

KINERJA BISNIS PEREMPUAN PELAKU UMKM: PERAN KOGNISI KEWIRAUSAHAAN DAN MODEL BISNIS

Grace Jenny Soputan¹, Oskarolina Paka², Irnasari Asina³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Manado

¹gracesoputan@unima.ac.id, ²pakaoskarolina@gmail.com, ³irnasina@gmail.com

Diterima: 27-12-2021
Direvisi : 31-12-2021
Disetujui: 03-01-2022

Abstrak Paper ini menganalisis kognisi kewirausahaan dan model bisnis terhadap kinerja bisnis perempuan pelaku UMKM. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Minahasa khususnya di kecamatan Kawangkoan, Kecamatan Sonder, dan Pusat kota Tondano. Populasi sasaran adalah perempuan pelaku UMKM sebanyak 98 responden. Data penelitian tentang ketiga variabel dijangkau melalui angket. Teknik analisis menggunakan regresi dan korelasi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kinerja bisnis dipengaruhi oleh Kognisi kewirausahaan dan model bisnis.

Kata kunci: Kognisi kewirausahaan, model bisnis, perempuan pelaku UMKM

Abstract *This paper analyzes entrepreneurial cognition and business models on the business performance of women entrepreneurs of SMEs. This research was conducted in Minahasa Regency, especially in Kawangkoan sub-district, Sonder sub-district, and Tondano city center. The target population is female SMEs as many as 98 respondents. Research data on the three variables were collected through a questionnaire. The analysis technique uses multiple regression and correlation. The results show that business performance is influenced by entrepreneurial cognition and business models.*

Keywords: *Entrepreneurial cognition, business model, women entrepreneurs of SMEs*

PENDAHULUAN

Kualitas sumberdaya manusia sampai saat ini masih menjadi prioritas program kegiatan baik pihak pemerintah maupun non pemerintah. Hal ini sejalan dengan misi presiden Joko Widodo pada saat ini yaitu pembangunan sumberdaya manusia menjadi unggul. Banyak dari sumber daya manusia dalam hal ini perempuan sudah unggul tapi masih banyak juga perempuan yang perlu ditingkatkan kapasitas dan ketrampilannya di berbagai bidang. Termasuk dalam bidang ekonomi.

Kesetaraan gender dalam bidang ekonomi masih dirasakan kurang karena masih banyak yang membedakan laki-laki dan perempuan dalam kinerja bisnisnya. Masih terdapat kesenjangan dalam

aktivitas ekonomi antara laki-laki dan perempuan. Memang benar secara realita dilapangan bahwa untuk mengakses modal usaha peluang pengusaha perempuan lebih kecil dibandingkan laki-laki.

Pelaku UMKM di Minahasa termasuk yang dimiliki oleh perempuan masih banyak yang belum memiliki legalitas usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing (Soputan, 2019). Beberapa perempuan pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan kewirausahaan dalam hal ini kemampuan membaca peluang, kemampuan memanfaatkan peluang ditengah permasalahan yang dihadapi calon konsumen, serta motivasi untuk bersaing.

Sebagian besar pemilik usaha hanya mewarisi usaha, meniru orang lain, ikut-ikutan dalam berbisnis rumahan. Fenomena tersebut memberikan indikasi bahwa mereka menjalankan usaha tanpa perencanaan atau suatu model bisnis yang menjadi acuan untuk berbisnis. Perempuan Pelaku UMKM harus ditingkatkan kinerja bisnisnya supaya dapat menghapus stigma bahwa kinerja bisnis perempuan lebih rendah dari laki-laki. Permasalahan pada pelaku usaha dalam menjalankan usahanya hanya bermodalkan keberanian untuk bertindak tanpa menganalisis terlebih dahulu siapa pelanggannya, pemasok bahan baku, strategi pemasaran, dan produk yang akan dibuat apakah sesuai kebutuhan konsumen atau tidak. Selain itu perempuan pelaku usaha masih relatif banyak yang kinerja bisnisnya belum maksimal sehingga ada yang bisnisnya tidak berkelanjutan.

Tujuan paper ini menganalisis pengaruh model bisnis dan kognisi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis dari perempuan pelaku UMKM.

TINJAUAN LITERATUR

Kognisi Kewirausahaan

Didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi peluang adalah salah satu keterampilan terpenting yang dimiliki pengusaha sukses (Ardichvili et al dalam Shepherd & Patzelt, 2018). Kemampuan inilah yang membedakan seorang pengusaha dan non pengusaha. Penelitian tentang kognisi kewirausahaan adalah bagian dari psikologi kewirausahaan (Husna, 2020). Kognisi kewirausahaan sebenarnya melihat individu dengan cara berpikir dan bertindak yang berbeda dari seorang pengusaha dan bukan pengusaha (Abdelnaeim & El-Bassiouny, 2021).

Kognisi wirausaha adalah struktur pengetahuan yang digunakan orang-orang untuk melakukan asesmen, penilaian, dan pengambilan keputusan, yang melibatkan evaluasi kesempatan, penciptaan dan

pengembangan usaha (Chaston & Sadler-Smith, 2011).

Kognisi kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai "pengetahuan yang sangat berkembang, berurutan" yang membentuk "struktur pengetahuan berbasis tindakan" yang digunakan oleh pengusaha (Mitchell et al, dalam Yang, 2015). Penelitian Yang, (2015) mengangkat tiga indikator dari kognisi kewirausahaan yaitu kognisi pengaturan, kemauan, dan ability. Abdelnaeim & El-Bassiouny, (2021) menyatakan kognisi wirausaha adalah proses mengubah informasi menjadi pengetahuan dan mendasarkan keputusan atas keputusan tersebut. Fakta bahwa pengusaha dianggap berpikir berbeda dari non-pengusaha mendorong kita untuk memahami perbedaan antara pengusaha dan non-pengusaha mengenai tingkat skrip kognitif mereka. Mitchell et al., (2002) dalam penelitiannya menganalisis tiga dimensi dari kognisi kewirausahaan yaitu *Ability Cognitions Willingness Cognitions and Arrangement Cognitions*.

Dalam paper ini kognisi kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai cara berpikir dan kemampuan seseorang pengusaha dalam mengambil keputusan untuk bertindak guna mencapai kesuksesan dalam bisnis.

Model Bisnis,

Berbicara tentang model bisnis tidak lain yang dimaksud adalah bagaimana strategi bisnis yang akan diterapkan guna mendapatkan hasil yang maksimal. Studi tentang model bisnis berkaitan dengan penelitian kewirausahaan karena seringkali studi cenderung memeriksa usaha baru atau industri yang digerakkan oleh inovasi. Model bisnis dapat mewakili suatu bentuk penciptaan peluang kewirausahaan. Model bisnis adalah sebuah model dasar yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis dapat menghasilkan keuntungan. Definisi model bisnis sangat bervariasi, seperti yang dirangkum oleh George & Bock, (2011) atas hasil penelitian beberapa

orang menggabungkan narasi organisasi, proses yang mengubah inovasi menjadi nilai, resep untuk kegiatan perusahaan yang menggabungkan desain dan strategi organisasi, "arus" informasi dan sumber daya, dan struktur yang dirancang seperti kumpulan transaksi yang mencakup batas perusahaan. Model bisnis biasanya mendeskripsikan dan merefleksikan (1) desain organisasi, (2) pandangan berbasis sumber daya (RBV) dari perusahaan, (3) naratif dan sensemaking, (4) sifat inovasi, (5) sifat peluang, dan (6) struktur transaktif. Dengan adanya model bisnis akan mengetahui apa produk yang ia ciptakan serta target pasar yang akan dituju. Kerangka model bisnis yang berpusat pada peluang menghasilkan tiga dimensi pada struktur organisasi: struktur sumber daya, struktur transaktif, dan struktur nilai. Struktur sumber daya mengacu pada statis arsitektur organisasi perusahaan, teknologi produksi, dan sumber daya inti yang dimanfaatkan untuk melayani pelanggan. Struktur transaktif adalah konfigurasi organisasi yang menentukan transaksi utama dengan mitra dan pemangku kepentingan. Terakhir, struktur nilai adalah sistem aturan, ekspektasi, dan mekanisme yang menentukan aktivitas penciptaan dan penangkapan nilai perusahaan.

Fjeldstad & Snow, (2018) melihat dua wacana berjalan melalui literatur model bisnis yang dapat ditelusuri ke karya-karya Drucker. Wacana pertama berkaitan dengan operasi bisnis dan bagaimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan menyesuaikan nilai dengan melakukan aktivitasnya secara efisien dan efektif. Wacana kedua berkaitan dengan dinamika bagaimana perusahaan memodifikasi elemen model bisnisnya dari waktu ke waktu untuk beradaptasi dengan perubahan dan gangguan di lingkungannya.

Morten Rask mengutip pendapat Tongur & Engwall, (2014) definisi model bisnis yaitu mengacu pada proposisi nilai perusahaan, penciptaan nilai, dan logika pengambilan nilai. Inti dari model bisnis adalah mendefinisikan cara dimana perusahaan memberikan nilai kepada pelanggan, membujuk pelanggan untuk membayar nilai, dan mengubah

pembayaran tersebut menjadi keuntungan. Kerangka model bisnis berisi tiga jenis komponen: prinsip desain, sumber daya, dan kemampuan. Tujuan dari konstruk model bisnis adalah untuk menggambarkan peluang manajerial bagi perusahaan fokus untuk mempengaruhi penciptaan nilai bersama (Nenonen & Storbacka, 2010).

Berdasarkan beberapa konsep dan definisi di atas peneliti mensintesis model bisnis adalah strategi bisnis yang ditetapkan oleh individu yang mendeskripsikan elemen-elemen kegiatan yang saling berhubungan untuk merealisasikan ide bisnis.

Kinerja Bisnis

Kinerja bisnis merupakan hasil kerja yang dicapai oleh pelaku bisnis dalam kurun waktu tertentu. Biasanya kinerja tersebut diukur atau dilihat melalui pertumbuhan dan perkembangan bisnis, dan pertumbuhan pendapatan. Pada UMKM lebih khusus usaha mikro dan kecil kinerja bisnis dilihat dari perkembangan omset yang dicapai dalam kurun waktu tertentu. Kinerja bisnis adalah pencapaian perusahaan dalam kurun waktu tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan. Beberapa literatur yang dibahas dalam penelitian Van Looy & Shafagatova (2016) mengangkat isu pengukuran kinerja bisnis berdasarkan *Balance Scorecard (BSC)* yang dikemukakan oleh Kaplan dan Norton yaitu terdapat empat dimensi. Dimensi tersebut yaitu perspektif finansial; perspektif pelanggan; perspektif proses bisnis internal; perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Soto-Acosta et al., (2018) mengemukakan indikator kinerja organisasi bisnis adalah: *Business profitability*; *Business effectiveness*; *Business competitiveness*. Indikator tersebut kemudian diturunkan berupa: peningkatan angkatan kerja; peningkatan perputaran penjualan; peningkatan modal ventura; dan peningkatan laba. Kinerja bisnis adalah berbagai cara tergantung pada tujuan. Sebuah organisasi memiliki serangkaian tujuan, seberapa banyak organisasi mencapai tujuan ini. Kinerja bisnis dapat didefinisikan sebagai

seberapa banyak organisasi dapat mengatasinya faktor lingkungan yang berfluktuasi seperti keuntungan, produktivitas, kepuasan karyawan, tanggung jawab sosial dan kelangsungan hidup bisnis (Cho & Lee, 2018).

Peneliti mensintesis bahwa kinerja bisnis merupakan pencapaian tujuan perusahaan (UMKM) dalam periode tertentu yang dapat diukur melalui aspek finansial dan non finansial.

Penelitian yang dilakukan oleh Jiménez et al., (2014) menetapkan indikator kinerja bisnis sebagai berikut: 1) *Quality in products and services relative to the competition*; 2) *Employee satisfaction*. 3) *Customer satisfaction*; 4) *Employee productivity*. Sementara itu, Cho & Lee, (2018) mengklasifikasi kinerja bisnis terdiri dari dua dimensi: 1) dimensi finansial; dimana *ROA*, *ROE*, *growth in revenue*, dan *return on sales* menjadi tolak ukur dari kinerja bisnis, dan; 2) dimensi non finansial, dimana *loyalti*; *competitiveness*, *stability*, *customer satisfaction* menjadi titik perhatiannya. Sementara itu, pendapat lain menyatakan *adaptability*, *productivity*, and *efficiency* menjadi tolak ukur kinerja bisnis (Karayanni, 2015).

Kinerja Bisnis dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain kapasitas kewirausahaan ((Jiménez et al., 2014). Faktor yang paling dominan mempengaruhi kinerja UMKM atas hasil penelitian (Lanang et al., 2014) adalah faktor internal, meliputi pemasaran, akses permodalan, kemampuan berwirausaha, SDM, pengetahuan keuangan dan rencana bisnis. Karakteristik psikologis, modal manusia, modal sosial, faktor industri, dan faktor budaya merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis UMKM khususnya perempuan wirausaha di Sri Lanka (Ummah et al., 2021).

Peneliti menetapkan indikator variabel kinerja bisnis yaitu peningkatan pendapatan, penjualan produk, lapangan kerja, hubungan pelanggan.

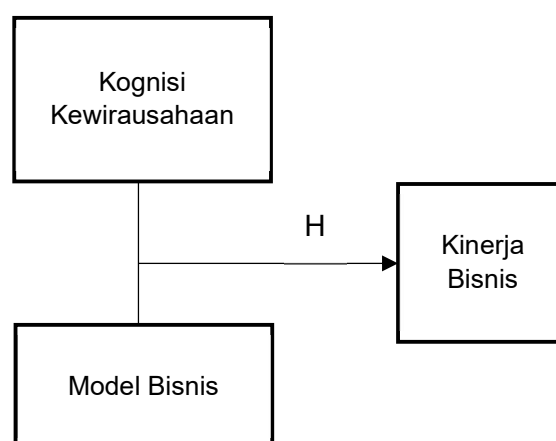
Hipotesis Penelitian

Hubungan Kognisi Wirausahaan dan Model Bisnis dengan Kinerja Bisnis

Sebagai pencapaian tujuan perusahaan dalam suatu periode, kinerja bisnis memuat ukuran finansial dan non finansial. Sebagai bagian dari non finansial, kognisi kewirausahaan dan model bisnis menjadi peletak dasar kinerja perusahaan. Kognisi kewirausahaan merujuk pada kemampuan individu dalam mengambil keputusan berkenaan dengan dirinya sebagai pelaku bisnis. Hal yang sama berlaku pada model bisnis yang mencakup strategi yang diambil oleh individu atas keputusan yang berhubungan dengan dirinya sebagai pelaku bisnis.

Oleh karena itu, baik Lanang et al., (2014) maupun Ummah et al., (2021) menyatakan kinerja bisnis terutama dalam skala UMKM lebih didominasi oleh faktor internal dimana kemampuan berwirausaha, dan faktor psikologis faktor industri termasuk model bisnis berperan lebih dalam. Dengan demikian:

H: Kognisi kewirausahaan dan model bisnis mempengaruhi kinerja bisnis UMKM



Gambar 1
Model Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karakteristik yang berhubungan dengan kognisi kewirausahaan, model bisnis, dan kinerja bisnis. Populasi sasaran yaitu perempuan pelaku UMKM di tiga kecamatan yang ada di Kabupaten Minahasa. Anggota populasi sebanyak 6161 orang.

Ukuran sampel menggunakan rumus Slovin $n = \frac{N}{1+N(d)^2}$. Berdasarkan rumus tersebut dibutuhkan minimal 98 orang sample. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proportional sampling*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisa pembahasan pada sesi ini untuk menganalisa pengaruh yang diberikan oleh kognisi kewirausahaan dan model bisnis terhadap kinerja bisnis secara simultan.

Dengan menggunakan aplikasi bantuan SPSS, hasil pengujian ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Uji Asumsi Klasik

Pada bagian ini sejumlah temuan ditampilkan berkaitan dengan hasil uji normalitas, multikolinearitas, dan heterokedasitis.

Tabel 1.
Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Eligibilitas	Hasil
Uji Normalitas	0.05	0,074
Uji Multikolinearitas	$1 < n > 10$	1,001
Uji Heterokedasitis	0,05	0,924

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 1 ditemukan hasil uji asumsi klasik baik normalitas, multikolinearitas, maupun heterokedasitis berada pada ambang yang bisa diterima. Dengan demikian, pengujian bisa dilanjutkan.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil pengujian koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat disajikan pada tabel 2.

Tabel 2
Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Pengujian	Nilai
r	0.895
r ²	0.800
Adjusted R Square	0.796
Std. Error of the Estimate	1.89252

Sumber: Hasil olahan data

Dari tampilan tabel 2 terlihat hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 89,5% baik kognisi kewirausahaan dan model bisnis akan mempengaruhi kinerja bisnis. Senada dengan temuan tersebut, nilai koefisien determinasi menunjukkan baik kognisi kewirausahaan dan model bisnis memberikan kontribusi sebesar 80% kepada kinerja bisnis. Dengan demikian, 20% sisanya diberikan oleh faktor lain yang kebetulan tidak diukur dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat disajikan pada tabel 3.

Tabel 3
Uji Hipotesis

	Regression	Residual	Total
Sum of Squares	1364,154	340,254	1704,408
Df	2	95	97
Mean Square	682,077	3,582	
F	190,438		
Sig.	000		

Sumber: Hasil olahan data

Berdasarkan tabel 3, pengujian simultan menunjukkan angka 190,434 dengan tingkat signifikansi 0.00 jauh diambang batas. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini **diterima**.

Pembahasan

Pengaruh Kognisi Kewirausahaan dan Model Bisnis terhadap Kinerja Bisnis

Model bisnis merupakan suatu strategi yang ditetapkan oleh pelaku usaha untuk mendapatkan keberhasilan dari usaha yang dijalankan. Dengan memiliki model bisnis maka pelaku usaha sudah dapat merencanakan siapa target pasarnya, siapa pemasok, berapa banyak tenaga kerja yang akan dilibatkan, sumber modalnya dari mana, dan proposisi nilai dari produk yang akan dihasilkan. Dengan memiliki model bisnis serta ditunjang pengetahuan dan ketrampilan kewirausahaan maka kinerja bisnis akan meningkat. Dalam hal ini kinerja bisnis berupa peningkatan pendapatan, peningkatan penjualan produk, peningkatan lapangan kerja, dan hubungan pelanggan. Perempuan pelaku UMKM harus dibekali dengan pengetahuan dan ketrampilan kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis agar dapat setara dengan pelaku UMKM yang dimiliki oleh laki-laki. Fakta di lapangan bahwa perempuan pelaku UMKM relatif belum dihargai kinerja bisnisnya dimata lembaga keuangan. Mengapa demikian, karena beberapa lembaga keuangan masih meminta tanggung jawab suami dari perempuan pelaku UMKM untuk menandatangani kontrak kredit pinjaman modal tersebut. Artinya lembaga keuangan belum percaya sepenuhnya terhadap kinerja bisnis dari perempuan pelaku UMKM. Oleh sebab itu perlu peningkatan kognisi kewirausahaan bagi perempuan pelaku UMKM di Minahasa.

Sejalan dengan penelitian terdahulu bahwa ketrampilan wirausaha yang dimiliki oleh UMKM akan meningkatkan kinerja bisnis UMKM khususnya bidang kuliner. Penelitian tentang upaya kognisi kewirausahaan untuk memahami bagaimana beberapa individu mengidentifikasi dan bertindak untuk mengeksplorasi peluang kewirausahaan, dan mengapa yang lain tidak. Hal ini sekaligus mendukung temuan

McMullen and Shepherd dalam Dew et al., (2015)). Individu semakin efisien dalam bertindak saat mereka memperoleh pengetahuan lebih banyak yang berhubungan dengan bisnis. Roessler et al., (2019) mendukung penelitian ini dimana mereka menyimpulkan bahwa situasi kognisi kewirausahaan memberikan implikasi pada desain model bisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan telaah literatur dan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan Kognisi kewirausahaan dan Model bisnis terhadap Kinerja Bisnis Perempuan pelaku UMKM.

Saran

Disarankan kepada pemerintah Kabupaten Minahasa untuk memberikan penguatan terhadap perempuan pelaku UMKM dalam hal Pengetahuan dan ketrampilan kewirausahaan dan pemahaman tentang model bisnis supaya kinerja bisnis akan meningkat dan setara dengan pelaku UMKM milik laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelnaeim, S. M., & El-Bassiouny, N. (2021). The relationship between entrepreneurial cognitions and sustainability orientation: the case of an emerging market. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1033–1056. <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2020-0069>
- Chaston, I., & Sadler-Smith, E. (2011). Entrepreneurial Cognition, Entrepreneurial Orientation and Firm Capability in the Creative Industries. *British Journal of Management*, 23(3), 415–432. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2011.00752.x>
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124–134. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0028>
- Dew, N., Grichnik, D., Mayer-Haug, K., Read, S., & Brinckmann, J. (2015). Situated entrepreneurial cognition. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 143–164. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12051>
- Fjeldstad, Ø. D., & Snow, C. C. (2018). Business models and organization design. *Long Range Planning*, 51(1), 32–39. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.07.008>
- George, G., & Bock, A. J. (2011). The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(1), 83–113. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1490251>
- Husna, A. N. (2020). Memetakan Kognisi Wirausaha: Konseptualisasi dan Potensi Riset di Indonesia. *Urecol (The 11th University Research Colloquium)*, 11, 118–126.
- Jiménez, D. J., Cegarra-Navarro, J. G., Gattermann Perin, M., Sampaio, C. H., & Lengler, J. B. (2014). Entrepreneurial capacities as antecedents of business performance in Brazilian firms. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 31(2), 90–103. <https://doi.org/10.1002/cjas.1281>
- Karayanni, D. A. (2015). A Model of Interorganizational Networking Antecedents, Consequences and Business Performance. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 22(4), 293–312. <https://doi.org/10.1080/1051712X.2015.1115702>
- Lanang, I. P. E. S., Kirya, I. K., & Cipta, I. W. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Bangli. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1), 11–21.
- Mitchell, R. K., Smith, J. B., Morse, E. A., Seawright, K. W., Peredo, A. M., & McKenzie, B. (2002). Are Entrepreneurial Cognitions Universal? Assessing Entrepreneurial Cognitions across Cultures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 9–32. <https://doi.org/10.1177/104225870202600402>
- Nenonen, S., & Storbacka, K. (2010). Business model design: conceptualizing networked value co-creation. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2(1), 43–59. <https://doi.org/10.1108/17566691011026595>
- Roessler, M., Schneckenberg, D., & Velamuri, V. K. (2019). Situated Entrepreneurial Cognition in Corporate Incubators and Accelerators: The Business Model as a Boundary Object. In *IEEE Transactions on Engineering Management* (pp. 1–16). IEEE. <https://doi.org/10.1109/TEM.2019.2955505>
- Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2018).

- Entrepreneurial cognition: Exploring the mindset of entrepreneurs. In *Entrepreneurial Cognition: Exploring the Mindset of Entrepreneurs* (Issue February). Palgrave MacMillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-71782-1>
- 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>
- Tongur, S., & Engwall, M. (2014). The business model dilemma of technology shifts. *Technovation*, 34(9), 525–535. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.02.006>
- Ummah, M. A. C. S., Choy, C. S., & Beevi, A. S. (2021). Factors Influencing Business Performance of Small and Medium Enterprises: A Case Study in Sri Lanka. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 0201–0212. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0201>
- Van Looy, A., & Shafagatova, A. (2016). Business process performance measurement: a structured literature review of indicators, measures and metrics. *SpringerPlus*, 5(1), 1–24. <https://doi.org/10.1186/s40064-016-3498-1>
- Yang, L. (2015). Empirical study on the relationship between entrepreneurial cognitions and strategic change momentum. *Management Decision*, 53(5), 957–983. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2014-0602>