

ABSTRACT
THE EFFECT OF E COMMERCE, MARKET ORIENTATION, AND
ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION ON INCREASING CONSUMER
DEMAND IN WINGKO BABAT SMEs
TRİYANA PURNAMA SARI
NIM. 041910300

Indonesia will enter free trade worldwide in 2020 (according to the AFTA and APEC agreements). As a result, the market in Indonesia will be increasingly crowded with imported products that can freely enter Indonesia and push local products that cannot compete. This means that business competition will be increasingly stringent in Indonesia, so that entrepreneurs are expected to adopt e-commerce for marketing because the internet is a huge opportunity for business people to start a business or develop it. The novelty of this research is that there are several variables such as market orientation, entrepreneurial orientation, and the influence of E-Commerce, besides that there has been no research examining these variables on Wiingko Babat UMKM.

This type of research is a quantitative approach with a sample size of 100 samples and the method used to analyze it is using the SPSS 23 application.

As for the results of this study, it is known that the significance value for the influence of E Commerce (X1) Market Orientation (X2) and Entrepreneurial Orientation (X3) simultaneously on increasing demand (Y) is $0.08 > 0.05$ and the calculated F value is $2.792 < F$ table 2.46, so it can be concluded that H4 is accepted, which means that there is an influence of X1, X2 and X3 simultaneously on Y.

Keywords : E Commerce, Market Orientation, and Entrepreneurship Orientation, increasing demand, SPSS 23

RINGKASAN
PENGARUH E COMMERCE, ORIENTASI PASAR, DAN ORIENTASI
KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PENINGKATAN PERMINTAAN
KONSUMEN PADA UMKM WINGKO BABAT
TRİYANA PURNAMA SARI

NIM. 041910300

Indonesia akan memasuki perdagangan bebas di seluruh dunia pada tahun 2020 (sesuai perjanjian AFTA dan APEC). Akibatnya, pasar di Indonesia akan semakin ramai dengan produk – produk impor yang dengan leluasa masuk ke Indonesia dan mendesak produk – produk lokal yang tidak mampu bersaing. Hal ini berarti persaingan bisnis akan semakin ketat di Indonesia, sehingga para pengusaha diharapkan mengadopsi *e – commerce* untuk pemasaran karena internet merupakan peluang yang sangat besar bagi para pebisnis untuk memulai bisnis atau mengembangkannya. Kebaruan dari penelitian ini adalah terdapat Beberapa variable seperti halnya orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, serta pengaruh E-Commerce, selain itu belum ada penelitian yang meneliti variabel tersebut pada UMKM Wingko Babat.

Jenis penelitian ini adalah pendekatan Kuantitatif dengan jumlah sampel 100 sampel dan metode yang digunakan untuk menganalisis yakni menggunakan aplikasi SPSS 23.

Adapun hasil dari penelitian ini yaitu diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh E Commerce (X1) Orientasi Pasar (X2), dan Orientasi Kewirausahaan (X3) secara simultan terhadap peningkatan permintaan (Y) adalah sebesar $0,08 > 0,05$ dan nilai F hitung $2,792 < F$ tabel $2,46$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 di terima, yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y.

Kata Kunci : E Commerce, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan, peningkatan permintaan, SPSS 23