



UNTAR

FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 7/01/Januari/2025

DIGITALISASI *E-COMMERCE* DAN *ENTREPRENEURIAL MINDSET* UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KOMPUTER RAKITAN

Hellen Halim Putri¹, Nur Hidayah^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: hellen.115210045@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: nurh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 31-01-2024, revisi: 22-11-2024, diterima untuk diterbitkan: 20-01-2025

ABSTRAK

Komputer telah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat Indonesia karena kemampuannya dalam memproses data secara cepat, efisien, dan akurat. Perangkat ini tidak hanya mempermudah aktivitas sehari-hari tetapi juga mendukung produktivitas di berbagai sektor. Pandemi Covid-19 membawa tantangan besar bagi pelaku usaha, khususnya di sektor komputer rakitan di Jakarta Utara. Penurunan omzet yang signifikan menjadi salah satu dampak yang dirasakan. *E-Commerce* memberikan peluang baru bagi pelaku usaha untuk bertahan dan bahkan memperluas pasar mereka. Di sisi lain, *Entrepreneurial Mindset* yang mencakup kemampuan berinovasi, beradaptasi, dan berpikir kreatif menjadi elemen penting dalam menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara. Dengan melibatkan 118 responden yang dipilih menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik *convenience sampling*, data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan *Google Form*. Hasil analisis menggunakan *SmartPLS* menunjukkan bahwa *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan.

Kata Kunci: *e-commerce*, *entrepreneurial mindset*, daya saing, komputer rakitan

ABSTRACT

Computers have become a primary need for Indonesian people because of their ability to process data quickly, efficiently, and accurately. This device not only makes daily activities easier but also supports productivity in various sectors. The Covid-19 pandemic has brought major challenges to business actors, especially in the DIY PC sector in North Jakarta. A significant decline in turnover is one of the impacts felt. *E-Commerce* provides new opportunities for business actors to survive and even expand their market. On the other hand, an *Entrepreneurial Mindset* that includes the ability to innovate, adapt, and think creatively is an important element in facing competition. This study aims to test the effect of *E-Commerce* and *Entrepreneurial Mindset* on the competitiveness of DIY PC entrepreneurs in North Jakarta. By involving 118 respondents selected using the non-probability sampling method and convenience sampling technique, data were collected through an online questionnaire using *Google Form*. The results of the analysis using *SmartPLS* showed that *E-Commerce* and *Entrepreneurial Mindset* have a positive and significant influence on the competitiveness of computer assembly entrepreneurs.

Keywords: *e-commerce*, *entrepreneurial mindset*, business competitiveness, diy pc

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Komputer adalah perangkat elektronik yang memproses data menjadi informasi secara cepat dan akurat (Stallings, 2015) untuk mendukung efisiensi kerja sehari-hari. Brynjolfsson dan McAfee (2014) menyatakan bahwa komputer meningkatkan produktivitas di berbagai sektor. Di Indonesia, komputer dianggap kebutuhan primer, mendorong pertumbuhan penjualan signifikan. Data Statista (2024) menunjukkan pendapatan sektor PC Desktop mencapai 102,3 juta USD, dengan pertumbuhan tahunan 2,3%. Jakarta Utara memiliki banyak pusat elektronik, yang menjadi lokasi

utama perdagangan komputer. Namun, pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan omzet hingga 60% (CNBC, 2024). *E-Commerce* mulai berperan penting dalam penjualan, didefinisikan sebagai distribusi, pemasaran, dan penjualan barang/jasa melalui media elektronik (Harmayani et al., 2020). Platform seperti Shopee dan Tokopedia mencatat kunjungan tinggi, dipimpin oleh Shopee dengan 2,35 miliar kunjungan pada 2023 (Databoks, 2024). Menurut Maisan & Nuringsih (2021), *E-Commerce* tidak hanya transaksi jual-beli tetapi juga mencakup kolaborasi dan aktivitas intra bisnis. *Entrepreneurial Mindset*, mencakup inovasi, adaptasi, dan kreativitas, menjadi faktor penting keberhasilan usaha berbasis *E-Commerce* (Zurkairnain, 2024). Kemampuan beradaptasi adalah kunci menghadapi perubahan pasar (Hasyim, 2023). Dengan mengaplikasikan *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset*, pelaku usaha komputer dapat memperkuat daya saing. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul “Pengaruh *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* terhadap Daya Saing Wirausaha Komputer Rakitan di Jakarta Utara.”

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di latar belakang, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah *E-Commerce* memiliki pengaruh terhadap daya saing pada wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara?
- b. Apakah *Entrepreneurial Mindset* memiliki pengaruh terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara?

Kajian teori

E-commerce

Kotler & Armstrong (2012), mendefinisikan *E-Commerce* sebagai saluran online yang dijangkau oleh seluruh orang melalui komputer, dan yang digunakan oleh para pebisnis dalam melakukan aktivitas bisnisnya.

Entrepreneurial mindset

Menurut McGrath & Macmillan (2000), *Entrepreneurial Mindset* dapat didefinisikan sebagai kerangka berpikir individu yang memiliki orientasi *entrepreneur*, cenderung akan memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari dan melihat segala aspek lebih sederhana daripada orang yang melihatnya secara kompleks. Pola pikir kewirausahaan juga mengacu pada kualitas kognitif yang memungkinkan setiap individu untuk beradaptasi dan terus berubah (Edgar & Tungjungsari, 2022). Tidak hanya berfokus pada diri sendiri namun juga terhadap pengetahuan, pengalaman, kreatifitas dan juga pemecahan masalah (Kardila & Puspitowati, 2022).

Daya saing

Porter (2008), mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan atau keunggulan yang digunakan untuk bersaing di pasar tertentu dan daya saing sendiri tercipta melalui pengembangan berkelanjutan di semua aspek organisasi.

Kaitan *e-commerce* terhadap daya saing

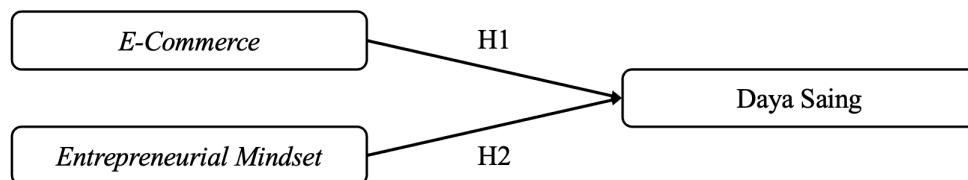
Penggunaan *E-Commerce* dilakukan untuk meningkatkan daya saing seperti mengakses pasar global, mempromosikan produk, membangun merek, mendekati diri dengan pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan, dan memuaskan pelanggan (Alwendi, 2020). Hal tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan Salim (2020), bahwa penerapan *E-Commerce* yang mampu meningkatkan daya saing adalah pelayanan yang baik dan respon yang cepat, menawarkan harga terbaik dan potongan harga, giat berpromosi dan menampilkan foto barang dan deskripsi yang jelas. Selain itu, terdapat juga penelitian yang mengatakan bahwa

bersaing secara efektif dalam pasar *E-Commerce* yang kompetitif pelaku usaha perlu focus pada inovasi dan peningkatan layanan, seperti: promosi, kualitas produk serta keamanan berbelanja (Syafitri, 2014).

Kaitan *entrepreneurial mindset* terhadap daya saing

Fatkhurrahman & Imaludin (2022), menjelaskan bahwa pengembangan terhadap pengetahuan, keterampilan, konsep diri dan sikap dari pelaku usaha terhadap kegiatan berwirausaha akan mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al.*, (2022), turut menjelaskan bahwa upaya *Entrepreneurial Mindset* dengan memperluas wawasan bisnis, meningkatkan kompetensi dan daya tangkap memiliki keakraban terhadap teknologi. Hal tersebut turut didukung pada penelitian Wibawa *et al.*, (2023), dimana mengkomidasi kebutuhan pengusaha dalam mengembangkan *mindset* kewirausahaan, strategi pemasaran digital, dan penggunaan aplikasi keuangan digital mampu meningkatkan kesiapan pengusaha untuk menghadapi persaingan usaha sebesar 92%.

Kerangka pemikiran



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Berdasarkan Gambar 1, hipotesis untuk penelitian sebagai berikut:

H₁: *E-Commerce* memiliki pengaruh positif terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara.

H₂: *Entrepreneurial Mindset* memiliki pengaruh positif terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan di Jakarta Utara.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-Probability Sampling*. *Non-Probability Sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi bagian dari penelitian (Sugiyono, 2020).

Pengambilan sampel secara acak dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan teknik *Convenience Sampling* sehingga kriteria tertentu akan terbagi secara sendirinya bagi partisipan yang hendak dilibatkan dalam penelitian ini yang bertujuan agar mendapatkan hasil penelitian yang valid. Pengambilan sampel dilakukan kepada 118 responden wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara yang menggunakan *E-Commerce*. Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner dengan skala *Likert*. Terdapat total 18 indikator dengan skala 1 – 5 dengan nilai 1 (sangat tidak setuju) dan 5 (sangat setuju). Hasil penelitian ini dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diolah menggunakan aplikasi *SmartPLS 4*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer model

Analisis model pengukuran ini penting untuk memastikan bahwa variabel yang digunakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas bertujuan untuk

memastikan bahwa data yang diperoleh secara akurat mencerminkan situasi nyata (*valid*) dan memiliki tingkat keandalan yang memadai (*reliabel*). Dalam analisis model pengukuran, setiap indikator diuji nilai *convergent validity* dan *discriminant validity*.

Uji validitas

Untuk *convergent validity* diukur dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dimana menurut Hair *et al.*, (2019), untuk nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih dari 0,50 dan nilai dari *loading factor* agar dianggap valid harus memiliki nilai lebih dari 0,70.

Tabel 1. Hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i>
Daya Saing	0,725
<i>E-Commerce</i>	0,750
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	0,686

Hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE) dapat dilihat pada Tabel 1 dimana variabel Daya Saing, *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* memiliki nilai diatas 0,50 dan dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel sudah valid.

Tabel 2. Hasil analisis *loading factor* kedua

Indikator	Daya Saing	<i>E-Commerce</i>	<i>Entrepreneurial Mindset</i>
DS1	0,873		
DS2	0,875		
DS3	0,849		
DS4	0,869		
DS5	0,789		
EC2		0,874	
EC3		0,894	
EC4		0,900	
EC5		0,792	
EM1			0,868
EM2			0,810
EM3			0,789
EM4			0,876
EM5			0,794

Pada Tabel 2, terlihat bahwa variabel *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* sudah valid karena seluruh variabel sudah memiliki nilai lebih dari 0,7.

Untuk *discriminant validity* dapat dievaluasi menggunakan nilai dari *cross loading*, *Fornell-Larcker criterion* dan juga *Heterotrait-Monotrait Ratio*. Agar nilai *cross loading* dapat dianggap valid harus memiliki nilai melebihi 0,70 (Ghozali, 2021:68). Untuk *Fornell-Larcker criterion* melibatkan perbandingan antara akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model (Ghozali, 2021:69). Sedangkan untuk *Heterotrait-Monotrait Ratio* dianggap baik jika kurang dari 0,85 (Hair *et al.*, 2019).

Tabel 3. Hasil analisis Fornell-Larcker

Variabel	Daya Saing	<i>E-Commerce</i>	<i>Entrepreneurial Mindset</i>
Daya Saing	0,852		
<i>E-Commerce</i>	0,726	0,866	
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	0,505	0,419	0,828

Pada Tabel 3, hasil analisis dari *Fornell-Larcker* sudah valid karena setiap nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) suatu konstruk sudah lebih besar dibandingkan nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model.

Tabel 4. Hasil analisis *Heterotrait-Monotrait ratio*

Variabel	Daya Saing	E-Commerce	Entrepreneurial Mindset
Daya Saing			
<i>E-Commerce</i>	0,792		
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	0,563	0,473	

Pada Tabel 4, hasil dari *Heterotrait-Monotrait Ratio* mengindikasikan bahwa seluruh nilai pada setiap indikator berada dibawah 0,80 sehingga dapat diterima dan dinyatakan bahwa nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* telah memenuhi syarat.

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan analisis yang menjelaskan sejauh mana konsistensi dalam mengukur sebuah variabel (Hair *et al.*, 2019). Penelitian ini akan menggunakan dua jenis pendekatan, yakni *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha*.

Composite reliability digunakan untuk mengukur nilai reliabilitas yang sesungguhnya dari sebuah variabel dan nilai dari *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7. Sementara itu, *Cronbach's Alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah reliabilitas sebuah variabel dengan nilai harus lebih dari 0,6 agar dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil analisis *Cronbach's alpha* dan *composite reliabilities*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliabilities</i>
Daya Saing	0,905	0,913
<i>E-Commerce</i>	0,889	0,901
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	0,885	0,888

Pada Tabel 5, hasil dari analisis *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliabilities* mengindikasikan bahwa seluruh variabel reliabel karena memiliki nilai yang sudah memenuhi syarat.

Inner model

Analisis *inner model* merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten (Ghozali, 2014). Evaluasi dari model struktural dapat dilakukan dengan melihat beberapa indikator, seperti: *R-Squared*, *Q-Squared*, *Effect Size* serta nilai signifikansi tiap koefisien jalur untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau tidak antar konstruk (Latan & Ghozali, 2016).

Tabel 6. Hasil uji *R-squared*

Variabel	<i>R-Square</i>
Daya Saing	0,576

Pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa hasil dari uji koefisien determinasi yang diukur melalui nilai *R-Square* pada variabel daya saing menghasilkan nilai sebesar 0,576 atau yang serupa dengan 57,6% dalam persentase yang menjelaskan pengaruh dari *E-Commerce* dan juga *Entrepreneurial Mindset*. Menurut Hair *et al.*, (2019) klasifikasi R square dibagi menjadi tiga penelitian, yakni: 0,75 (kuat), 0,5 (moderat), 0,25 (lemah). Dalam nilai yang dihasilkan dinyatakan bahwa pengaruh yang dihasilkan merupakan hasil pengaruh yang moderat.

Tabel 7. Hasil uji *effect size*

Variabel	<i>F-Square</i>
Daya Saing	
<i>E-Commerce</i>	0,754
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	0,116

Pada Tabel 7, dapat dilihat bahwa kedua variabel independen, yakni *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* memiliki nilai yang signifikan terhadap variabel daya saing. Nilai untuk *E-Commerce* terhadap daya saing ditunjukkan dengan nilai sebesar 0,754 dan 0,116 untuk nilai *Entrepreneurial Mindset* terhadap daya saing. Dengan demikian bahwa pengaruh dari variabel *E-Commerce* menunjukkan pengaruh besar atau signifikan dan untuk variabel *Entrepreneurial Mindset* terhadap daya saing menunjukkan pengaruh minor atau kecil.

Tabel 8. Hasil uji *bootstrapping*

Hubungan Variabel	<i>Original Sample</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-Values</i>	Keterangan
<i>E-Commerce</i> → Daya Saing	0,623	7,914	0,000	Diterima
<i>Entrepreneurial Mindset</i> → Daya Saing	0,244	3,188	0,001	Diterima

Berdasarkan Tabel 8, dari hasil pengujian hipotesis maka dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* mempunyai pengaruh signifikan terhadap daya saing sebesar 0,623 dengan nilai *T-Statistics* (7,914 > 1,645) atau *P-Values* (0,000 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima atau *E-Commerce* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya saing.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Afiat *et al.*, (2023); Minh *et al.*, (2023) yang mengungkapkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap daya saing. *E-Commerce* membantu wirausaha dalam meningkatkan daya saing usaha kedalam pasar dengan berbagai macam upaya yang dilakukan seperti promosi dimana hal tersebut selaras dengan Alwendi *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa 63% pelaku usaha menggunakan *E-Commerce* untuk mempromosikan produk.

Selanjutnya hasil penelitian pada Tabel 8 juga menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Mindset* mempunyai pengaruh signifikan terhadap daya saing sebesar 0,244 dengan nilai *T-Statistics* (3,188 > 1,645) atau *P-Values* (0,001 < 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima atau *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap daya saing.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain *et al.*, (2024); Ritha *et al.*, (2019) yang mengungkapkan bahwa *Entrepreneurial Mindset* merupakan salah satu faktor pendukung dalam keberhasilan sebuah usaha yang menjadi pendukung daya saing para wirausaha. Hasyim *et al.*, (2023) juga turut menyatakan bahwa perlu adanya *Entrepreneurial Mindset* pada pelaku usaha dalam beradaptasi dan menjadi kunci dalam keberhasilan dalam meningkatkan daya saing.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan pembahasan yang telah diuraikan terhadap setiap variabel, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian ini yang akan diuraikan sebagai berikut:

- E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara.
- Entrepreneurial Mindset* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan maka terdapat beberapa saran yang ingin disampaikan yaitu, sebagai berikut:

- a. Saran Teoritis:
 - 1) Bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat memperluas eksplorasi penggunaan variabel independen lain yang berpengaruh terhadap daya saing.
 - 2) Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, disarankan untuk mengadakan seminar terkait *E-Commerce*.
- b. Saran Praktis: bagi wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara, disarankan untuk memanfaatkan teknologi *E-Commerce* untuk efisiensi biaya operasional. Pemilihan platform dengan integrasi pembayaran dan pengelolaan pengiriman yang hemat biaya sangat membantu. Mengikuti pelatihan kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan.

Keterbatasan

Suatu penelitian tentunya akan terdapat banyak keterbatasan demikian dengan penelitian ini yang dilakukan juga memiliki keterbatasan diantaranya:

- a. Keterbatasan dari waktu, biaya dan juga kemampuan daripada dalam melakukan penelitian serta permasalahan yang ditinjau tidak terlalu luas.
- b. Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel independen, yaitu *E-Commerce* dan *Entrepreneurial Mindset* yang diuji pengaruhnya terhadap daya saing sebagai variabel dependen sehingga seluruh subjek dalam penelitian ini hanya dikumpulkan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan yaitu wirausaha komputer rakitan Jakarta Utara.

Ucapan terima kasih

Penulis ingin mengucapkan rasa syukur yang mendalam dan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini, terlebih kepada responden yang telah meluangkan waktu dalam berpartisipasi pada penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada keluarga, teman serta rekan yang selalu memberikan motivasi selama penelitian ini berlangsung.

REFERENSI

- 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>
- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Brynjolfsson, E. & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. United States: Norton & Company.
- 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>
- Fatkhurrahman, & Imaludin, H. (2022). Pengembangan Jiwa Kewirausahaan: Memahami Dampak Daya Saing Terhadap Prestasi Berwirausaha IKM di Kota Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(1), 1-8.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 (3rd ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition*.

- 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*, 1(3), 151-158. <https://doi.org/10.59890/ijatss.v1i3.811>
- 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
- 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>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset, Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty* (1 ed.).
- 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, Michael E. (2008). *Competitive Strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The MacMillan Press Ltd
- 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>
- 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
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R.&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syafitri, W. R. (2024). Efektivitas Dan Efisiensi Penerapan E-Commerce Dalam Daya Saing Usaha. *An Nafi': Multidisciplinary Science*, 1(1), 2024.
- 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. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 354-366. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1480>
- 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 Dissemination*, 2(1), 48-60. <https://doi.org/10.37476/presed.v2i1.47>