

Peran Iklim Usaha untuk Mendorong Inovasi Digital dan Peningkatan Kinerja Pengusaha Nahdliyin

The Role of Business Climate in Encouraging Digital Innovation and Improving the Performance of Nahdliyin Entrepreneurs

Rohmat Sarman¹, Azhar Affandi², Horas Djulius³

^{1,2,3} Program Doktor Ilmu Manajemen, Pascasarjana Universitas Pasundan, Bandung, Jawa Barat
e-mail: ¹rohmatSarman@unpas.ac.id, ²azhar.affandi.dim@unpas.ac.id, ³horasdjulius@unpas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana peran iklim usaha dapat mendorong inovasi digital dan pada akhirnya meningkatkan kinerja pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat, sehingga mereka dapat menjadi pilar penting dalam perekonomian digital Indonesia. Di tengah persaingan digital yang meningkat, iklim usaha yang kondusif menjadi faktor penting yang mendorong adopsi inovasi digital sebagai upaya peningkatan daya saing. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei yang melibatkan 400 pengusaha Nahdliyin. Data dianalisis melalui teknik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklim usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi digital, yang pada gilirannya berdampak langsung pada peningkatan kinerja pengusaha. Efek mediasi inovasi digital memperkuat hubungan antara iklim usaha dan kinerja, menunjukkan pentingnya dukungan lingkungan bisnis yang stabil untuk meningkatkan kemampuan bersaing pengusaha. Kesimpulan penelitian ini menyoroti pentingnya kebijakan yang mendukung iklim usaha kondusif untuk memajukan inovasi dan kinerja UMKM, khususnya dalam konteks pengusaha berbasis keagamaan.

Kata kunci: Iklim Usaha, Inovasi Digital, Kinerja Pengusaha, Pengusaha Nahdliyin

ABSTRACT

This study examines how the role of business climate can encourage digital innovation and ultimately improve the performance of Nahdliyin entrepreneurs in West Java to become an important pillar in Indonesia's digital economy.. Amidst increasing digital competition, a conducive business climate is an important factor that encourages the adoption of digital innovation to increase competitiveness. The research method uses a quantitative approach with a survey involving 400 Nahdliyin entrepreneurs. Data were analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique to identify the relationship between variables. The results of the study indicate that the business climate has a positive and significant effect on digital innovation, which in turn has a direct impact on improving entrepreneur performance.

The mediating effect of digital innovation strengthens the relationship between business climate and performance, indicating the importance of supporting a stable business environment to enhance entrepreneurs' competitiveness. The conclusion of this study highlights the importance of policies that support a conducive business climate to advance MSME innovation and performance, especially in the context of religious-based entrepreneurs.

Keywords: *Business Climate, Digital Innovation, Entrepreneur Performance, Nahdliyin Entrepreneurs*

1. Pendahuluan

Indonesia, sebagai salah satu negara dengan ekonomi terbesar di dunia dan anggota G20, tengah menghadapi transformasi melalui Revolusi Industri 4.0 yang menuntut dunia usaha beradaptasi cepat agar tetap kompetitif (UNCTAD, 2023). Pemerintah telah mengembangkan strategi “Making Indonesia 4.0” untuk memperkuat daya saing nasional melalui adopsi teknologi digital, khususnya di sektor industri (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019; Schwab, 2017). Dalam konteks ini, UMKM memainkan peran signifikan karena menyerap 97% tenaga kerja dan menyumbang lebih dari 60% PDB nasional (ASEAN Investment, 2022), di mana pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat menjadi salah satu komponen penting. Meskipun demikian, menurut survei Badan Pengusaha Nahdlatul Ulama (BPNU) pada 2022, sekitar 54,8% pengusaha Nahdliyin memiliki omzet di bawah Rp100 juta per tahun, yang menunjukkan skala usaha yang masih kecil dan kinerja belum optimal, dengan kontribusi hanya 10% terhadap perekonomian Jawa Barat (BPS, 2023). Selain itu, dimensi keagamaan yang rendah dalam praktik bisnis dengan skor rata-rata 3,067 dan visi bisnis berbasis Islam yang hanya dimiliki oleh 37,5% pengusaha menyoroti tantangan struktural dalam memperkuat nilai keagamaan dan inovasi (UGM, 2021). Tantangan dalam mengakses modal, teknologi, dan dukungan pemerintah juga menjadi faktor pembatas utama bagi pengusaha Nahdliyin dalam meningkatkan kinerja (Sarman et al., 2024). Dengan iklim usaha yang mendukung, pengusaha Nahdliyin dapat lebih efektif memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis mereka, seperti melalui e-commerce dan aplikasi bisnis (McKinsey Global Institute, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana peran iklim usaha dapat mendorong inovasi digital dan pada akhirnya meningkatkan kinerja pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat, sehingga mereka dapat menjadi pilar penting dalam perekonomian digital Indonesia (del Olmo-García et al., 2023; Kreiterling, 2023).

Inovasi digital merupakan salah satu faktor krusial dalam persaingan bisnis di era digital, dengan kemampuan untuk menciptakan penawaran pasar baru, mengubah proses bisnis, dan mengembangkan model yang didorong oleh teknologi digital (Nambisan, et. al., 2017). Iklim usaha yang kondusif terbukti berperan penting dalam mendukung inovasi digital, terutama bagi UMKM yang memerlukan lingkungan yang ramah regulasi, akses modal yang memadai, dan infrastruktur pendukung untuk mempercepat adopsi teknologi (Alamsyah & Sari, 2022; Jelinek & Porter, 1990; Loo, 2019). Dalam hal ini, survei tahun 2022 dari Badan Pengusaha Nahdlatul Ulama (BPNU) menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat masih berada dalam skala usaha mikro dengan omzet tahunan di bawah Rp100 juta, sehingga tantangan dalam hal modal dan pengetahuan digital menjadi kendala utama dalam meningkatkan daya saing (BPS, 2023). Inovasi digital memungkinkan pengusaha Nahdliyin untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan daya saing usaha mereka, dan upaya ini sangat relevan bagi pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat yang terus beradaptasi dengan teknologi melalui platform e-commerce, media sosial, serta

pengembangan aplikasi bisnis, meskipun implementasinya masih di tahap awal (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, 2022). Menurut pra-survei tahun 2023 terhadap pengusaha Nahdliyin, inovasi digital mereka mencakup empat dimensi utama yaitu proses, produk, organisasi, dan keberlanjutan, dengan skor rata-rata menunjukkan bahwa inovasi digital mereka belum optimal dan masih menghadapi tantangan signifikan terkait kapabilitas teknologi (UGM, 2021). Selain itu, data BPS (2023), menunjukkan bahwa hanya sekitar 20% UMKM Nahdliyin di Jawa Barat yang telah menerapkan teknologi digital secara signifikan dalam usaha mereka, yang menunjukkan bahwa iklim usaha yang mendukung perlu ditingkatkan agar dapat mendorong kapabilitas digital yang merata dan memperkuat kinerja usaha.

Iklim usaha yang kondusif memainkan peran penting dalam mendukung inovasi digital, terutama melalui penciptaan lingkungan yang aman, insentif untuk berinovasi, serta ekosistem yang mendukung adopsi teknologi baru (Wulandari, 2022). Menurut Kearney (2022), iklim usaha dapat mempengaruhi daya tarik wilayah untuk investasi, yang pada gilirannya memotivasi pengusaha untuk mengembangkan usaha mereka melalui inovasi digital. Kondisi iklim usaha pada pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat, berdasarkan survei Lembaga Survei dan Penelitian Nahdlatul Ulama (LSPNU) Jawa Barat (2023), dinilai cukup positif, namun masih menghadapi tantangan seperti persaingan usaha yang ketat, kenaikan biaya produksi, dan perubahan tren pasar. Dimensi iklim usaha diukur melalui delapan aspek, antara lain kualitas sumber daya manusia, ketersediaan modal, dan infrastruktur, di mana aspek persaingan dan ketersediaan modal memperoleh skor cukup rendah, menunjukkan kebutuhan perbaikan yang signifikan pada aspek tersebut untuk mendukung inovasi (UGM, 2021). Studi oleh Alamsyah & Sari (2022) juga mengungkapkan bahwa iklim usaha yang mendukung dapat berupa ketersediaan infrastruktur dan akses terhadap sumber daya yang penting bagi inovasi. Sementara itu, laporan dari Pusat Studi Ekonomi dan Bisnis Islam (PSEBI) Universitas Indonesia (2022) mencatat bahwa tantangan terbesar yang dihadapi pengusaha Nahdliyin adalah akses terhadap modal dan teknologi. Dengan dukungan iklim usaha yang baik, pengusaha Nahdliyin dapat lebih mudah mengadopsi teknologi digital, yang pada akhirnya akan meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka dalam perekonomian yang semakin digital (OECD, 2022; World Bank, 2021).

Pemilihan pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat sebagai objek penelitian didasarkan pada peran strategis mereka dalam perekonomian regional serta potensi besar yang dimiliki untuk berkembang melalui inovasi digital. Jawa Barat, salah satu pusat kegiatan bisnis terbesar di Indonesia, memiliki lebih dari 1,5 juta pengusaha Nahdliyin yang terikat pada nilai-nilai keislaman dan budaya lokal, sebuah karakteristik yang memberikan daya tarik unik dalam dunia bisnis (PWNU, 2023). Berdasarkan pra-survei tahun 2023, ditemukan bahwa kondisi iklim usaha, inovasi digital, dan kinerja pengusaha Nahdliyin masih jauh dari optimal. Tabel survei pra menunjukkan bahwa faktor kapabilitas pengusaha, inovasi digital, dan iklim usaha masih dalam kategori kurang baik dengan skor rata-rata yang rendah pada dimensi-dimensi seperti ketersediaan modal, kualitas sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi (LSPNU Jawa Barat, 2023). Kinerja usaha yang belum optimal ini sejalan dengan kondisi iklim usaha yang masih perlu perbaikan, di mana pengusaha Nahdliyin menghadapi persaingan ketat, kenaikan biaya produksi, dan keterbatasan dukungan teknologi (BPS, 2023). Kondisi ini menunjukkan urgensi penelitian lebih lanjut, terutama karena kajian tentang inovasi digital di kalangan pengusaha berbasis keagamaan seperti Nahdliyin masih terbatas, dengan fokus penelitian yang seringkali hanya mencakup perusahaan besar. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi gap dalam literatur dengan mengkaji peran iklim usaha dalam mendorong inovasi digital untuk meningkatkan kinerja usaha pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat, yang secara

ekonomis cukup besar namun belum banyak dipelajari secara komprehensif (PSEBI Universitas Indonesia, 2022; UGM, 2021)

Dengan memperhatikan kesenjangan penelitian yang ada, studi ini berupaya mengisi kekosongan dengan menawarkan perspektif baru melalui analisis mendalam mengenai pengaruh iklim usaha terhadap inovasi digital dan dampaknya pada kinerja pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus kajian empiris terhadap pengusaha Nahdliyin di wilayah Jawa Barat, yang selama ini belum banyak diteliti secara komprehensif dalam konteks inovasi digital. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi strategis bagi pembuat kebijakan dan praktisi dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk mendukung usaha mikro dan kecil dalam mengadopsi teknologi digital, mengatasi tantangan iklim usaha, serta meningkatkan kinerja usaha mereka sehingga memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi regional dan nasional.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menyelidiki hubungan kausalitas antara iklim usaha, inovasi digital, dan kinerja pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat. Metode kuantitatif ini memungkinkan pengujian secara objektif terhadap hubungan antar variabel melalui pengukuran data yang sistematis dan empiris (Bougie & Sekaran, 2020). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan Metode penelitian deskriptif, yakni metode yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara mendalam, luas, dan terperinci, tanpa manipulasi terhadap objek yang diteliti (Dj Julius, 2015). Penelitian ini juga mengadopsi pendekatan *explanatory survey* yang memungkinkan peneliti menguji hipotesis secara sistematis dan menjelaskan hubungan kausal antara iklim usaha, inovasi digital, dan kinerja pengusaha Nahdliyin (Quinlan et al., 2018).

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat yang menjalankan bisnis menengah hingga besar di sektor perdagangan, industri, dan jasa. Berdasarkan data PWNU Jawa Barat (2023), populasi pengusaha Nahdliyin mencapai lebih dari 1,5 juta orang. Mengingat salah satu variabel yang diteliti dalam penelitian ini ialah mengenai tingkat inovasi digital pada pengusaha, maka peneliti memilih skala usaha menengah ke atas yang berjumlah 20.236 pengusaha. Untuk menentukan ukuran sampel yang representatif, penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* 5%, menghasilkan ukuran sampel sebesar 393, yang dibulatkan menjadi 400 pengusaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportional cluster random sampling*, sebagaimana dijelaskan Lohr (2021) Teknik ini melibatkan pengelompokan populasi berdasarkan strata (dalam kasus ini didasarkan atas jenis usaha), sehingga sampel yang diambil dapat mencerminkan keragaman bisnis pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat.

2.2 Instrumen Penelitian

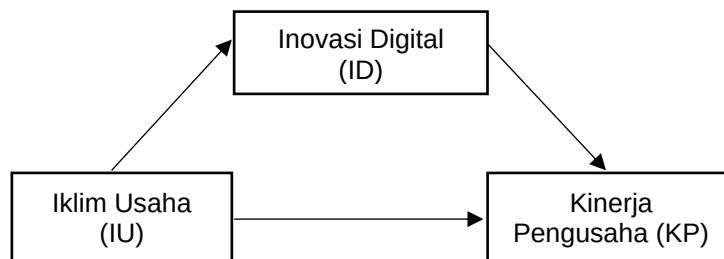
Instrumen penelitian ini berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1-5, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur variabel iklim usaha, inovasi digital, dan kinerja pengusaha Nahdliyin dengan mengacu pada indikator-indikator yang telah divalidasi dalam penelitian sebelumnya (Ghozali, 2021). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen, menggunakan uji Cronbach's Alpha untuk memverifikasi konsistensi internal kuesioner. Pengukuran masing-masing variabel dikembangkan berdasarkan teori yang diperoleh, dengan rincian ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Definisi dan Operasional Variabel

Variabel dan Sumber	Definisi	Dimensi/Indikator
Iklim Usaha (IU) Muhammad Syafii Antonio (2022)	kondisi yang memungkinkan pelaku usaha untuk menjalankan usahanya dengan lancar dan menguntungkan	1. Kualitas Sumber Daya Manusia 2. Ketersediaan modal 3. Pemanfaatan Teknologi 4. Kualitas Manajemen 5. Kebijakan pemerintah 6. Kondisi ekonomi 7. Infrastruktur 8. Persaingan
Inovasi Digital (ID) Arif Budiman (2023)	"penggunaan teknologi digital untuk menciptakan produk, layanan, proses, atau model bisnis baru yang lebih baik dan efisien".	1. Tingkat otomatisasi 2. Tingkat kecerdasan 3. Tingkat integrasi 4. Tingkat inovasi produk 5. Tingkat kepuasan pelanggan 6. Tingkat penjualan 7. Tingkat adopsi Teknologi 8. Tingkat budaya inovasi 9. Tingkat kepemimpinan digital 10. Tingkat dampak lingkungan 11. Tingkat dampak sosial
Kinerja Pengusaha (KP) M. Syafii Antonio. (2018)	"suatu ukuran keberhasilan seorang pengusaha dalam menjalankan usahanya dengan memenuhi aspek-aspek ekonomi, sosial, dan agama.	1. Laba Bersih 2. Pertumbuhan penjualan 3. Penciptaan lapangan kerja 4. Perlindungan dan pelestarian lingkungan 5. Keadilan dalam transaksi 6. Pertanggung-jawaban Sosial 7. Keberpihakan pada kaum lemah (al-ihsan) 8. Keberlanjutan (<i>al-mabadi' al-tsaminah</i>)

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan latar belakang, konsep, dan operasionalisasi di atas, penelitian ini memiliki kerangka konseptual yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

2.3 Alat Analisis

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak Smart PLS 3.2.9, yang memungkinkan analisis komprehensif terhadap hubungan kausal antar variabel dalam model struktural yang kompleks (J. Hair et al., 2022). PLS-SEM dipilih karena keunggulannya dalam menangani variabel laten dan sampel besar serta untuk mengonfirmasi model teoritis yang diajukan (Fornell & Larcker, 1981; Rasoolimanesh, 2022). Ukuran sampel yang melebihi 200 dianggap ideal untuk analisis SEM,

sesuai dengan rekomendasi dari Siregar, et al. (2021), sehingga diharapkan analisis dapat memberikan hasil yang valid dan akurat terkait pengaruh iklim usaha terhadap inovasi digital dan kinerja pengusaha.

Dengan metodologi ini, penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris yang kuat tentang bagaimana peran iklim usaha dapat mendorong inovasi digital dan pada akhirnya meningkatkan kinerja pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat, serta mendukung perumusan kebijakan yang dapat mendorong pertumbuhan sektor ini.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

1. Analisis Deskriptif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki (58,75%). Dari segi usia, pengusaha produktif berusia antara 36-50 tahun mendominasi kelompok responden (44,75%). Sebagian besar responden berpendidikan sarjana (31,25%) dan bergerak di sektor perdagangan (49,5%). Selain itu, rata-rata lama usaha yang dijalankan adalah ≤ 5 Tahun (35,50%), dan sebagian besar pengusaha Nahdliyin memiliki aset usaha berkisar antara Rp5 M hingga Rp10 M (43,25%). Detail lebih lanjut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Demografi (N=400)

Karakteristik	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	235	58.75%
Perempuan	165	41.25%
Kelompok Usia		
≤ 25 Tahun	11	2.75%
26 - 35 Tahun	105	26.25%
36 - 50 Tahun	179	44.75%
≥ 51 Tahun	105	26.25%
Tingkat Pendidikan		
SMP dan Setara	37	9.25%
SMA dan Setara	111	27.75%
Diploma I/II/III/IV	97	24.25%
Sarjana (S1)	125	31.25%
Magister (S2)	19	4.75%
Doktoral (S3)	11	2.75%
Jenis Usaha		
Perdagangan	198	49.50%
Industri	121	30.25%
Jasa	81	20.25%
Lama Usaha		
≤ 5 Tahun	142	35.50%
6 - 10 Tahun	108	27.00%
10 - 20 Tahun	97	24.25%
≥ 20 Tahun	53	13.25%
Aset Usaha		
Rp1.000.000.000,00 - Rp5.000.000.000,00	172	43.00%
Rp5.000.000.000,00 - Rp10.000.000.000,00	173	43.25%
$\geq$ Rp10.000.000.000,00	55	13.75%

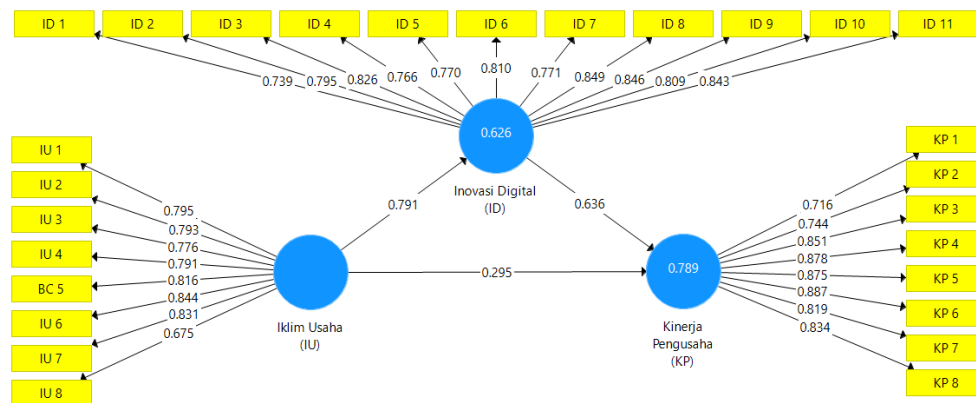
Sumber: Diolah Peneliti, 2024

2. Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan memanfaatkan SmartPLS versi 3.2.9. *Partial Least Square* (PLS) adalah analisis model persamaan struktural (SEM) dengan menggunakan variannya secara bersamaan melalui dua model evaluasi yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

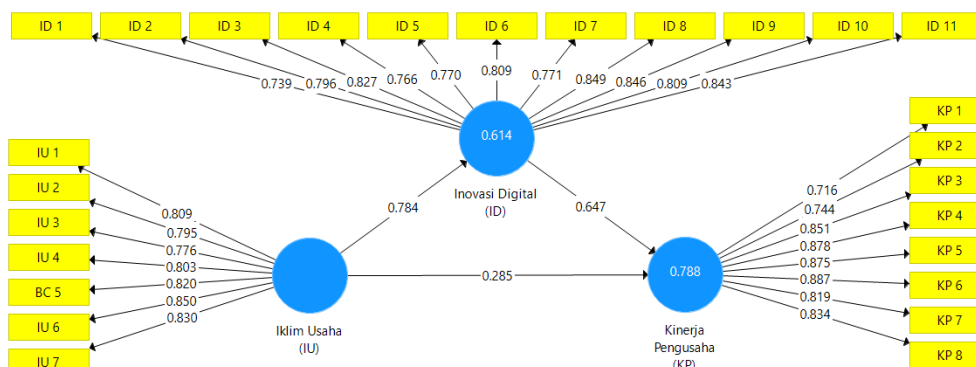
Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Berdasarkan model pengukuran pada gambar yang dilampirkan, struktur penelitian ini mengadopsi model reflektif untuk mengukur variabel *Iklim Usaha* (IU), *Inovasi Digital* (ID), dan *Kinerja Pengusaha* (KP). Mengacu pada kriteria evaluasi reflektif dari Hair et al. (2019, 2021), pengukuran model harus memenuhi faktor beban (*loading factor*) sebesar ≥ 0.7 untuk validitas indikator masing-masing, dengan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* minimal 0.7 untuk reliabilitas konsistensi internal, serta *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0.50 untuk konvergensi validitas. Selain itu, validitas diskriminan harus dievaluasi menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) di bawah 0.90. Hasil evaluasi outer model untuk validitas dan reliabilitas serta koefisien jalur disajikan pada Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Hasil Evaluasi Outer Model

Sumber: Output SmartPLS, 2024



Gambar 3. Hasil Uji Outer Model

Sumber: Output SmartPLS, 2024

Convergent Validity

Pada Gambar 2, terdapat indikator yang dikeluarkan dari penelitian karena tidak memenuhi nilai yaitu IU 8 dengan beban rendah 0.675. Setelah masing-masing indikator variabel diturunkan, dapat dilihat pada Gambar 3 nilai loading factor ≥ 0.70 (valid). Oleh karena itu, validitas konvergen terpenuhi.

Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Uji reliabilitas dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan AVE. Konstruk dikatakan reliabel jika nilai AVE $> 0,50$, composite reliability $> 0,70$, dan cronbach's alpha $> 0,70$. Keluaran SmartPLS untuk composite reliability disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability, and AVE

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Iklm Usaha (IU)	0,914	0,931	0,659
Inovasi Digital (ID)	0,945	0,952	0,645
Kinerja Pengusaha (KP)	0,933	0,945	0,685

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada Tabel 3, seluruh konstruk memenuhi kriteria reliabilitas dengan baik. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap variabel berada di atas 0,50, menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dalam mengukur variabel yang dimaksud. *Composite Reliability* juga menunjukkan nilai di atas 0,70 untuk ketiga variabel: *Iklm Usaha* (IU) dengan nilai 0,931, *Inovasi Digital* (ID) sebesar 0,952, dan *Kinerja Pengusaha* (KP) sebesar 0,945. Selain itu, nilai *Cronbach's Alpha* untuk masing-masing variabel juga berada di atas 0,70, yaitu 0,914 untuk IU, 0,945 untuk ID, dan 0,933 untuk KP, yang mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang kuat antar item dalam satu konstruk. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang tinggi sesuai dengan standar evaluasi yang disarankan, sehingga dapat diandalkan dalam analisis lebih lanjut.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Model penelitian memiliki discriminant validity yang baik jika nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) setiap konstruk lebih besar dari setiap konstruk dalam model atau nilai Average Variance Extracted (AVE) $\geq 0,50$ (Hair et al., 2021). Serta nilai HTMT (Heterotrait Monotrait Ratio) dibawah 0.90 (Hair et al., 2019). Hasilnya ditunjukkan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Discriminant Validity

Matriks Fornell dan Larcker			
	IU	ID	KP
Iklm Usaha (IU)	0,812		
Inovasi Digital (ID)	0,784	0,803	
Kinerja Pengusaha (KP)	0,792	0,870	0,828
Matriks HTMT			
	IU	ID	KP
Iklm Usaha (IU)			
Inovasi Digital (ID)	0,835		
Kinerja Pengusaha (KP)	0,856	0,918	

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai akar kuadrat AVE yang terdapat pada matriks Fornell dan Lacker adalah 0,812; 0,803; dan 0,831 lebih besar dari nilai setiap konstruk atau nilai akar kuadrat AVE $> 0,5$. Dapat dikatakan model pengukuran memiliki discriminant validity yang baik.

Kemudian hasil pengujian menunjukkan nilai HTMT dibawah 0.90 untuk pasangan variabel maka validitas diskriminan tercapai.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

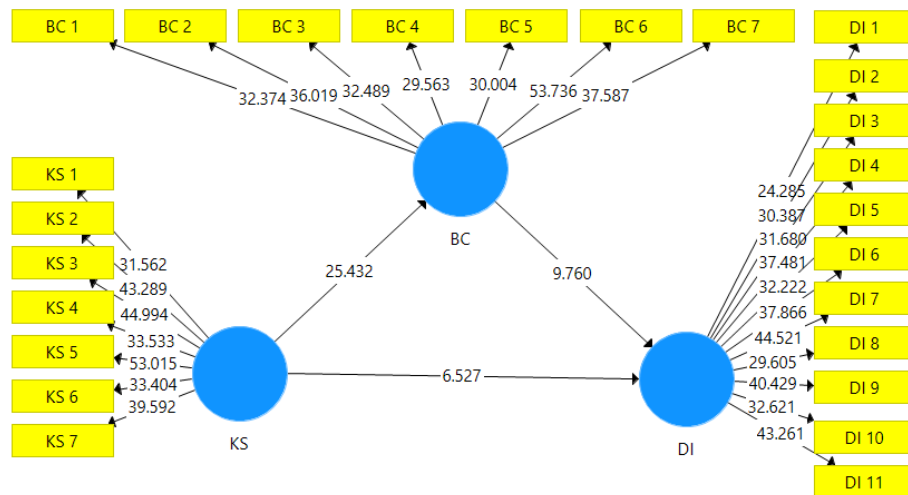
Evaluasi model struktural berfokus pada pengujian hipotesis terkait pengaruh antar variabel dalam penelitian. Seperti yang diuraikan oleh Hair et al. (2019), langkah pertama dalam evaluasi ini adalah memastikan tidak adanya multikolinearitas antar variabel, yang ditunjukkan oleh nilai Inner VIF (Variance Inflated Factor) di bawah 5. Selanjutnya, dilakukan pengujian hipotesis dengan tingkat kepercayaan 95% pada parameter koefisien jalur. Pengaruh langsung antar variabel pada tingkat struktural diukur menggunakan nilai *f-square*, dengan interpretasi: 0.02 (rendah), 0.15 (moderat), dan 0.35 (tinggi). Untuk mengukur efek mediasi, digunakan statistik Upsilon V, yang diperoleh dari mengkuadratkan koefisien mediasi. Menurut Lachowicz et al. (2018) yang dijelaskan oleh Ogbeibu & Gaskin (2022) efek mediasi dikategorikan sebagai rendah (0.02), sedang (0.075), dan tinggi (0.175). Selain itu, evaluasi model juga mencakup nilai *R-square*, yang ditafsirkan berdasarkan kriteria Chin (1998) yaitu 0.19 (rendah), 0.33 (moderat), dan 0.66 (tinggi), serta nilai *Q-square* di atas 0 yang menunjukkan *predictive relevance* model (Hair et al., 2019). Hasil analisis dari evaluasi ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis/Pengujian Model Struktural

Hipotesis	Ptah Coefficient	P Values	95% Interval Kepercayaan Path Coefficient		Hasil Pengujian/ Sig?	VIF	F Square/ Upsilon V	R Square	Q Square
			Batas Bawah	Batas Atas					
Pengaruh Langsung									
H1. IU→ ID	0,784	0,000	0,736	0,822	Mendukung	1.000	1,594	0,614	0,610
H2. ID → KP	0,647	0,000	0,553	0,740	Mendukung	2.594	0,759	0,788	0,624
H3. IU → KP	0,285	0,000	0,189	0,385	Mendukung	2.594	0,147		
Pengaruh Tidak Langsung									
H4. IU → ID → KP	0,507	0,000	0,431	0,578	Mendukung	-	0,257	-	-

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 5, evaluasi model struktural menunjukkan bahwa semua pengaruh antar variabel signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Untuk pengaruh langsung, H1 (pengaruh Iklim Usaha terhadap Inovasi Digital) memiliki koefisien jalur sebesar 0,784 dengan nilai *p* sebesar 0,000 dan *f-square* 1,594, menunjukkan pengaruh yang sangat kuat dan signifikan, serta memenuhi kriteria multikolinearitas dengan nilai VIF sebesar 1,000 (Hair et al., 2019). Selanjutnya, H2 (pengaruh Inovasi Digital terhadap Kinerja Pengusaha) memiliki koefisien jalur sebesar 0,647, juga signifikan pada *p* < 0,05 dengan *f-square* 0,759, yang mengindikasikan pengaruh moderat-tinggi. H3 (pengaruh langsung Iklim Usaha terhadap Kinerja Pengusaha) menunjukkan pengaruh yang lebih rendah dengan *f-square* 0,147 tetapi masih signifikan. Untuk pengaruh tidak langsung (H4), yaitu efek mediasi antara Iklim Usaha dan Kinerja Pengusaha melalui Inovasi Digital, koefisien mediasi adalah 0,507, signifikan dengan nilai Upsilon V sebesar 0,257, menunjukkan pengaruh mediasi yang kuat. Secara keseluruhan, nilai *R-square* yang tinggi (0,614 dan 0,788) menunjukkan bahwa model ini memiliki kemampuan prediksi yang baik untuk variabel Kinerja Pengusaha dan Inovasi Digital, sesuai kriteria evaluasi Chin (1998). Nilai *Q-square* yang positif juga menunjukkan relevansi prediktif model (Hair et al., 2019).

**Gambar 4. Hasil Awal Evaluasi Inner Model***Sumber: Output SmartPLS, 2024*

3.2 Pembahasan

Hasil analisis hipotesis pertama, Iklim Usaha (IU) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Digital (ID), dengan kekuatan pengaruh yang sangat tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian OECD (2022) dan World Bank (2021) yang juga menunjukkan bahwa lingkungan bisnis yang mendukung memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan inovasi digital, khususnya dalam menciptakan kondisi yang aman bagi pengusaha untuk berinvestasi dalam teknologi baru. Studi oleh Amit Singh, Rakhi Sharma, dan Ravi Sharma (2020) mengungkapkan bahwa faktor-faktor dalam iklim usaha seperti stabilitas politik, infrastruktur yang memadai, dan akses modal yang luas secara positif memengaruhi inovasi digital di perusahaan-perusahaan di India. Penelitian lain oleh Al-Harbi & Al-Anazi (2020) di Arab Saudi menegaskan pentingnya lingkungan usaha yang kondusif untuk mendorong adopsi digital di kalangan pengusaha. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan dari Arief & Nuryanti (2021) serta Fathurrohman & Astuti (2021), yang menemukan bahwa iklim usaha yang stabil membantu pengusaha, seperti Pengusaha Nahdliyin Jawa Barat, untuk lebih berani berinovasi dan mengambil risiko dalam mengembangkan bisnis mereka. Namun, beberapa penelitian yang berbeda seperti Chen, Ming-Hsien (2015) dan Nguyen (2018), menemukan bahwa iklim usaha di beberapa negara Asia seperti Vietnam dan China tidak selalu signifikan dalam mendorong inovasi digital pada sektor manufaktur, kemungkinan karena perbedaan dalam konteks ekonomi dan kebijakan industri yang lebih ketat.

Kemudian Hipotesis kedua, menunjukkan bahwa inovasi digital secara signifikan meningkatkan kinerja pengusaha yang menunjukkan efek moderat-tinggi. Temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan penjualan bagi pengusaha, seperti yang diamati pada Pengusaha Nahdliyin Jawa Barat yang memanfaatkan platform digital untuk ekspansi pasar dan efisiensi proses bisnis (Dutta & Mia, 2018; Huda et al., 2021; Kusumawardhani et al., 2020). Dalam konteks Islam, inovasi digital juga memiliki nilai strategis untuk menyebarkan kebaikan dan nilai-nilai Islam, mendukung konsep “amar ma’ruf nahi munkar” melalui media digital untuk dakwah (Alharbi et al., 2022). Studi oleh Soto-Acosta et al. (2018) menggarisbawahi bahwa pengusaha yang berinovasi, baik melalui produk baru maupun teknologi, cenderung memiliki kinerja lebih baik karena peningkatan daya saing dan produktivitas.

Penelitian lain menunjukkan peran positif dari inovasi digital terhadap kinerja UKM (Alharbi et al., 2022; Kusumawardhani et al., 2020), namun beberapa penelitian juga mengindikasikan bahwa konteks atau sektor usaha dapat mempengaruhi dampak tersebut, seperti pada UMKM di penelitian Mila & Nurhidayah (2022) yang menemukan hasil tidak signifikan. Hal ini mengisyaratkan pentingnya inovasi digital sebagai faktor utama peningkatan kinerja, namun efektivitasnya dapat bervariasi tergantung konteks dan adaptasi teknologi oleh pengusaha.

Hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Iklim Usaha (IU) berpengaruh terhadap Kinerja Pengusaha (KP) dengan pengaruh signifikan namun relatif lebih rendah mengindikasikan bahwa dampak iklim usaha tidak sekuat inovasi digital namun tetap berperan dalam mendukung kinerja pengusaha. Meskipun pengaruhnya lebih rendah dibandingkan variabel lain namun tetap signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa kondisi iklim usaha yang kondusif dapat mendukung pencapaian kinerja pengusaha, meski tidak menjadi faktor utama. Temuan ini sejalan dengan penelitian Al-Harbi & Al-Anazi (2020) yang menunjukkan bahwa iklim usaha yang stabil dan mendukung dapat memberikan kontribusi positif bagi kinerja usaha, khususnya melalui pengurangan hambatan birokrasi dan peningkatan akses terhadap infrastruktur. Studi lain yang dilakukan oleh Kusumawardhani et al. (2020) dan Huda et al. (2021), mengindikasikan bahwa stabilitas iklim usaha, yang meliputi kebijakan pemerintah dan akses pasar, berkontribusi positif terhadap kinerja bisnis dengan memberikan lingkungan yang lebih aman untuk investasi dan inovasi. Namun, hasil ini bertentangan dengan beberapa penelitian lain, seperti Mila & Nurhidayah (2022), yang menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM di beberapa sektor tertentu, iklim usaha yang kondusif saja tidak cukup untuk meningkatkan kinerja secara signifikan tanpa dukungan inovasi atau sumber daya teknologi yang memadai. Perbedaan temuan ini mengisyaratkan bahwa meskipun iklim usaha yang baik penting, pengaruhnya terhadap kinerja pengusaha bisa bergantung pada faktor kontekstual lain, seperti tingkat adaptasi teknologi dan kapasitas manajemen pengusaha itu sendiri.

Sementara Hipotesis keempat, mengenai efek mediasi antara Iklim Usaha dan Kinerja Pengusaha melalui Inovasi Digital menunjukkan koefisien mediasi yang signifikan, yang mengindikasikan pengaruh mediasi yang kuat. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya, seperti yang ditunjukkan oleh Dutta & Mia (2018) serta Kusumawardhani et al. (2020), yang menemukan bahwa inovasi digital dapat memperkuat hubungan antara iklim usaha yang mendukung dan peningkatan kinerja bisnis, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas akses pasar dan efisiensi operasional. Namun, penelitian dari Mila & Nurhidayah (2022) menunjukkan perbedaan dalam konteks UMKM tertentu, di mana inovasi digital tidak memiliki dampak signifikan terhadap kinerja tanpa dukungan penuh dari lingkungan usaha yang kondusif. Temuan ini menunjukkan bahwa sementara iklim usaha dan inovasi digital secara sinergis dapat meningkatkan kinerja, tingkat pengaruhnya mungkin berbeda tergantung pada konteks usaha dan kapasitas adopsi teknologi oleh pengusaha.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklim usaha yang kondusif berperan penting dalam mendorong inovasi digital dan meningkatkan kinerja pengusaha, khususnya di kalangan Pengusaha Nahdliyin di Jawa Barat. Hasil analisis menunjukkan bahwa iklim usaha memberikan pengaruh positif langsung terhadap inovasi digital dengan koefisien jalur yang signifikan, yang memperkuat adopsi teknologi digital dalam proses bisnis. Selain itu, inovasi digital juga berdampak positif pada kinerja usaha, memungkinkan pengusaha menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional. Mediasi inovasi digital antara iklim usaha dan kinerja usaha menunjukkan

pengaruh yang kuat, mengindikasikan bahwa pengembangan inovasi digital merupakan langkah krusial bagi pengusaha dalam meningkatkan daya saing. Dengan nilai *R-square* yang tinggi, model ini terbukti memiliki relevansi prediktif yang baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel dalam konteks ini.

Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini berfokus pada satu kelompok pengusaha di satu wilayah, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi di wilayah lain atau sektor bisnis lainnya. Kedua, pendekatan kuantitatif yang digunakan terbatas dalam menggali faktor-faktor kontekstual yang mungkin memengaruhi hasil, seperti kebijakan pemerintah atau dinamika pasar lokal yang berubah. Terakhir, penelitian ini mengandalkan data survei yang dapat mengandung bias persepsi dari responden, yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan situasi aktual. Keterbatasan ini dapat menjadi acuan untuk penelitian lebih lanjut yang melibatkan pendekatan kualitatif atau uji lapangan yang lebih mendalam untuk validasi hasil.

Daftar Pustaka

- Al-Harbi, M., & Al-Anazi, M. (2020). The Impact of Business Environment on Digital Innovation: Evidence from Muslim Entrepreneurs in Saudi Arabia. *Journal of Business Research*, 122, 240–253.
- Alamsyah, A., & Sari, R. (2022). Pengaruh iklim usaha terhadap inovasi digital dan kinerja pengusaha: Studi pada UMKM di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(1), 1–12.
- Alharbi, N. A., Al-Hajri, S. A., & Al-Khatib, A. (2022). The Impact of Digital Innovation on Small and Medium Enterprises' Performance: The Moderating Role of Business Climate. *International Journal of Business Administration*, 13(2), 140–154.
- Antonio, M. Syafii. (2018). *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. Syafii. (2022). *Ensiklopedia Leadership dan Manajemen Bisnis Syariah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arief, R., & Nuryanti, A. (2021). Pengaruh Iklim Usaha terhadap Inovasi Digital pada Pengusaha di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 24(2), 101–112.
- Arif Budiman. (2023). *Inovasi Digital: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- ASEAN. (2022). *ASEAN Investment Report 2022 - Pandemic Recovery and Investment facilitation* (Issue October). <https://asean.org/book/asean-investment-report-2022/>
- Badan Pengusaha Nahdlatul Ulama (BPNU). (2022). *Survei Pengusaha Nahdliyin 2022*. Jakarta: BPNU.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Provinsi Jawa Barat Menurut Lapangan Usaha Tahun 2023*. Jakarta: BPS.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-building Approach* (8th Edition). Wiley. <https://books.google.co.id/books?id=8RxOzQEACAAJ>
- Chen, Ming-Hsien, et al. (2015). The impact of institutional and business environment on firms' innovation in emerging economies: Evidence from China. *Research Policy*, 44(2), 470–482.
- del Olmo-García, F., Crecente-Romero, F. J., del Val-Núñez, M. T., & Sarabia-Alegria, M. (2023). Entrepreneurial activity in an environment of digital transformation: an analysis of relevant factors in the euro area. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 755. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02270-0>
- Dj Julius, H. (2015). *Metodologi penelitian sosial: pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Dutta, S., & Mia, I. (2018). The Impact of Digital Innovation on Business Performance: The Moderating Role of Business Environment in Bangladesh. *Journal of Business Research*, 88, 413–420. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.021>
- Fathurrohman, M., & Astuti, D. (2021). Pengaruh Iklim Usaha terhadap Inovasi Digital pada Pengusaha Muslim di Kota Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 17(2), 113–126.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary*

- Journal*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Editio). Cengage Learning, EMEA. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Huda, M. N., Soelistyowati, E., & Pratomo, S. (2021). Pengaruh Iklim Usaha dan Inovasi Digital Terhadap Kinerja Pengusaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 67–78.
- Jelinek, M., & Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Administrative Science Quarterly*, 37, 507. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:54761826>
- Kearney. (2022). *Doing business 2023: Measuring business regulations for domestic firms in 190 economies*. Kearney.
- Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI. (2022). *Menko Airlangga: Pengusaha Nahdliyin Memiliki Peran Sangat Strategis untuk Menjadi Motor Penggerak Ekonomi Nasional Maupun di Tingkat Global*. Siaran Pers Biro Komunikasi, Layanan Informasi, Dan Persidangan Perekonomian, Kementerian Koordinator Bidang. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4227/menko-airlangga-pengusaha-nahdliyin-memiliki-peran-sangat-strategis-untuk-menjadi-motor-penggerak-ekonomi-nasional-maupun-di-tingkat-global>
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2019). *Making Indonesia 4.0 Kunci Industri Nasional Berdaya Saing Global di Era Digital*. Siaran Pers. <https://kemenperin.go.id/artikel/20065/Making-Indonesia-4.0-Kunci-Industri-Nasional-Berdaya-Saing-Global-di-Era-Digital>
- Kreiterling, C. (2023). Digital innovation and entrepreneurship: a review of challenges in competitive markets. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1), 49. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00320-0>
- Kusumawardhani, D. A., Soepardi, A., & Pratomo, S. (2020). Pengaruh Inovasi Digital dan Iklim Usaha Terhadap Kinerja Pengusaha di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 119–132.
- Lachowicz, M. J., Preacher, K. J., & Kelley, K. (2018). A novel measure of effect size for mediation analysis. *Psychological Methods*, 23(2), 244–261. <https://doi.org/10.1037/met0000165>
- Lembaga Survei dan Penelitian Nahdlatul Ulama (LSPNU) Jawa Barat. (2023). *Survei Kondisi Iklim Usaha Pengusaha Nahdliyin Jawa Barat*. Bandung: LSPNU Jawa Barat.
- Lohr, S. L. (2021). *Sampling: Design and Analysis* (3rd Editio). CRC Press. <https://books.google.co.id/books?id=DahGEAAQBAJ>
- Loo, S. C. (2019). *he Digital Transformation of SMEs in Asia*. Springer.
- McKinsey Global Institute. (2018). *Digital Indonesia: How the digital economy can drive growth*. [https://bard.google.com/%3C0%3Ehttps://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Asia/Indonesia/Our Insights/Unlocking Indonesias digital opportunity/Unlocking_Indonesias_digital_opportunity.ashx](https://bard.google.com/%3C0%3Ehttps://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Locations/Asia/Indonesia/Our%20Insights/Unlocking%20Indonesias%20digital%20opportunity/Unlocking_Indonesias_digital_opportunity.ashx)
- Mila, S., & Nurhidayah, S. A. (2022). Peran Literasi Finansial dan Inovasi Digital dalam Meningkatkan Business Performance dan Business Sustainability Pada UMKM di Kabupaten Pekalongan. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 18(2), 212–227. <https://doi.org/dx.doi.org/10.24217>
- Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., & Song, M. (2017). Digital Innovation Management: Reinventing Innovation Management Research in a Digital World. *Management Information Systems Quarterly*, 41(1), 223–238.
- Nguyen, Van Son, et al. (2018). The impact of business environment on firm innovation in developing countries: Evidence from Vietnam. *Journal of Business Research*, 102, 203–215.
- Nur Indah Sriayu Wulandari. (2022). *Pengaruh Literasi Digital dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Pada Sentra Industri Kerajinan Rotan Kecamatan Plumbon Kabupaten Cirebon*. Universitas Komputer Indonesia.
- OECD. (2022). *The Innovation Policy Mix for Digitalisation*. Paris: OECD Publishing.
- Ogbeibu, S., & Gaskin, J. (2022). Back from the Future: Mediation and Prediction of Events Uncertainty through Event-Driven Models (EDMs). *FIIB Business Review*, 231971452211210. <https://doi.org/10.1177/23197145221121084>
- Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat. (2023). *Data Pengusaha Nahdliyin Jawa Barat*. Bandung: Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Barat.
- Pusat Studi Ekonomi dan Bisnis Islam (PSEBI) Universitas Indonesia. (2022). *Studi Potensi dan Tantangan UMKM Nahdliyin di Jawa Barat*. Jakarta: PSEBI UI.
- Quinlan, C., Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2018). *Business Research Methods*. Cengage Learning, EMEA. <https://books.google.co.id/books?id=f4zaxQEACAAJ>
- Rasoolimanesh, S. M. (2022). Discriminant validity assessment in PLS-SEM: A comprehensive composite-

- based approach. *Data Analysis Perspectives Journal*, 3(2), 1–8.
- Sarman, R., Affandi, A., & Djulius, H. (2024). *STRATEGI BISNIS PENGUSAHA NAHDLIYIN: Mengungkap Rahasia Sukses Melalui Inovasi Digital dan Kolaborasi Pengetahuan* (R. K. Sari (ed.)). Klaten: Nas Media Pustaka. <https://books.google.co.id/books?id=mQYkEQAAQBAJ>
- Sarstedt, M., & Cheah, J.-H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *Journal of Marketing Analytics*, 7(3), 196–202. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Schwab, K. (2017). *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/pages/the-fourth-industrial-revolution-by-klaus-schwab/>
- Singh, A., Sharma, R., & Sharma, R. (2020). The Impact of Business Environment on Digital Innovation: Evidence from Hindu Entrepreneurs in India. *Journal of Business Research*, 122, 240–253.
- Siregar, Z. M. E., Perlaungan, A., Supriadi, Y. N., Ende, & Pristiyono. (2021). *Structural Equation Modeling: Konsep dan Implementasinya pada Kajian Ilmu Manajemen dengan Menggunakan Amos* (Cetakan Pertama). Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Soto-Acosta, P., Popa, S., & Martinez-Conesa, I. (2018). Information technology, knowledge management and environmental dynamism as drivers of innovation ambidexterity: a study in SMEs. *Journal of Knowledge Management*, 22(4), 824–849. <https://doi.org/10.1108/JKM-10-2017-0448>
- UNCTAD. (2023). *Perdagangan dan Kewirausahaan di Indonesia: Dari Perspektif Gender dan Pembangunan*. Perserikatan Bangsa-Bangsa.
- Universitas Gadjah Mada (UGM). (2021). *Studi Potensi dan Tantangan Pengembangan Kewirausahaan Nahdlatul Ulama*. Yogyakarta: UGM.
- World Bank. (2021). *Doing Business 2022: Measuring Business Regulations for Domestic Firms in 190 Economies*. World Bank Group.