelitian Yang Relevan	18
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian.....	24
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel.....	24
1. Populasi.....	24
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	24
3. Ukuran Sampel	25
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	25
1. Inovasi.....	25
2. Pengambilan Risiko	26
3. Proaktif.....	27
4. Pengetahuan Manajemen	28
5. Adopsi <i>E-commerce</i>	29
D. Analisis Validitas dan Realibilitas	30
1. Uji Validitas	31
2. Uji Realibilitas	34
E. Analisis Data	35
1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	35

2. Analisis <i>Effect Size</i> (<i>F-square</i>)	36
3. Analisis <i>Predictive Relevance</i> (<i>Q-square</i>)	36
4. Analisis <i>Path Coefficients</i>	36
5. Analisis <i>Goodness of Fit</i>	36
F. Pengujian Hipotesis Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Deskripsi Subjek Penelitian	38
B. Deskripsi Obyek Penelitian.....	40
C. Hasil Analisis Data.....	46
D. Pembahasan.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan dan Saran	58
1. Keterbatasan Masalah	58
2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	70
RIWAYAT HIDUP	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	22
Gambar 3. 1 Hasil Validitas Konvergen.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Literature Riview</i>	18
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Inovasi.....	26
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Pengambilan Risiko.....	26
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Proaktif	27
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Pengetahuan Manajemen.....	28
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Adopsi <i>E-commerce</i>	29
Tabel 3. 6 Hasil Uji Outer Loadings.....	31
Tabel 3. 7 Hasil Uji <i>Average Variancre Extracted</i>	32
Tabel 3. 8 Hasil Uji Cross Loadings.....	34
Tabel 3. 9 Hasil Uji Realibilitas.....	35
Tabel 4. 1 Hasil Lama Berdiri Usaha.....	38
Tabel 4. 2 Hasil Rata-Rata Pendapatan Perbulan	39
Tabel 4. 3 Hasil Jenis Usaha	39
Tabel 4. 4 Hasil Penggunaan <i>E-commerce</i>	40
Tabel 4. 5 Hasil Responden Pada Variabel Inovasi.....	41
Tabel 4. 6 Hasil Responden Pada Variabel Pengambilan Risiko	42
Tabel 4. 7 Hasil Responden Pada Variabel Pengambilan Risiko	43
Tabel 4. 8 Hasil Responden Pada Variabel Pengetahuan Manajemen	44
Tabel 4. 9 Hasil Responden Pada Variabel Adopsi <i>E-commerce</i>	45
Tabel 4. 10 Hasil Koefisien Determinasi	46
Tabel 4. 11 Hasil Effect Size (f-square)	47
Tabel 4. 12 Hasil Predictive Relevance (Q-square).....	48
Tabel 4. 13 Hasil Path Coefficients	48
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis Pada Bootstrapping	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	70
Lampiran 2. Hasil Data Kuisioner	74
Lampiran 3. Hasil Uji <i>SmartPLS Algorithm</i>	76
Lampiran 4. Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	77
Lampiran 5. Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)</i>	77
Lampiran 6. Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	78
Lampiran 7. Hasil Uji <i>R-square</i>	78
Lampiran 8. Hasil Uji <i>Effect Size</i>	79
Lampiran 9. Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i>	79
Lampiran 10. Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	79
Lampiran 11. Hasil Uji Mediasi	79

BAB I

PENDAHULUAN

A. PEMBAHASAN

1. Latar Belakang

Di era digital ini, perkembangan teknologi telah berkembang pada perubahan yang relevan terutama pada bidang digital dengan perubahan secara signifikan dalam berbagai bidang industri, terutama pada bagian Usaha Kecil dan Menengah (UKM), khususnya bidang industri makanan dan minuman (*Food & Beverage*). Salah satu perubahan yang berdampak merupakan pengadopsian *e-commerce*, yang sangat memungkinkan UKM untuk memperluas bisnis tersebut dengan meningkatkan efisiensi operasional dan mengembangkan proses bisnis.

Pada perkembangan teknologi, *e-commerce* telah menjadi salah satu saluran dalam distribusi utama yang dapat mengintegrasikan sistem daring dalam proses bisnis. Penggunaan internet yang semakin luas dan penggunaan ponsel serta peningkatan pada kesadaran digital masyarakat dalam mendorong pelaku UKM untuk mengadopsi *e-commerce* sebagai bentuk strategi bisnis para pelaku UKM. Menurut Nambisan *et al.* (2019), menyebutkan teknologi digital, termasuk pada platform *e-commerce*, dengan mengubah strategi UKM untuk menjalankan operasi bisnis, terutama pada menjangkau pelanggan, peningkatan efisiensi distribusi serta dalam menciptakan model bisnis yang lebih menyesuaikan. UKM *food & beverage* dengan memanfaatkan platform *e-commerce* diharapkan dapat melakukan peningkatan penjualan dan menambah jangkauan pasar, mengingat juga terdapat kemudahan akses bagi para konsumen dan potensi pada ekspansi geografis yang lebih luas. Namun, tantangan utama dalam pengadopsian *e-commerce* pada keterbatasan dalam pengetahuan teknologi, sumber daya manusia serta kesadaran dengan manfaat yang strategis dari penggunaan teknologi *e-commerce* ini (Firdausi *et al.*, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lumpkin dan Dess (1996), dimensi orientasi kewirausahaan, seperti inovasi, keberanian mengambil risiko, dan proaktivitas, memainkan peran signifikan dalam menentukan bagaimana perusahaan merespons peluang pasar baru dan tantangan yang dihadapi, termasuk dalam penerapan teknologi digital seperti *e-commerce*.

Terdapat tiga dimensi orientasi kewirausahaan (Lumpkin dan Dess, 1996), pertama inovasi dianggap sebagai kemampuan perusahaan untuk memperkenalkan ide, produk, dan proses baru yang lebih baik (Whidya *et al.*, 2021). Pada UKM *food & beverage*, inovasi sangat penting dalam pengembangan produk baru dan diferensiasi produk untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki budaya inovasi cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi baru seperti *e-commerce* (Zhu *et al.*, 2012).

Kedua, keberanian mengambil risiko (*risk-taking*) juga merupakan elemen penting dalam orientasi kewirausahaan. Keberanian mengambil risiko (*risk-taking*) juga merupakan elemen penting dalam orientasi kewirausahaan. Pengambilan risiko juga memerlukan keberanian dan komitmen pada perhitungan di UKM (Ephelia & Puspitowati, 2022). Risiko yang dihadapi UKM dalam mengadopsi *e-commerce* meliputi risiko keuangan, operasional, dan teknologi. Risiko yang dihadapi UKM dalam mengadopsi *e-commerce* meliputi risiko keuangan, operasional, dan teknologi (Brettel, *et al.*, 2015). Perusahaan yang berani mengambil risiko lebih mungkin untuk berinvestasi dalam teknologi baru meskipun ada ketidakpastian mengenai hasil akhirnya. Penelitian yang dilakukan oleh Kraus *et al.* (2019) menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko berkorelasi positif dengan keberhasilan adopsi teknologi baru dalam perusahaan kecil dan menengah. Pengambilan risiko adalah elemen penting dalam keputusan untuk berinvestasi dalam teknologi baru (Khairiyah, 2024). Namun, menurut Dess & Lumpkin (2005), UKM yang bersedia mengambil risiko memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan keuntungan dari penggunaan teknologi digital, termasuk *e-commerce*.

UKM yang telah memiliki keberanian dalam pengambilan keputusan sangat berisiko cenderung dapat lebih cepat mengadopsi teknologi baru yang baru diluncurkan daripada dengan para UKM yang menghindari risiko (Clohessy & Acton, 2019).

Selanjutnya, sikap proaktif adalah sikap inisiatif para pelaku bisnis untuk dapat secara aktif pencarian peluang dalam pengantisipasi perubahan pasar. Pada konteks pengadopsian *e-commerce*, sikap proaktif mewakili keinginan para UKM untuk selalu di depan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen. Sikap proaktif dapat menjadi panutan untuk seseorang dalam mengambil peluang dengan visi yang jelas dan memikirkan yang didapat (Wilson & Puspitowati, 2022). Sikap ini juga dapat membuat UKM, tidak hanya merespons tren pasar tetapi juga ikut menciptakan tren terbaru dalam penggunaan teknologi digital. Lumpkin & Dess (1996) menjelaskan para pelaku UKM yang memiliki sikap proaktif lebih mungkin untuk mengidentifikasi perkembangan pasar melalui peran inovasi dan juga pengambilan risiko yang strategis dalam mendukung perkembangan pasar. Proaktif sendiri merupakan kemampuan para pelaku dalam mengantisipasi kebutuhan masyarakat dan tren pasar sebelum pesaing lain melakukannya. Proaktif memungkinkan UKM *food & beverage* untuk sebagai pemain awal dalam pengadopsian *e-commerce*, sehingga dengan memperoleh keuntungan kompetitif dalam hal pengembangan pasar digital. Penelitian dari Miller (2022) menjelaskan bahwa para pelaku bisnis yang memiliki sikap proaktif mungkin lebih siap mengadopsi teknologi baru seperti *e-commerce* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan performa bisnisnya. Sikap proaktif sendiri inisiatif perusahaan untuk secara aktif mencari peluang dan mengantisipasi perubahan pasar. Dalam konteks adopsi *e-commerce*, sikap proaktif mencerminkan keinginan UKM untuk selalu berada di depan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen. Sikap ini memungkinkan UKM untuk tidak hanya merespons tren pasar, tetapi juga menciptakan tren baru melalui penggunaan teknologi

digital. Lumpkin & Dess (1996) juga menjelaskan para pelaku bisnis yang memiliki sikap proaktif lebih memungkinkan untuk identifikasi peluang pasar melalui inovasi dan pengambilan risiko secara strategis.

Pada kenyataannya, adopsi *e-commerce* tidak hanya bergantung pada faktor-faktor tersebut. *Knowledge management* atau pengetahuan manajemen menjadi faktor mediasi yang penting dalam proses ini (Zhou & Wang, 2010). Pengetahuan manajemen mengacu pada proses pengelolaan informasi dan pengalaman yang relevan, baik dari internal perusahaan maupun eksternal, yang dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi untuk mengadopsi teknologi baru (Alavi & Leidner, 2001). Dalam konteks ini, pengetahuan manajemen dapat membantu UKM *food & beverage* untuk lebih memahami manfaat, tantangan, dan strategi implementasi *e-commerce*. Penelitian dari Wong *et al.* (2021) menjelaskan pengetahuan manajemen yang baik dalam membantu memproses adopsi teknologi dengan mengintegrasikan pengetahuan dan pengalaman karyawan ke dalam proses pengambilan keputusan yang lebih terstruktur dan informatif.

Dengan semakin meningkatnya persaingan di industri *food & beverage*, UKM perlu menggabungkan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan proaktivitas dalam orientasi kewirausahaan mereka, serta mengelola pengetahuan yang mereka miliki untuk memastikan adopsi *e-commerce* yang sukses.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang tersebut, maka skripsi ini berjudul **“Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko dan Proaktif Terhadap UKM *Food & Beverage* di Cikarang Dengan Pengetahuan Manajemen Sebagai Mediasi”**

2. Identifikasi Masalah

- a. Keterbatasan penggunaan teknologi *e-commerce*, sumber daya manusia dan kesadaran dalam pemanfaatan penggunaan teknologi.
- b. Inovasi dapat meningkatkan usaha dengan penggunaan adopsi *e-commerce*.

- c. Perubahan pemakaian teknologi informasi yang semakin maju.
- d. Pengambilan risiko dapat meningkatkan usaha terhadap penggunaan adopsi *e-commerce*.
- e. Tantangan dalam pengambilan risiko untuk meningkatkan penjualan dan jangkauan pasar.
- f. Proaktif dapat meningkatkan usaha terhadap penggunaan adopsi *e-commerce*.
- g. Penggunaan inovasi terhadap penggunaan *e-commerce* dapat bersaing di pasar UKM *food & beverage*.
- h. UKM sering kali kurang memiliki sikap proaktif untuk secara aktif mencari peluang dan menghadapi perubahan pasar.
- i. Minimnya penggunaan pengetahuan manajemen dapat menjadi mediator adopsi *e-commerce*.

3. Batasan Masalah

Pembatasan permasalahan terbentuk dari identifikasi masalah dengan pengkajian lebih tertuju terhadap permasalahan yang dipecahkan. Penelitian ini terfokuskan pada :

- a. Pada subjek penelitian ini adalah pemilik UKM *food & beverage* di Cikarang.
- b. Batasan variabel independen pada skripsi yaitu inovasi, pengambilan risiko dan proaktif kemudian dengan variabel dependen yaitu adopsi *e-commerce* serta dengan variabel mediasi yaitu pengetahuan manajemen. Adopsi *e-commerce* pada UKM bergantung terhadap teknologi dan penerimaan ide baru dari pemilik maupun manajer usaha. Faktor adopsi ini menjadi sangat penting karena berdampak terhadap perkembangan dan persaingan para era digital.

4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada skripsi ini mencakup pada :

- a. Apakah inovasi berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang?

- b. Apakah inovasi berpengaruh terhadap pengetahuan manajemen pada UKM *food & beverage* di Cikarang?
- c. Apakah pengambilan risiko berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang?
- d. Apakah pengambilan risiko berpengaruh terhadap pengetahuan manajemen pada UKM *food & beverage* di Cikarang?
- e. Apakah proaktif berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang?
- f. Apakah proaktif berpengaruh terhadap pengetahuan manajemen pada UKM *food & beverage* di Cikarang?
- g. Apakah pengetahuan manajemen berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang?
- h. Apakah inovasi berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang melalui pengetahuan manajemen?
- i. Apakah pengambilan risiko berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang melalui pengetahuan manajemen?
- j. Apakah proaktif berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang melalui pengetahuan manajemen?

B. TUJUAN DAN MANFAAT

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan, tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang.
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap pengetahuan manajemen pada UKM *food & beverage* di Cikarang.

- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengambilan risiko terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang.
- d. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengambilan risiko terhadap pengetahuan manajemen pada UKM *food & beverage* di Cikarang.
- e. Untuk menguji secara empiris pengaruh proaktif terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang.
- f. Untuk menguji secara empiris pengaruh proaktif terhadap pengetahuan manajemen pada UKM *food & beverage* di Cikarang
- g. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi, pengambilan risiko dan proaktif terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang melalui pengetahuan manajemen.
- h. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengambilan risiko terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang melalui pengetahuan manajemen.
- i. Untuk menguji secara empiris pengaruh proaktif terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang melalui pengetahuan manajemen.
- j. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengetahuan manajemen terhadap adopsi *e-commerce* pada UKM *food & beverage* di Cikarang.

2. Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana inovasi, pengambilan risiko dan proaktif mempengaruhi adopsi *e-commerce*. Penelitian ini akan memperkaya literatur di bidang kewirausahaan, khususnya mengenai pengaruh inovasi, pengambilan risiko dan proaktif terhadap adopsi *e-commerce*. Dengan memasukkan pengetahuan manajemen sebagai variabel mediasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana pengetahuan manajemen memediasi hubungan antara inovasi,

pengambilan risiko, proaktif, adopsi *e-commerce* dan pengetahuan manajemen. Hal ini dapat memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor kunci yang berkontribusi terhadap adopsi *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abebe, M. (2014), "Electronic commerce adoption, entrepreneurial orientation and small- and medium-sized enterprise (SME) performance", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 21 No. 1, pp. 100-116. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2013-0145>.
- Adam, S., Mahadi, B., Panatik, S.A. and Rahman, A. (2018), "The mediating role of knowledge management in e-Business in Malaysia", *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, Vol. 13 No. 2, pp. 1-25. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/29558>.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). "Review: Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations and Research Issues". *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136. <https://doi.org/10.2307/3250961>
- Andreeva, T. and Kianto, A. (2012), "Does knowledge management really matter? Linking knowledge management practices, competitiveness and economic performance", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 16 No. 4, pp. 617-636. <https://doi.org/10.1108/13673271211246185>
- Asir, M., Yuniawati, R. A., Mere, K., Sukardi, K., & Anwar, M. A. (2023). Peran manajemen risiko dalam meningkatkan kinerja perusahaan: studi manajemen sumber daya manusia. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 32-42.
- Arifin, Z. (2017). Metodologi penelitian pendidikan. Surabaya: *Lentera Cendekia*
- Basuki, B. (2016). Pengaruh Praktik Sumber Daya Manusia Strategik Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Organisasi. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2). <http://dx.doi.org/10.31602/al-kalam.v2i2.510>
- Bernard, H. R. (2002). Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches (3rd ed.). *Walnut Creek, CA: Alta Mira Press*.

- Bouncken, R.B., Kraus, S. & Roig-Tierno, N. Knowledge- and innovation-based business models for future growth: digitalized business models and portfolio considerations. *Rev Manag Sci* 15, 1–14 (2021).
<https://doi.org/10.1007/s11846-019-00366-z>
- Brettel, M., Chomik, C., & Flatten, T. C. (2015). "How Organizational Culture Influences Innovativeness, Proactiveness, and Risk-Taking: Fostering Entrepreneurial Orientation in SMEs". *Journal of Business Research*, 68(5), 1094-1104. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12108>
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2011). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). New York: *Routledge*.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). *Routledge*
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3-18. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>.
- Clohessy, T. and Acton, T. (2019), "Investigating the influence of organizational factors on blockchain adoption: An innovation theory perspective", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 119 No. 7, pp. 1457-1491. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2018-0365>
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, 44(3), 974-1005. <https://doi.org/10.1177/014920630002600304>
- Creswell, J.W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. *SAGE Publications*
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154-1191. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x>.

- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
<https://doi.org/10.5465/ame.2005.15841975>.
- Dierickx, I., & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35(12), 1504-1511.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.35.12.1504>.
- Donate, M. J., & de Pablo, J. D. S. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of Business Research*, 68(2), 360-370.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.022>.
- Ellitan, L., & Muljani, N. (2019). The impact of knowledge management, technology readiness and external environment on the extent of E-business adoption. *International Journal of Research Culture Society*, 3(11), 63-69
- Ephelia, G. R., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Fokus Pelanggan, Respon Pelanggan, Proaktif, Inovasi dan Pengambilan Resiko terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(3), 712-720.
[10.24912/jmk.v4i3.19765](https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19765)
- Faridi, M. R., & Ali, S. (2020). The impact of risk-taking on e-commerce adoption: A study on SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(3), 198-208.
- Firdausi, M. I., Rohmah, S., & Sofyan, N. H. (2023). Peranan E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikrokecil Dan Menengah (Umkm) Di Desa Sumurjomblangbogo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(4), 3600-3605. Retrieved from <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1840>.

- Foropon, C., & McLoughlin, D. (2017). Managing knowledge in risky environments: The role of knowledge management in risk-taking firms. *Knowledge Management Research & Practice*, 15(2), 186-197
- Garson, G. D. (2016). Partial least squares: Regression and structural equation models. *Statistical Associates Publishing*.
- Ghozali (2014). Structural equation modeling, metode alternatif dengan partial least square (PLS). Edisi 4. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares: Konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 (2nd ed.). Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic Management Journal*, 17(S2), 109-122
- Gupta, V.K., Niranjana, S., Goktan, B.A. and Eriskon, J. (2016), "Individual entrepreneurial orientation role in shaping reactions to new technologies", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 12 No. 4, pp. 935-961. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0373-4>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). Multivariate data analysis (7th ed.). *Pearson*.
- Helfat, C. E., et al. (2007). Dynamic Capabilities: Understanding Strategic Change in Organizations. *Blackwell Publishing*
- Hernández-Linares, R., Kellermanns, F. W., & López-Fernández, M. C. (2021). Dynamic capabilities and SME performance: The role of innovation and e-commerce. *Journal of Business Research*, 125, 157-169. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12474>.
- Hislop, D., Bosua, R., & Helms, R. (2018). Knowledge Management in Organizations: A Critical Introduction. *Oxford University Press*.

- Holami, R., & Shahin, A. (2018). Risk-taking and knowledge management as determinants of innovation performance. *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1), 42-50.
- Khairiyah, I. (2024). Integrasi Teknologi Canggih Dalam Investasi : Cara Meningkatkan Keuntungan Dan Mengelola Risiko Dengan Efektif. *Investi: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 587–600.
<https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.187>.
- Hughes, M. and Morgan, R.E. (2007), “Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 36 No. 5, pp. 651-661, doi: 10.1016/j.indmarman.2006.04.00
- Jerez-Gómez, P., Céspedes-Lorente, J., & Valle-Cabrera, R. (2018). Knowledge management, proactiveness, and technology adoption: Exploring the dynamics in e-commerce. *Journal of Business Research*, 95, 361-373.
- Kraus, S., Ribeiro-Soriano, D., & Schüssler, M. (2019). Fuzzy-set qualitative comparative analysis (fsQCA) and sustainable entrepreneurship: a configurational approach. *Journal of Cleaner Production*, 226, 1198-1212
- Laudon, K. C. & Traver, C. G. (2012). E-commerce 2012 (business, technology, society) Eight editions. *Pearson*.
- Lestari, S. D., MUHDALIHA, E., & Putra, A. H. P. K. (2020). E-commerce performance based on knowledge management and organizational innovativeness. *Journal of Distribution Science*, 18(2), 49-58
- Lin, C.-C., Wu, H.-Y. and Chang, Y.-F. (2011) The Critical Factors Impact on Online Customer Satisfaction. *Procedia Computer Science*, 3, 276-281.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2010.12.047>
- Lin, Tung-Ching. (2015). The role of organizational culture in the knowledge management process. *Journal of Knowledge Management*. 19.
10.1108/JKM-08-2014-0353.

- Limthongchai, P., & Speece, M. (2003). The effect of perceived characteristics of innovation on e-commerce adoption by SMEs in Thailand. *In Proceedings of the Seventh International Conference on Global Business and Economic Development*, Bangkok, Thailand. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2565392>
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Madhoushi, M., Sadati, A., Delavari, H., Mehdivand, M. and Mihandost, R. (2011), "Entrepreneurial orientation and innovation performance: the mediating role of knowledge management", *Asian Journal of Business Management*, Vol. 3 No. 4, pp. 310-316.
- Matos, F., & Lopes, E. (2019). The role of knowledge management in mediating proactiveness and e-commerce adoption in SMEs. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4(3), 179-187
- Miller, D. (2022). Proactiveness as a dimension of entrepreneurial orientation: A comprehensive review. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 16(2), 354-370
- Miller, K. D. (2019). Risk and rationality in entrepreneurial processes. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(1), 60-80
- Moshonsky, M., Serenko, A., & Bontis, N. (2019). Practical relevance of management research: The role of doctoral program graduates. In *Effective knowledge management systems in modern society. IGI Global*. pp. 236-265. 10.4018/978-1-5225-5427-1.ch012.
- Muniarti, T. (2013). Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 15(1), 23-34.
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2019). The digital transformation of innovation and entrepreneurship: Progress, challenges and key themes.

- Research Policy*, 48(8), 103773.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2019.03.018>.
- Nasution, M.D.T.P., Rafiki, A., Lubis, A. and Rossanty, Y. (2021), "Entrepreneurial orientation, knowledge management, dynamic capabilities towards e-commerce adoption of SMEs in Indonesia", *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 12 No. 2, pp. 256-282.
<https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2020-0060>.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2019). *The Wise Company: How Companies Create Continuous Innovation*. Oxford University Press.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- OECD. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*
- Oliveira, T., & Martins, M. F. (2019). Literature review of information technology adoption models at firm level. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 16(1), 110-121
- Park, J., Lee, D., & Ahn, J. (2004). Risk-Focused E-Commerce Adoption Model: A Cross-Country Study. *Journal of Global Information Technology Management*, 7(2), 6–30. doi:10.1080/1097198x.2004.1085637
- Parker, S. K., & Wang, Y. (2015). Helping people proactively. *Academy of Management Journal*, 58(3), 947-971.
- Praditya, R. A. (2022). Adopsi E-Commerce dari Usaha Kecil dan Menengah Selama Pandemi COVID-19. *International Journal of Social, Policy and Law*, 3(2), 6-10.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891
- Rusdiana. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Pustaka.

- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Saffu, K., Walker, J. H., & Hinson, R. (2008). Strategic value and electronic commerce adoption among small and medium-sized enterprises in a transitional economy. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(6), 395-404
- Salah, O. H., & Ayyash, M. M. (2024). E-commerce adoption by SMEs and its effect on marketing performance: An extended of TOE framework with ai integration, innovation culture, and customer tech-savviness. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(1), 100183.
- Schilling, M. A. (2017). *Strategic Management of Technological Innovation*. McGraw-Hill Education.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John wiley & sons.
- Serenko, A., & Bontis, N. (2019). Global ranking of knowledge management and intellectual capital academic journals: 2019 update. *Journal of Knowledge Management*, 23(8), 1496-1505
- Siagian, G. S., & Ikatrinasari, Z. F. (2019). Pengaruh manajemen pengetahuan terhadap inovasi: kasus industri IT di Indonesia. *Operations Excellence*, 11(1), 71-80.
- Sintaasih, D. (2011), "Knowledge management dan peran strategic partner sumber daya manusia: Pengaruhnya terhadap perencanaan strategik dan kinerja organisasi (studi pada rumah sakit Di Bali)", *Disertasi, Fakultas Ekonomi and Bisnis, Universitas Brawijaya Malang*.
- Sitkin, S. B., & Weingart, L. R. (2017). Determinants of risky decision-making behavior: A test of the mediating role of risk perceptions and propensity. *Academy of Management Journal*, 60(3), 144-163.
<https://doi.org/10.5465/256844>.

- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: *Alfabeta*.
- Susetyo, B., & Lestari, S. A. (2014). Pengaruh keberanian mengambil risiko terhadap niat berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(10), 5377–5405.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350
- Vidal, Joaquín & Sengupta, Kishore & Lapiedra, Rafael. (2013). Knowledge management and innovation performance in a high-tech SMEs industry. *International Small Business Journal*. 31. 454-470. 10.1177/0266242611417472.
- Vough, H. C., Bindl, U. K., & Parker, S. K. (2017). Proactivity routines: The role of social processes in how employees self-initiate change. *Human Relations*, 70(10), 1191-1216. <https://doi.org/10.1177/0018726716686819>
- Whidya. U, Christina, Tambunan, D & Padmalia, M. (2021). Analysis of Innovation, Proactive, and Risk Taking as Presentations of Entrepreneurial Orientation towards Business Success of Second and Third Generation Family Business in Indonesia. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*. 10. 10.37715/jee.v10i1.1553.
- Wilson, H., & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko, Proaktif, Otonomi dan Agresivitas Bersaing terhadap Kinerja UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 115-123. 10.24912/jmk.v4i1.17174.
- Wong, K.Y., Rahman, M.N.A., & Nadarajah, D. (2021). Knowledge management practices in small and medium enterprises: A systematic review. *Journal of Knowledge Management*, 25(2), 355-375.

- Wong, P. K., & Aspinwall, E. (2016). The impact of risk-taking on knowledge management processes in firms. *International Journal of Information Management*, 36(5), 569-578.
- Yeh, C., Lee, G. and Pai, J. (2012), "How information system capability affects e-business information technology strategy implementation: an empirical study in Taiwan", *Business Process Management Journal*, Vol. 18 No. 2, pp. 197-218.
- Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). "Integrating TTF and UTAUT to Explain Mobile Banking User Adoption". *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760-767.
- Zhu, B., & Ahamat, H. (2023). The Role of E-commerce Adoption in Enhancing Regulatory Compliance in Information Systems of Foreign Investment Management in Malaysia - A Moderating Effect of Innovation Management. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 8(3), 21797. <https://doi.org/10.55267/iadt.07.13611>
- Zhu, Y., Wittmann, X., & Peng, M. W. (2012). Institution-based barriers to innovation in SMEs in China. *Asia Pacific Journal of Management*, 29, 1131-1142. <https://doi.org/10.1007/s10490-011-9263-7>.