

SKRIPSI

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *ENTREPRENEURIAL*
MINDSET TERHADAP DAYA SAING WIRAUSAHA
KOMPUTER RAKITAN JAKARTA UTARA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA : Hellen Halim Putri

NPM : 115210045

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH *E-COMMERCE* DAN *ENTREPRENEURIAL*
MINDSET TERHADAP DAYA SAING WIRAUSAHA
KOMPUTER RAKITAN JAKARTA UTARA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA : Hellen Halim Putri

NPM : 115210045

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Hellen Halim Putri

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210045

Program Studi : Manajemen Bisnis



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, 16 November 2024



HELLEN HALIM PUTRI

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.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : HELLEN HALIM PUTRI
NIM : 115210045
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *E-COMMERCE* DAN
ENTREPRENEURIAL MINDSET TERHADAP
DAYA SAING WIRAUSAHA KOMPUTER
RAKITAN JAKARTA UTARA

Jakarta, 15 November 2024
Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : HELLEN HALIM PUTRI
NIM : 115210045
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *E-COMMERCE* DAN
ENTREPRENEURIAL MINDSET TERHADAP
DAYA SAING WIRAUSAHA KOMPUTER
RAKITAN JAKARTA UTARA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : Arifin Djaka Saputra, S.Kom, S.E., M.Si
Nur Hidayah, S.E., M.M.

Jakarta, 30 Desember 2024

Pembimbing,



(Nur Hidayah, S.E., M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

- (A) HELLEN HALIM PUTRI (115210045)
- (B) PENGARUH E-COMMERCE DAN ENTREPRENEURIAL MINDSET
TERHADAP DAYA SAING WIRAUSAHA KOMPUTER RAKITAN
JAKARTA UTARA
- (C) XVII + 61 halaman; 24 tabel; 8 gambar; 15 lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara. Pada penelitian ini, sampel terdiri atas 118 responden wirausaha komputer rakitan. Metode *non-probability sampling* dan teknik *convenience sampling* digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan *Google Form* dan kemudian diolah menggunakan *SmartPLS*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara.
- (F) Kata Kunci: *E-Commerce*, *Entrepreneurial Mindset*, Daya Saing
- (G) Daftar Pustaka 53 (1985 – 2024)
- (H) NUR HIDAYAH SE, M.M

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOICS AND BUSINESS

JAKARTA

- (A) *HELLEN HALIM PUTRI (115210045)*
- (B) *THE UTILIZATION OF E-COMMERCE AND ENTREPRENEURIAL MINDSET TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF DIY PC AT NORTH JAKARTA*
- (C) *XVII + 61 pages; 24 tables; 8 pictures; 15 attachments*
- (D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: This study aims to examine the utilization of E-Commerce and Entrepreneurial Mindset on business competitiveness of North Jakarta DIY PC entrepreneurs. In this study, the sample consists of 118 respondents of DIY PC entrepreneurs. The non-probability sampling method and convenience sampling technique were used by distributing questionnaires using Google Form and then processed using SmartPLS. The results of this study indicate that E-Commerce and Entrepreneurial Mindset have a positive and significant effect on the competitiveness of North Jakarta DIY PC entrepreneurs.*
- (F) *Keywords: E-Commerce, Entrepreneurial Mindset, Business Competitiveness*
- (F) *REFERENCES 53 (1985 – 2024)*
- (G) *NUR HIDAYAH SE, M.M*

HALAMAN MOTO

*Life isn't how to survive the storm,
it's about how to dance in the rain.*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini Saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri,

Mama dan Papa beserta saudara yang saya sayangi,

Teman-teman yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan bimbingan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* terhadap Daya Saing Wirausaha Komputer Rakitan Jakarta Utara” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Nur Hidayah, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widodoatmojo, S.E, M.M., MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, atas segala arahan dan motivasi yang diberikan kepada mahasiswa selama masa studi.
4. Segenap dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, atas ilmu pengetahuan, pembelajaran, dan pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan, serta kepada seluruh karyawan yang telah membantu dalam berbagai keperluan administrasi selama masa studi.
5. Mama dan Papa, atas segala doa, dukungan, cinta kasih, dan fasilitas yang tidak pernah putus diberikan kepada penulis, baik secara materi maupun moral, selama penyusunan skripsi ini.

6. Kakak dan Adik, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kehangatan keluarga yang menjadi sumber motivasi penulis.
7. Teman-teman satu bimbingan, yang telah bersedia membantu, mendengarkan, dan memberikan dukungan penuh selama proses penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-teman kuliah dan seperjuangan, yang telah menemani dan membantu penulis dari awal perkuliahan hingga selesai.
9. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan. Penulis mengucapkan maaf dan bersedia menerima kritik dan saran guna melengkapi skripsi ini agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 20 November 2024

Penulis,



Hellen Halim Putri

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
HALAMAN MOTO	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah.....	6
4. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan dan Manfaat	7
1. Tujuan.....	7
2. Manfaat	7
LANDASAN TEORI.....	9
A. Gambaran Umum Teori	9
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	9
2. <i>Competitive Advantage</i>	10
B. Definisi Konseptual Variabel	11
1. <i>E-commerce</i>	11
2. <i>Entrepreneurial mindset</i>	12
3. Daya Saing	13
C. Kaitan antara Variabel.....	14
1. Kaitan antara <i>E-commerce</i> dan Daya Saing Usaha	14
2. Kaitan antara <i>Entrepreneurial mindset</i> dan Daya Saing Usaha	15
3. Kaitan antara <i>E-commerce</i> dan <i>Entrepreneurial mindset</i>	15

D. Penelitian yang Relevan.....	17
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	25
METODE PENELITIAN.....	28
A. Desain Penelitian	28
B. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel	29
1. Populasi	29
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3. Ukuran Sampel.....	30
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen.....	30
1. <i>E-commerce</i>	31
2. Entrepreneurial Mindset.....	32
3. Daya Saing	33
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	33
1. Analisis Validitas.....	34
2. Analisis Reliabilitas	40
E. Analisis Data.....	41
1. R-Squared (R^2).....	42
2. Q-Squared (Q^2).....	43
3. Goodness of Fit Model.....	43
4. Nilai Effect Size (f^2).....	43
5. Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>).....	44
6. Uji Hipotesis Penelitian.....	44
BAB IV	45
ANALISA DAN PEMBAHASAN	45
A. Deskripsi Subjek Penelitian	45
1. Jenis Kelamin	45
2. Usia	45
3. Lama Usaha.....	46
4. Jumlah Karyawan.....	47
B. Deskripsi Objek Penelitian	47
1. Variabel Independen <i>E-commerce</i>	47
2. Variabel Independen <i>Entrepreneurial mindset</i>	49

3. Variabel Dependen Daya Saing.....	51
C. Hasil Analisis Data.....	53
1. R-Squared (R^2).....	54
2. Q-Squared (Q^2).....	54
3. <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	55
4. Effect Size (f^2).....	56
5. Path Coefficient.....	57
D. Pembahasan.....	58
BAB V	63
PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Keterbatasan dan Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel <i>E-Commerce</i>	31
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel <i>Entrepreneurial Mindset</i>	32
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Daya Saing	33
Tabel 3. 4 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	36
Tabel 3. 5 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> Pertama	37
Tabel 3. 6 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> Kedua.....	37
Tabel 3. 7 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	39
Tabel 3. 8 Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	39
Tabel 3. 9 Hasil Analisis <i>Heteroit-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	40
Tabel 3. 10 Hasil Analisis Reliabilitas	41
Tabel 3. 11 <i>Rule of Thumb Evaluation Outer Model</i>	42
Tabel 4. 1 Hasil dari Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4. 2 Hasil dari Usia Responden.....	45
Tabel 4. 3 Hasil dari Lama Usaha Responden	46
Tabel 4. 4 Hasil dari Jumlah Karyawan Responden	47
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan <i>E-Commerce</i>	47
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan <i>Entrepreneurial Mindset</i>	49
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Daya Saing	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>R-Squared</i>	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Q-Squared</i>	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistika Pendapatan Komputer di Indonesia	2
Gambar 1. 2 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (2023)	3
Gambar 1. 3 Total Konversi Shopee di Indonesia (2023).....	4
Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. 1 Hasil <i>Loading Factor</i> Pertama.....	35
Gambar 3. 2 Hasil <i>Loading Factor</i> Kedua	36
Gambar 4. 5 Hasil <i>Uji Bootstrapping</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner	72
Lampiran 2. Hasil dari Jenis Kelamin Responden.....	76
Lampiran 3. Hasil dari Usia Responden	76
Lampiran 4. Hasil dari Lama Usaha Responden	76
Lampiran 5. Hasil dari Jumlah Karyawan Responden	77
Lampiran 6. Hasil Tanggapan Responden	77
Lampiran 7. <i>Output SmartPLS: Cronbach's Alpha, Composite Reliability, Average Variance Extracted</i>	80
Lampiran 8. <i>Output SmartPLS: Nilai Loading Factor Pertama</i>	81
Lampiran 9. <i>Output SmartPLS: Nilai Loading Factor Kedua</i>	81
Lampiran 10. <i>Output SmartPLS: Nilai Fornell-Larcker</i>	82
Lampiran 11. <i>Output SmartPLS: Nilai Cross Loading</i>	82
Lampiran 12. <i>Output SmartPLS: Path Coefficient, T-Statistics, P-Values</i>	82
Lampiran 13. <i>Output SmartPLS: R-Squared</i>	83
Lampiran 14. <i>Output SmartPLS: Q-Squared</i>	83
Lampiran 15. <i>Output SmartPLS: F-Square</i>	83

BAB 1

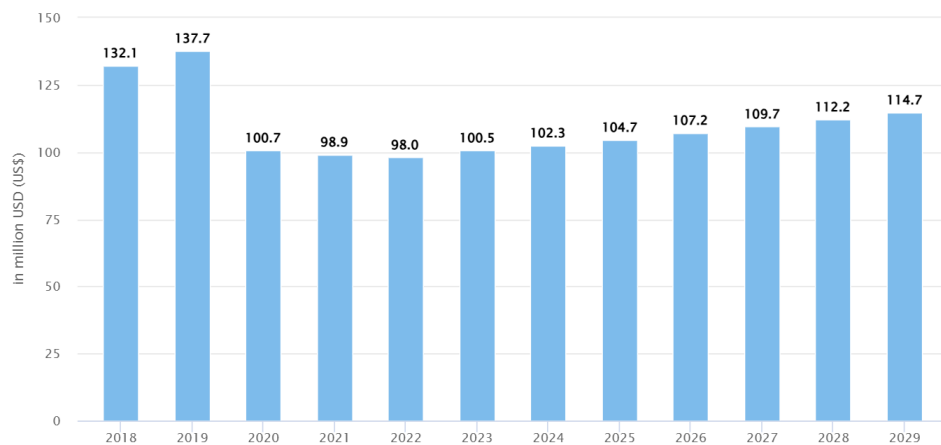
PENDAHULUAN

A. Permasalahan

Seluruh penelitian yang akan dibuat tentunya memiliki latar belakang permasalahan ataupun isu yang akan dibahas dan dituntaskan pada penelitian tersebut. Melalui tema “Pengaruh *E-commerce* dan *Entrepreneurial mindset* terhadap Daya Saing Wirausaha Komputer Rakitan Jakarta Utara” maka topik pemanfaatan penggunaan *e-commerce* telah dipilih untuk dibahas pada penelitian ini.

1. Latar Belakang

Komputer merupakan sebuah perangkat elektronik yang dapat digunakan untuk memproses data secara otomatis melalui instruksi yang diperintahkan. Perangkat tersebut terbiasa untuk menerima input, memprosesnya sesuai dengan program yang disimpan, dan menghasilkan output berupa informasi (William Staillings, 2015). Menurut Brynjolfsson dan McAfee (2014), komputer dan teknologi telah meningkatkan produktivitas secara signifikan di berbagai macam sector mulai dari perkantoran hingga pendidikan. Komputer memiliki kemampuan untuk memproses informasi dengan cepat dan akurat yang memungkinkan untuk para pekerja menyelesaikan tugas dengan lebih efisien. Komputer sendiri memiliki serangkaian manfaat positif seperti memudahkan dalam mengakses informasi, komunikasi, dan juga pengolahan data yang lebih efisien. Tak bisa dipungkiri bahwa komputer membantu banyak pekerjaan sebagian besar masyarakat Indonesia. Tak bisa dipungkiri bahwa komputer membantu banyak pekerjaan sebagian besar masyarakat Indonesia. Untuk bisa selaras dengan perkembangan digital yang terus terjadi maka kesadaran masyarakat akan pentingnya memiliki alat pendukung adalah dengan memiliki komputer. Komputer sudah menjadi kebutuhan primer menurut sebagian besar masyarakat maka dari itu pertumbuhan penjualan komputer juga turut meningkatkan khususnya di Indonesia.



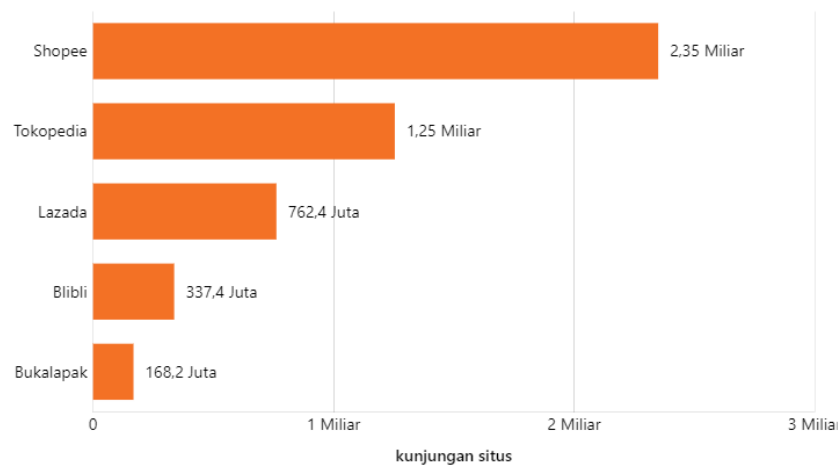
Gambar 1. 1 Statistika Pendapatan Komputer di Indonesia

Sumber: www.statista.com (2024)

Menurut hasil dari Statista, pendapatan dalam sektor teknologi khususnya di *PC Desktop* di Indonesia diprediksikan akan terus mengalami peningkatan sebesar 2,3% setiap tahunnya. Meningkatnya daya beli komputer sudah pasti terasa bagi sebagian besar pelaku usaha komputer di Indonesia khususnya pada Jakarta Utara. Mangga Dua sudah menjadi kawasan yang sangat dikenal baik sebagai pusat elektronik dengan keanekaragaman produk yang ditawarkan dan harga yang bersaing. Namun akibat dari pandemi Covid-19 membuat sebagian besar pelaku usaha mengalami penurunan omzet dalam penjualan. Dilansir dari CNBC (2024), Lucy sebagai pemilik salah satu usaha perangkat komputer mengatakan bahwa akibat dari pandemi membuat toko menjadi sepi pengunjung, namun mulai terbantu dengan adanya *online shop*. Pemilik usaha lainnya juga turut merasakan omzet yang terus menurun hingga 60% akibat dari adanya penjualan secara *online* yang sedang marak terjadi. Penjualan secara daring ini dilakukan menggunakan *platform E-Commerce* yang mulai dikenal baik oleh masyarakat semenjak pandemi Covid-19.

E-Commerce sendiri merupakan sebuah pasar serba ada yang berbentuk virtual. *E-Commerce* adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer,

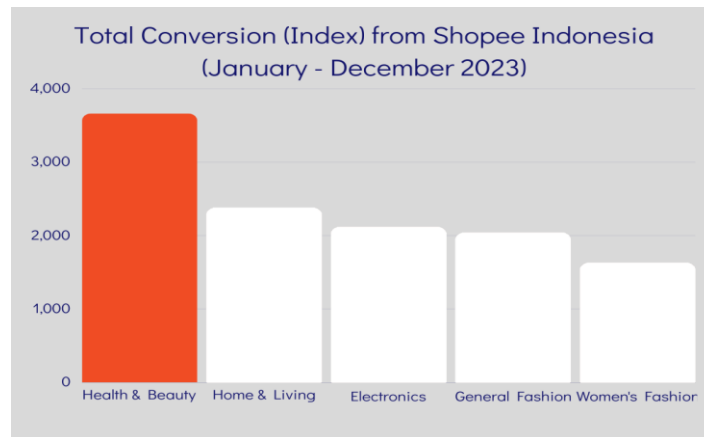
televisi, www, dan jaringan internet lainnya. *E-Commerce* juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan system pengumpulan data otomatis (Harmayani *et al.*, 2020). Terdapat 5 aplikasi *E-Commerce* dengan jumlah pengunjung terbanyak pada 2024 yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak (similarweb.com, 2024). Shopee sendiri merupakan salah satu *e-commerce* termuda yang dapat berkembang secara pesat dalam pasar jual beli online yang memiliki basis mobile ini secara resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2015 dan telah meraih banyak prestasi.



Gambar 1. 2 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia (2023)

Sumber: [www.databoks.katadata.co.id\(2024\)](http://www.databoks.katadata.co.id(2024))

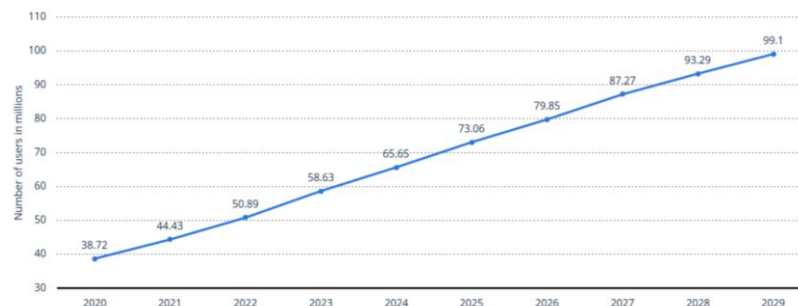
Menurut hasil lembaga survei (databoks,2024) Shopee sebagai *e-commerce* yang berasal dari Singapura berhasil menduduki peringkat pertama dengan pengunjung terbanyak di Indonesia untuk periode Januari hingga Desember 2023 dengan jumlah pengunjung 2,35 miliar kunjungan. Disusul dengan Tokopedia yang memiliki jumlah kunjungan sebanyak 1,25 miliar. Kedua *E-Commerce* tersebut memang bersaing ketat namun kecenderungan aplikasi *E-Commerce* tersebut memiliki fokus yang berbeda bagi segmentasi produk yang dijual. Berdasarkan hasil survey (involve asia, 2024) elektronik menduduki peringkat ketiga dalam total konversi index kategori penjualan produk terbanyak selama 2023.



Gambar 1. 3 Total Konversi Shopee di Indonesia (2023)

Sumber: [www.involve.asia\(2024\)](http://www.involve.asia(2024))

Pertumbuhan pengguna E-Commerce juga turut meningkat jika dilihat dari tahun 2020 hingga pada 2023 terdapat sebanyak 58,63 juta pengguna dan diperkirakan akan terus mengalami peningkatan hingga pada akhir tahun 2029 dengan total mencapai 99,1 juta pengguna.



Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia

Sumber: Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

Entrepreneurial mindset atau pola pikir kewirausahaan juga merupakan faktor penting yang harus dimiliki seorang pelaku usaha. Inovatif, adaptif dan juga kemampuan dalam berpikir kreatif mencakup dalam bagian dari *entrepreneurial mindset*. Dalam menghadapi perubahan setiap pelaku usaha dipaksa untuk memiliki pemikiran yang kritis agar siap menghadapi perubahan dalam daya saing usaha di pasar. Pertumbuhan penjualan komputer mengalami kenaikan setelah mengalami penurunan selama

delapan kuartal berturut-turut. Pada kuartal kedua 2024 distribusi ke seluruh dunia mencapai 64,9 juta unit yang menunjukkan pertumbuhan YoY (tahun-ke-tahun) sebesar 3% (IDC.com, 2024). Penurunan penjualan ini akan berimbas kepada penjualan tiap toko yang ada. Namun masalah yang dihadapi para wirausaha bisa didapatkan dari faktor internal maupun eksternal sebagaimana diungkapkan oleh Dalimunthe (2019), dimana pengendalian secara internal dalam menghadapi masalah penting adanya, nyatanya tak semua masalah hanya dapat dikendalikan dari pihak internal tetapi butuh bantuan dari faktor eksternal pendukung lainnya. Maka dari itu penting untuk setiap pelaku usaha mengaplikasikan *entrepreneurial mindset* pada situasi seperti ini yang dimana harus bergerak cepat untuk adaptif pada pasar kini karena salah satu konsep penting dalam manajemen adalah dengan melakukan adaptasi (Hasyim, 2023) dan dapat diimplementasikan dengan menghadirkan inovasi baru seperti menggunakan *E-Commerce* sebagai salah satu sarana alat kewirausahaan. Diwan (2024) menyampaikan bahwa penggunaan *E-Commerce* dapat membantu dalam memperluas jangkauan pasar dan tidak hanya dapat meningkatkan daya saing namun juga dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi. Penggunaan *E-Commerce* telah dikenal sebagai salah satu alat untuk meningkatkan daya saing usaha melalui kemudahan promosi, efisiensi operasional, dan perluasan pasar (Alwendi, 2020; Afiat, 2023). Namun, tidak semua penelitian mendukung klaim ini. Sebagai contoh, Suyanto *et al.*, (2021) menemukan bahwa *e-commerce* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain, seperti kesiapan internal usaha atau modal, yang lebih dominan memengaruhi daya saing dibandingkan pemanfaatan teknologi digital semata. Oleh karena itu, penting untuk menggabungkan pendekatan berbasis teknologi dengan *entrepreneurial mindset*, yang mencakup inovasi dan adaptasi, untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berubah (Zurkairnain, 2024). Diharapkan dengan kombinasi dari *E-Commerce* dan

entrepreneurial mindset dapat berpengaruh positif bagi pertumbuhan dan peningkatan daya saing usaha komputer rakitan.

Berdasarkan uraian diatas, untuk mengetahui kaitan antara variabel tersebut, maka peneliti telah menetapkan judul penelitian ini **“Pengaruh *E-commerce* dan *Entrepreneurial mindset* terhadap Daya Saing Wirausaha Komputer Rakitan Jakarta Utara”**.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan identifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh dari perubahan pola belanja yang signifikan. Tercermin dari meningkatnya jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia.
- b. Terdapat pengaruh positif dari naiknya penjualan secara signifikan setelah dilakukan perubahan penjualan secara *online* melalui *e-commerce*.
- c. Fitur *e-commerce* yang tersedia memiliki pengaruh terhadap penjualan yang dapat menyebabkan meningkatnya daya saing usaha.
- d. *Entrepreneurial mindset* memiliki pengaruh terhadap pembuatan keputusan pelaku usaha dalam menggunakan *e-commerce* sebagai alat kewirausahaan untuk meningkatkan daya saing usaha.
- e. *Entrepreneurial mindset* menjadi salah satu faktor bagi pelaku usaha dalam menentukan ide berinovasi yang dapat membantu meningkatkan daya saing usaha.
- f. *E-commerce* dan *entrepreneurial mindset* memiliki korelasi yang dapat membantu pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing usaha.

3. Batasan Masalah

Penelitian ini akan dibatasi agar lebih fokus mengingat luasnya ruang lingkup yang ada, maka dari itu dilakukan pembatasan masalah yaitu

penggunaan variabel yang ada dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel independen yaitu pemanfaatan *e-commerce* dan *entrepreneurial mindset*. Terdapat satu variabel dependen yaitu daya saing usaha. Subjek akan dibatasi dimulai dari pelaku usaha dibatasi hanya berfokus pada pelaku usaha komputer rakitan yang ada di Jakarta Utara. Subjek dan tempat telah ditetapkan agar pengumpulan data yang akan dilaksanakan dapat berlangsung secara efektif dan guna untuk mendapatkan hasil yang lebih terfokus.

4. Rumusan Masalah

Terkait dengan identifikasi dan batasan masalah yang sudah diuraikan diatas maka rumusan masalah adalah sebagaimana berikut:

- a. Apakah *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara?
- b. Apakah *entrepreneurial mindset* memiliki pengaruh terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh empiris dari *e-commerce* terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara.
- b. Untuk mengetahui pengaruh empiris dari *entrepreneurial mindset* terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara.

2. Manfaat

- a. Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan baru untuk wawasan terkait dengan faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan daya saing usaha komputer rakitan. Hasil dari

penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi positif dalam memberikan pengetahuan bagi masyarakat luas.

b. Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi, inspirasi serta menambah pengetahuan secara literatur terkait dengan penggunaan *e-commerce* dan juga *entrepreneurial mindset* untuk meningkatkan daya saing usaha. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa di kemudian hari tanpa harus mengulang yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiat, M. N., & Rijal, S. (2023). Analysis of the Use of E-commerce in Improving Entrepreneurial Business Competitiveness. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 468-479. <https://doi.org/10.33395/jmp.v122.12439>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Anggiani Sarvilianty, Kewirausahaan Pola Pikir Pengetahuan Keterampilan (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ashraf, M. A., Alam, M. M. D., & Alexa, L. (2021). Making decision with an alternative mind-set: Predicting entrepreneurial intention toward e-commerce in a cross-country context. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(December 2020), 102475. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102475>
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. United States: Norton & Company
- Dalimunthe, R. F. (2019). The Effect of Entrepreneurial Mindset, Digital Training and Supervision on the Competitiveness of Small and Medium Enterprises

- (SME) for Women. Journal of International Women's Studies Volume, 20(9), 121-131. <https://vc.bridgew.edu/jiws/vol20/iss9/11%0AThis>
- Darsono, L. I., Kusuma, C. P., & Pratama, R. A. (2020). *Pengaruh Theory of Planned Behavior terhadap Adopsi E-commerce pada UKM di Malang*. Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika, 6(2), 123-134.
- Dhliwayo, S., & Vuuren, J. V. (2007). The Strategic Entrepreneurial Thinking Imperative. Acta Commercii, 123-134.
- Diwan (2024). Impact of E-commerce on Small and Medium Enterprises: A Case Study of Developing Countries. <http://doi.org/10.36676/urr.v11.i4.1317>
- Edgar, D., & Tunjungsari, H. K. (2022). Pengaruh Intolerance of Uncertainty terhadap Kemampuan Beradaptasi Karir Mahasiswa: Pola Pikir Kewirausahaan sebagai Mediasi. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 4(4), 1096-1104. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20574>
- Fatkurahman, & Imaludin, H. (2022). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan: Memahami Dampak Daya Saing Terhadap Prestasi Berwirausaha IKM di Kota Pekanbaru. Jurnal Bisnis Kompetitif, 1(1), 1-8. <https://ejournal.kompetitif.com/index.php/bisniskompetitif/article/view/924%0Ahttps://ejournal.kompetitif.com/index.php/bisniskompetitif/article/download/924/605>
- Filho, P. C. S., Siluk, J. C. M., Michelin, C. de F., Rigo, P. D., Júnior, A. L. N., Rosa, C. B., & Silva, W. V. da. (2024). A Measurement Tool for the Competitiveness of Startups' Innovation Ecosystem. Journal of the Knowledge Economy, 15, 8262-8289. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01170-7>
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2020. Partial Least Squares Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, 2014. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro , Semarang.
- Gold, T., and Rodriguez, S. (2018). Measuring entrepreneurial mindset in youth: Learning from NFTE's Entrepreneurial Mindset Index. Network for Teaching Entrepreneurship. Accessed from <http://www.nfte.com/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION. www.cengage.com/highered
- Hamdani, N. A., & Sari, I. (2023). Investigating the Relationship between Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Interest: A Survey on E-Commerce Entrepreneur. 4(3), 132-138.
- Harmayani, H. et al. 2020. E-commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Hasyim, Rambe, F. A. H., Simanjuntak, G., Henrie, I., & Hutajulu, N. (2023). Entrepreneurial Mindset and Adaptation Capability in Business. International Journal of Advanced Technology and Social Sciences (IJATSS), 1(3), 151-158. <https://doi.org/10.59890/ijatss.v1i3.811>
- Hill, C. W. L., Jones, G. R., & Schilling, M. A. (2020). Strategic Management: Theory: An Integrated Approach. Cengage Learning.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). Strategic Management: Competitiveness and Globalization. Cengage Learning.

- Jumady, E., & Fajriah, Y. (2020). Green Supply Chain Management: Mediasi Daya Saing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(1), 43-55.
- Kardila, & Puspitowati, I. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(4), 1026-1034.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20566>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm*. Pearson Education.
- Maisan, I., & Nuringsih, K. (2021). Pengaruh Inovasi, E-Commerce dan Gender terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 731-741.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13157>
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation*, Global Edition (7th ed.). Pearson.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1295401>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset, Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty* (1 ed.).
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset* (Vol. 1).
<https://doi.org/10.1192/bjp.111.479.1009-a>
- Minh, H. T. T., & Hiep, P. M. (2023). Influencing Factors of Competitiveness on Business Results of Enterprises: A Case Study of E-commerce Enterprises in Ho Chi Minh City. *International Journal of Multidisciplinary Research*

and Growth Evaluation, 4(2), 252-256.
<https://doi.org/10.54660/IJMRGE.2023.4.2.252-256>

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Porter, Michael E. (2008). *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The MacMillan Press Ltd

Porter, M. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy* – Harvard Business Review. Harvard Business Review.

Prasetyo, (2021), *Bisnis E-Commerce: Studi System Keamanan dan Hukum Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Putri, L. T., Rahmawati, & Putri, D. L. (2022). Formation of an Entrepreneur Mindset in Creating Competitiveness of Female Entrepreneurs. *International Journal of Social Science*, 2(1), 1179-1186.
<https://doi.org/10.53625/ijss.v2i1.2363>

Rahmadi, A. R., & Indrawijaya, S. (2024). Pengaruh Inovasi terhadap Daya Saing Usaha Mikro dengan Kompetensi Pegawai Usaha Mikro sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 13(1), 166–178.

Riswandi, Dedi. 2019. "Transaksi On-Line (E-commerce) : Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam." 1(1).

Salim, M. N. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi UMKM. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1(2), 42-46.

Stallings, W. (2010). *Computer Organization and Architecture Designing For Performance (Eighth Edition)*. New Jersey: Pearson Education, Inc

- Suyanto, U. Y. (2021). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan) <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R.&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2020. Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R.&D. Alfabeta. Bandung.
- Syafitri, W. R. (2024). Efektivitas Dan Efisiensi Penarapan E-Commerce Dalam Daya Saing Usaha. An Nafi': Multidisciplinary Science, 1(1), 2024. <https://edujavare.com/index.php/rmi/index>
- Wahyuningsih, S. N., & Budiarto, J. (2019). Analisis Daya Saing dan Trend Ekspor CPO Indonesia di Pasar India dan China. Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi, 20(1), 1–13.
- Wibawa, B. M., Rai, N. G. M., Bramanti, G. W., & Baihaqi, I. (2023). Meningkatkan Daya Saing Pengusaha Perempuan melalui Pelatihan Mindset Kewirausahaan dan Literasi Digital. JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), 4(3), 354-366. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1480>
- Wong, J. (2010). Internet Marketing for Beginners. Jakarta: Elex Media. Komputindo
- Zulkarnain, A. M., Alam, S., & Reynilda. (2024). Analysis of the Influence of Entrepreneur Mindset, Product Innovation, and Product Knowledge on MSMEs Business Development E-Commerce Based. Proceeding of

Research and Civil Society Desemination, 2(1), 48-60.

<https://doi.org/10.37476/presed.v2i1.47>