

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-COMMERCE  
DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI  
COVID-19  
(Studi Kasus Pelaku UMKM Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang)**

**Firda Rahayu Aisyah\*, dan Nur Diana\*\***

[21801082237@unisma.ac.id](mailto:21801082237@unisma.ac.id)

[nurdiana2016@unisma.ac.id](mailto:nurdiana2016@unisma.ac.id)

**Universitas Islam Malang**

**ABSTRACT**

*This study was conducted to analyze the factors that influence the adoption of e-commerce and its impact on the performance of UMKM during the Covid-19 pandemic. The research method used is quantitative research with a survey approach with a Likert 7-scale questionnaire data collection technique for UMKM located in Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang. The sample calculation in this study uses the Maximum Likelihood guideline with 115 respondents. The analytical method in this study uses the Structural Equation Model (SEM) using AMOS 24.*

*The results of the research hypothesis test show that environmental factors, technological factors, individual factors, and organizational factors have a simultaneous and significant effect on the adoption of e-commerce by UMKM. environmental, technological, organizational and individual factors have a positive and significant effect on e-commerce adoption in Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang on e-commerce adoption in Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang and e-commerce adoption has a positive and significant impact on UMKM performance. in Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang.*

**Keywords:** e-commerce, environment, individual, technology, organizational, and UMKM performance, Pandemic Covid-19

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Penyebaran virus Corona ke seluruh dunia pada November 2019 dan mulai menyebar di Indonesia pada Maret 2020 yang menyebabkan perubahan kebiasaan pada semua orang yang mengharuskan semua dilakukan secara *online* karena kebijakan dari pemerintah yaitu PPKM untuk memutus mata rantai penyebaran virus Covid-19. Menurut Hardilahwati (2020) hal ini berpengaruh pada semua sektor dan sektor ekonomi sebagai salah satunya. Dampak dari Covid-19 pada pelaku usaha yaitu penurunan pendapatan pada pelaku UMK yaitu sebesar 84,20% (nasional.sindo.news.com). Dalam rangka peningkatan penjualan oleh UMKM karena kebijakan PPKM, kementerian PPN/Bappenas memberi anjuran kepada UMKM untuk bertransformasi digital atau melakukan jual beli dengan memanfaatkan *e-commerce*. Peningkatan kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19 dengan melakukan penjualan melalui pemanfaatan *e-commerce* memiliki kelebihan dibandingkan penjualan secara konvensional karena dapat memperluas akses pasar bahkan sampai pasar internasional.

Salah satu bentuk teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya di masa Pandemi Covid-19 yaitu dengan mengadopsi *e-commerce* sesuai dengan survei yang telah dilakukan oleh kementerian keuangan yang menyimpulkan bahwa dengan mengadopsi *e-commerce* dapat membantu UMKM bertahan di tengah krisis ekonomi akibat pandemi. Ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan UMKM untuk mengadopsi *e-commerce* untuk mempertahankan operasionalnya dan meningkatkan kinerja di masa pandemi Covid-19 yaitu

faktor lingkungan yang mempengaruhi seperti tekanan dari konsumen dan pemasok, faktor organisasional seperti kesiapan SDM dan kesiapan finansial, faktor individual yang dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan pemilik atau pengelakan UMKM untuk memutuskan beralih ke penjualan digital, dan faktor teknologi yang digunakan untuk beralih menggunakan *e-commerce*.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana pengaruh faktor lingkungan, individual, teknologi, dan organisasional terhadap adopsi *e-commerce*, bagaimana pengaruh faktor lingkungan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, bagaimana Pengaruh faktor individual terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, bagaimana pengaruh faktor teknologi terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, bagaimana pengaruh faktor organisasional terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, dan bagaimana pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk menganalisis pengaruh faktor lingkungan, individual, teknologi, dan organisasional terhadap adopsi *e-commerce*, untuk menganalisis pengaruh faktor lingkungan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, untuk menganalisis pengaruh faktor individual terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, untuk menganalisis pengaruh faktor teknologi terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19, untuk menganalisis pengaruh faktor organisasional terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM, dan untuk menganalisis pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.

### **Manfaat Penelitian**

#### **1. Teoritis**

Sebagai saran pengembangan ilmu dan wawasan dalam hal faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* dan dampaknya pada kinerja UMKM yang diperoleh selama kuliah dan mengikuti program Studi Independen Bersertifikat dan manfaat bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai referensi dalam penelitian sejenis.

#### **2. Praktis**

Bagi pelaku UMKM hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk mempersiapkan faktor-faktor yang belum siap untuk mengadopsi *e-commerce* dan perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerjanya melalui pemanfaatan teknologi informasi dan bagi Dinas Koperasi dan UMKM penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan penyusunan regulasi terkait transformasi digital bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja di masa pandemi Covid-19 dengan memperhatikan faktor lingkungan, faktor organisasi, faktor individual, dan faktor teknologi.

## **TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### ***Technology Accept Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model* adalah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986. Tujuan dari *Technology Accept Model* yaitu untuk menjelaskan perilaku para pengguna komputer. *Technology Accept Model* menggunakan *Theory of Reasoned Action* sebagai dasar *theoretical* untuk mengkhususkan hubungan kausalitas antara kepercayaan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan. Model TAM ini tidak hanya untuk memprediksi tetapi juga untuk menjelaskan sehingga peneliti bisa

mengidentifikasi kenapa suatu faktor tidak diterima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat.

### **E-Commerce**

Laudon (1998) *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Menurut Amir (2000) *e-commerce* adalah mekanisme bisnis secara elektronik yang fokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa baik secara B2B (*Business to Business*) maupun B2C (*Business to Consumer*).

### **Kinerja UMKM**

Mutegi dkk (2015) mengartikan kinerja UKM adalah hasil dari kerja yang diperoleh oleh UKM dan menyesuaikan dengan peran yang dicapai oleh individu dalam suatu UKM pada suatu periode waktu tertentu yang dihubungkan dengan suatu nilai pengukuran tertentu sesuai dengan ketentuan UKM. Menurut Zaenal (2012) mengemukakan pendapat bahwa kinerja UMKM diukur menggunakan beberapa dimensi antara lain: pertumbuhan keuntungan yang dihitung dalam satuan moneter yang semakin meningkat, pertumbuhan jumlah pelanggan atau konsumen yang menggunakan produk semakin meningkat, pertumbuhan penjualan produk, pertumbuhan jumlah aset baik aset tetap ataupun tidak tetap.

### **Pengertian UMKM**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) menyebutkan bahwa

usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan, sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar, serta usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan orang perorangan bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan menjadi bagian langsung atau tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar.

### **Teknologi**

Pengertian Teknologi informasi menurut Mulyadi (2014) adalah sebagai berikut: “Teknologi informasi adalah mencakup komputer (baik perangkat keras dan perangkat lunak), berbagai peralatan kantor elektronik, perlengkapan pabrik dan telekomunikasi.”

Dari definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, teknologi adalah alat elektronik yang digunakan untuk menggali informasi, mendapatkan informasi, mengolah data sehingga menjadi informasi, dan mengkomunikasikan informasi sehingga informasi tersebut dapat lebih mudah diperoleh dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan.

### **Organisasional**

Pengertian organisasi bisnis menurut Afuah (2004) bisnis merupakan sekumpulan aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan dengan cara mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang diinginkan konsumen. Menurut Nurhadi (2015) dalam Budiarto (2019) mengatakan bahwa kesiapan

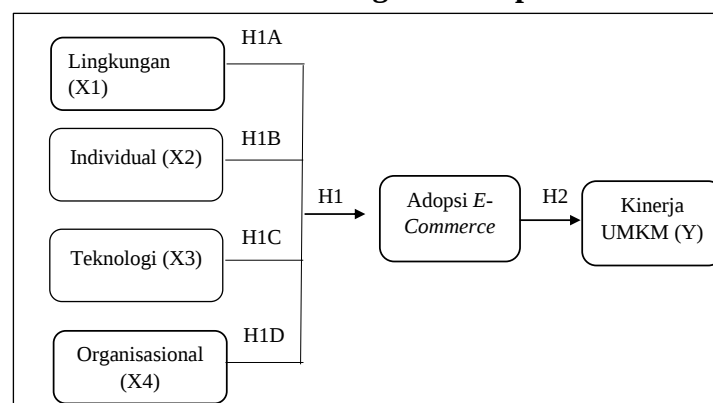
organisasi berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia dan kesiapan anggaran/sumber dana perusahaan untuk mendukung proses adaptasi *e-commerce*.

### Individual

Faktor individual yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* adalah faktor yang berasal dari dalam diri pemilik UMKM atau pengelola UMKM. Menurut Hanum & Sinarasri (2018) faktor pemilik berpengaruh pada pengadopsian *e-commerce* karena UMKM secara struktural pengelolaannya terpusat, pemilik/pengelola yang berperan penting dalam mengambil keputusan. Apabila pemilik usaha memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait memanfaatkan teknologi informasi untuk perdagangan, mereka akan percaya diri dan lebih cepat mengadopsi *e-commerce*.

### Kerangka Konseptual

**Gambar 1 Kerangka Konseptual**



### Hipotesis Penelitian

- H1 : Faktor lingkungan, individual, teknologi, dan organisasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce*.
- H1A : Faktor lingkungan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
- H1B : Faktor individual berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
- H1C : Faktor teknologi berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
- H1D : Faktor organisasional berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
- H2 : Adopsi *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.

### METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survei. Metode penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Tujuan dari studi penelitian ini termasuk uji hipotesis kausalitas yang telah dirumuskan. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang dengan waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober 2021 sampai Desember 2021.

## Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang usahanya berada di wilayah Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Perhitungan sampel menggunakan pedoman *Maximum Likelihood* (ML) dengan sampel minimum 100 sampel dengan pedoman perhitungan 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi, Ferdinand (2000). Kriteria responden yaitu: pelaku UMKM yang sudah menggunakan media *e-commerce* lebih dari satu tahun, usaha UMKM di bidang makanan, minuman, dan pakaian, dan memiliki NPWP.

## Definisi Operasional Variabel

### Variabel Eksogen

1. Faktor Lingkungan (X1)  
Menurut Hanum & Sinarasri (2018) faktor lingkungan adalah pengaruh *eksternal*, seperti tekanan dari konsumen/*supplier*, pesaing, dan dukungan *eksternal* lainnya yang mempengaruhi adopsi *e-commerce*. Adapun indikator dari faktor lingkungan yaitu: dorongan dan tuntutan dari *customer*, dorongan dan tuntutan dari *supplier*, dorongan dan tuntutan perkembangan dunia bisnis, dukungan pemerintah, dan tekanan dari pesaing
2. Faktor Teknologi (X2)  
Sholihin & Mujilahwati (2016) menyatakan bahwa teknologi dapat memperluas akses pasar dengan cara memanfaatkan fasilitas teknologi yang digunakan sebagai media komunikasi bisnis secara global. Adapun indikator dari faktor persiapan teknologi adalah kemampuan dan kesiapan SDM menggunakan teknologi informasi dan ketersediaan perangkat teknologi informasi (komputer, laptop, *handphone*, dan jaringan internet) dan perangkat lunak sistem pendukung *e-commerce*.
3. Faktor Individual (X3)  
Faktor individual dalam mengadopsi *e-commerce* adalah pengalaman dan pengetahuan dari pemilik usaha dalam menggunakan teknologi berjualan secara *online*. Indikator dari faktor individual yaitu: SDM/pemilik usaha memiliki pengetahuan berjualan di *e-commerce*, SDM/pemilik usaha memiliki pengalaman berjualan di *e-commerce*, dan SDM/pemilik usaha memiliki kemampuan untuk berjualan di *e-commerce*.
4. Faktor Organisasional (X4)  
Fathimah (2019) menyatakan bahwa kesiapan organisasi adalah sebuah ukuran mengenai kecukupan pengalaman perusahaan pada TI dan sumber finansial untuk melakukan adopsi *e-commerce*. Adapun indikator faktor kesiapan teknologi dalam penelitian adalah: ketersediaan sumber finansial, kesiapan menerima risiko dan pemanfaatan *e-commerce*, komitmen pimpinan, dan kesadaran menerima perubahan dan perkembangan teknologi informasi.

### Variabel Endogen

1. Adopsi *e-commerce*  
Adopsi *e-commerce* merupakan semua aktivitas usaha atau bisnis yang dilakukan secara online dengan menggunakan teknologi informasi berbasis internet, Fatimah (2019). indikator adopsi *e-commerce* yang digunakan dalam penelitian ini adalah: ketersediaan fasilitas penunjang, teknologi informasi yang mumpuni, dukungan seluruh bagian organisasi, transaksi menggunakan media elektronik, dan kemudahan akses informasi
2. Kinerja UMKM  
Menurut Fathimah (2019) dalam penelitiannya menyebutkan definisi operasional kinerja adalah adopsi *e-commerce* memberikan dampak peningkatan omset,

peningkatan konsumen serta peningkatan inovasi produk maupun proses. Indikator kinerja UMKM pada penelitian ini yaitu: pertumbuhan keuntungan, peningkatan pelanggan, pertumbuhan jumlah penjualan, dan pertumbuhan jumlah aset

### **Sumber dan Metode Pengumpulan Data**

Sumber data pada penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan skala *Likert* 7. Kategori jawaban yang diberikan yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Netral (N), Cukup Tidak Setuju (CTS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang secara *online* melalui *google form*.

### **Metode dan Analisis Data**

#### **Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana mestinya tanpa ada maksud memuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018).

#### **Analisis Kuantitatif**

- a. Uji Validitas  
Uji Validitas untuk mengukur kemampuan instrumen penelitian dalam mengungkapkan data sesuai dengan masalah yang akan diungkapkan. Hasil penelitian dapat dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi di lapangan (Sugiyono, 2018).
- b. Uji Reliabilitas  
Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentuk yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah bentuk yang umum (Ghozali, 2011).

#### **Structural Equation Model (SEM)**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan teknik sampel Maximum Likelihood (ML) menggunakan *Software Analysis of Moment Structure* (AMOS) versi 24. Proses pengumpulan dan pengolahan data yang dianalisis dengan permodalan SEM harus memenuhi asumsi-asumsi berikut ini:

- a. Asumsi kecukupan sampel 100-200 sampel untuk teknik estimasi *Maximum Likelihood* (ML)
- b. Asumsi Normalitas, Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan CR skewness dan kurtosis sebaran data, Uji normalitas ini dapat dilihat pada nilai nilai Critical Ratio (CR) dari skewness dan kurtosisnya.
- c. Asumsi *Outliers*, Asumsi *outliers* digunakan untuk mengidentifikasi tingkat sebaran data di luar titik normal. *Outliers* adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim karena kombinasi karakter unik yang terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya, Ferdinanad (2000).
- d. Uji *Goodness of Fit*, Indeks-indeks yang digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model dapat diringkas dalam tabel berikut ini:

**Tabel 2 Kriteria Uji Goodness of Fit**

| <i>Goodness of Fit Indeks</i> | <i>Cut Off Value</i> |
|-------------------------------|----------------------|
| $X^2$ Chi- Square             | Diharapkan kecil     |
| Significand Probability       | $\geq 0,05$          |
| RMSEA                         | $\leq 0,08$          |
| GFI                           | $\geq 0,90$          |
| AGFI                          | $\geq 0,90$          |
| CMIND/DF                      | $\leq 2,00$          |
| TLI                           | $\geq 0,90$          |
| CFI                           | $\geq 0,94$          |

Sumber: Ferdinand (2000)

### Uji Signifikansi Parameter (Uji Hipotesis)

Pengujian hipotesis yang dilakukan adalah untuk menjawab pertanyaan - pertanyaan dalam penelitian ini atau menganalisis hubungan-hubungan struktural model. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada hasil analisis data dengan melihat dari tabel *regression weight*, Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai P-value dan nilai C.R.  $> 1,967$  (C.R. = *thitung/tabel*).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang sebagai responden penelitian. Penentuan jumlah sampel berdasarkan pedoman *Maximum Likelihood* (ML) yaitu 5-10 kali jumlah indikator. Maka, sampel minimum penyebaran kuesioner adalah:

|                  |                        |
|------------------|------------------------|
| n minimum        | = 5 x jumlah indikator |
| n minimum        | = 5 x 23               |
| <b>n minimum</b> | <b>= 115</b>           |

### Gambaran Umum dan Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner secara *online* berupa *google form* yang disebar oleh peneliti melalui media sosial Facebook dan WhatsApp. Jumlah responden yang mengisi berjumlah 120, dikarenakan penelitian ini ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi maka setelah dilakukan pengecekan terdapat 5 kuesioner yang tidak sesuai kriteria, sehingga tersisa 115 kuesioner yang sesuai.

### Hasil Statistik Deskriptif

**Tabel 3 Statistik Deskriptif**

| Descriptive Statistics |     |         |          |      |                |
|------------------------|-----|---------|----------|------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maksimum | Mean | Std. Deviation |
| Lingkungan             | 115 | 2       | 7        | 5,69 | 1,13           |
| Individual             | 115 | 1       | 7        | 5,82 | 1,03           |
| Teknologi              | 115 | 2       | 7        | 5,86 | 1,00           |
| Organisasional         | 115 | 2       | 7        | 5,63 | 1,02           |
| E-Commerce             | 115 | 1       | 7        | 5,50 | 1,32           |
| Kinerja UMKM           | 115 | 2       | 7        | 5,80 | 1,11           |

Sumber: Data olah primer, 2021

Tabel 3 menunjukkan statistik deskriptif variabel penelitian dengan jumlah data 115 responden adalah nilai minimum dari semua variabel adalah 1 dan nilai maksimum dari semua variabel adalah 7 dengan nilai mean tertinggi yaitu 5.86 dan nilai terendah 5.50 dengan kisaran standar deviasi pada angka 1.

### Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Kriteria variabel dikatakan valid dengan ketentuan Critical Ratio (CR)  $>0,50$ . Berdasarkan *output* AMOS pada *Standardized Regression Weight* semua variabel laten memiliki nilai konvergen validity lebih besar dari 0.50 dan juga probability kurang dari 0,05 atau dikatakan semua variabel dalam penelitian ini adalah valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menentukan konsistensi dari indikator-indikator dalam mengukur setiap pertanyaan dalam kuesioner. Dianggap memenuhi kriteria apabila *construct reliability* lebih dari 0,7 yang dapat dilihat dari *output* AMOS *estimates* yang dapat dilihat pada tabel 4

**Tabel 4 Estimate**

|              | Estimate | Keterangan  |              | Estimate | Keterangan  |
|--------------|----------|-------------|--------------|----------|-------------|
| Ling3 <-- X1 | .609     | Kurang Baik | Org1 <-- X4  | .827     | Baik        |
| Ling2 <-- X1 | .906     | Baik        | Ecom1 <-- Y1 | .543     | Kurang Baik |
| Ling1 <-- X1 | .391     | Kurang Baik | Ecom2 <-- Y1 | .938     | Baik        |
| Tek2 <-- X2  | .824     | Baik        | Ecom3 <-- Y1 | .636     | Kurang Baik |
| Tek1 <-- X2  | .891     | Baik        | Ecom4 <-- Y1 | .483     | Kurang      |
| Ind3 <-- X3  | .557     | Kurang Baik | Ecom5 <-- Y1 | .423     | Kurang      |
| Ind2 <-- X3  | .440     | Kurang Baik | Kin1 <-- Y2  | .730     | Baik        |
| Ind1 <-- X3  | .663     | Kurang Baik | Kin2 <-- Y2  | .584     | Kurang Baik |
| Org4 <-- X4  | .854     | Baik        | Kin3 <-- Y2  | .272     | Buruk       |
| Org3 <-- X4  | .576     | Kurang Baik | Kin4 <-- Y2  | .852     | Baik        |
| Org2 <-- X4  | .705     | Baik        |              |          |             |

Sumber: Olah data primer, 2021

### Hasil Analisis Asumsi Model SEM

#### 1. Asumsi Kecukupan Sampel

Menurut Hair *et al* (1998) jumlah minimum sampel pada analisis SEM yaitu antara 100-200 sampel. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 115 orang sehingga sudah memenuhi asumsi kecukupan sampel analisis SEM.

#### 2. Uji Normalitas

Pada *output* AMOS CR Multivariate memiliki nilai sebesar  $23,616 > 2,58$  sehingga secara multivariate dikatakan normal. Sedangkan secara univariate hanya tiga *construct* yang memiliki nilai antara -2,58 sampai 2,58 sehingga hanya Kin3, Ecom4, dan Org3 yang berdistribusi normal namun teknik *Maximum Likelihood* tidak terlalu berpengaruh terhadap penyimpangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang disajikan apa adanya berdasarkan jawaban responden yang beragam sehingga sulit untuk memperoleh data yang berdistribusi normal secara sempurna.

### 3. Asumsi Outliers

Uji *Outliers* untuk melihat suatu data yang memiliki nilai jarak jauh dengan membandingkan nilai *Mahalanobis Distance* dengan derajat kebebasan sebesar 291 dan taraf signifikansi 0,001 sehingga perhitungan nilai *Chi-Square* adalah 289,408. Berdasarkan output AMOS pada penelitian ini tidak terdapat penyimpangan data.

### 4. Uji Goodness of Fit

**Tabel 5 Output rangkungan model fit modifikasi akhir**

| <i>Goodness of Fit Indeks</i> | <i>Cut Off Value</i> | Hasil  | Evaluasi Model |
|-------------------------------|----------------------|--------|----------------|
| $X^2$ Chi- Square             | Diharapkan kecil     |        |                |
| Significand Probability       | $\geq 0,05$          | 46,975 | Good fit       |
| RMSEA                         | $\leq 0,08$          | 0.02   | Good fit       |
| GFI                           | $\geq 0,90$          | 0.94   | Good fit       |
| AGFI                          | $\geq 0,90$          | 0.90   | Good fit       |
| CMIND/DF                      | $\leq 2,00$          | 1.09   | Good fit       |
| TLI                           | $\geq 0.90$          | 0.99   | Good fit       |
| CFI                           | $\geq 0.94$          | 0.99   | Good fit       |

Sumber: Olah data primer, 2021

Berdasarkan kriteria-kriteria *Goodness of Fit* maka dapat disimpulkan semua model dinyatakan fit karena telah memenuhi asumsi *cut of value*.

### Uji Signifikansi Parameter (Uji Hipotesis)

Setelah model SEM berdasarkan *Goodness of Fit* sesuai kriteria cut of value yang ditampilkan pada tabel 5 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H1: “Faktor lingkungan, individual, teknologi, dan organisasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi e-commerce.” dapat diterima. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hanum dan Sinarasri (2018) yang menyimpulkan faktor teknologi, faktor organisasional, faktor lingkungan, dan faktor individual berpengaruh signifikan dan positif terhadap adopsi e-commerce pada pelaku UMKM.

**Tabel 6 Output Regression Weight**

|                       |                           | Estimate | S.E. | C.R.  | P   | Label  |
|-----------------------|---------------------------|----------|------|-------|-----|--------|
| Y1(Adopsi e-commerce) | <-- X1(Lingkungan)        | 2.743    | .775 | 3.540 | *** | par_7  |
| Y1(Adopsi e-commerce) | <-- X2 (Teknologi)        | .896     | .517 | 3.112 | *** | par_8  |
| Y1(Adopsi e-commerce) | <-- X3(Individual)        | .595     | .303 | 1.992 | *** | par_9  |
| Y1(Adopsi e-commerce) | <-- X4(Organisasional)    | -.004    | .112 | 2.501 | *** | par_10 |
| Y2 (Kinerja UMKM)     | <-- Y1(Adopsi e-commerce) | .352     | .078 | 4.493 | *** | par_11 |

Sumber: Olah data primer, 2021

Berdasarkan hasil *output* Tabel 7 maka hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Pengaruh faktor lingkungan terhadap adopsi e-commerce di masa pandemi covid-19  
Nilai C.R lingkungan sebesar 4.540 yang artinya lebih besar dari 1.967 dengan tingkat signifikansi probabilitas 0,00, artinya  $< \alpha$  (0,05). Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{1A}$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{1A}$  “Faktor lingkungan berpengaruh signifikan terhadap adopsi e-commerce pada UMKM di Kecamatan Singosari

Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.” Diterima dan positif signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Hanum dan Sinarasri (2018) hal ini karena faktor lingkungan menjadi salah satu alasan UMKM mengadopsi *e-commerce*.

2. Pengaruh faktor teknologi terhadap adopsi *e-commerce* di masa pandemi covid-19

Nilai C.R faktor teknologi sebesar 3.112 artinya  $> 1,967$ , dengan tingkat signifikansi (P) 0,000 (\*\*\*) artinya  $< \alpha (0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{1B}$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{1B}$  “Faktor teknologi berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.” diterima dan positif signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Fathimah (2019).

3. Pengaruh faktor individual terhadap adopsi *e-commerce* di masa pandemi covid-19

Nilai C.R individual terhadap adopsi *e-commerce* sebesar (1,992) artinya 1,967, Dengan tingkat signifikansinya (p-value) sebesar 0,000 (\*\*\*), artinya  $< \alpha (0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{1C}$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa  $H_{1C}$  “Faktor individual berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.” Dapat diterima dan positif signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hanum dan Sinarasri (2018)

4. Pengaruh faktor organisasional terhadap adopsi *e-commerce* di masa pandemi covid-19

Nilai C.R organisasional terhadap adopsi *e-commerce* sebesar (2.501) yang artinya lebih besar dari 1,967 dengan tingkat signifikansi probabilitas (P) 0.00 yang artinya  $> \alpha (0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_{1D}$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_{1D}$  “Faktor organisasional berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.” Diterima dan positif tidak signifikan. Hasil dari penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian dari Fathimah (2019) yang menyimpulkan faktor organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ningtyas dkk (2015 dan Hanum & Sinarasri (2018) menyimpulkan faktor organisasional tidak berpengaruh terhadap adopsi *e-commerce*.

5. Pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di masa pandemi covid-19

Nilai C.R adopsi *e-commerce* sebesar (4.493) dengan tingkat signifikansi probabilitas (P) sebesar 0.000 (\*\*\*) artinya  $< \alpha (0,05)$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  “Adopsi *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.” Diterima dan positif signifikan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian oleh Ningtyas, dkk (2015), Hanum dan Sinarasri (2018) dan Fathimah (2019).

## Direct and Indirect Effect

**Tabel 7 Direct and Indirect Effect**

| Variabel Terikat | <-- | Variabel Bebas | Direct Effect | Indirect Effect | Efek Total |
|------------------|-----|----------------|---------------|-----------------|------------|
| Kinerja UMKM     | <-- | Ling           | 0.000         | 0.352           | 0.352      |
|                  | <-- | Ind            | 0.000         | 0.315           | 0.315      |
|                  | <-- | Tek            | 0.000         | -0.172          | -0.172     |
|                  | <-- | Org            | 0.000         | -0.001          | -0.001     |

Sumber: Olah data primer, 2021

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan nilai *Indirect Effect* lebih besar dibanding *direct effect* sehingga dapat disimpulkan bahwa adopsi *e-commerce* dapat dikatakan sebagai salah satu faktor penyebab peningkatan kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Faktor lingkungan, faktor teknologi, faktor individual, dan faktor organisasional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Faktor lingkungan, teknologi, individual, dan organisasional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari. Serta adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang.

### Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang.
2. Metode pengumpulan data hanya menggunakan metode penyebaran kuesioner cara *online*.
3. Peneliti hanya menentukan sampel berdasarkan ketentuan *Maximum Likelihood* (ML).
4. Peneliti hanya menggunakan empat faktor yang dianalisis sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM.

### Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah populasi dan faktor yang diteliti.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar menggunakan teknik pengumpulan data wawancara atau penyebaran kuesioner secara langsung agar data yang diperoleh lebih akurat serta diharapkan dalam penentuan sampel tidak hanya berpedoman pada *Maximum Likelihood*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, Allan. 2004. *Business Model: A strategic Management Approach*. McGraw. Hill, Ney York.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Ferdinand, Augusty 2000, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, BP Undip, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit-Universitas Diponegoro.
- Hardilawati, W. laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*.
- Laudon, Kenneth C and Jane P. Laudon. 1998. *Computer and Information System, Edisi Ke-5. United States of America: Times Mirror Higher Education Group*
- Mulyadi. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noviani Hanum, A. dan Sinarasri, A. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi *E Commerce* Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus UMKM Di Wilayah Kota Semarang), *Maksimum*, 8(1), hal. 1. doi: 10.26714/mki.8.1.2018.1-15.

- Nurlinda, V. F. 2019. Determinan Adopsi *E-Commerce* dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* Vol, 7(3).
- Sholihin, M., & Mujilawati, S. 2016. Dampak Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan ). *Jurnal Teknik*, 8(1).
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tasmilah. 2021. Dampak PPKM bagi UMKM. <https://nasional.sindonews.com/read/346920/18/dampak-ppkm-bagi-umkm-1614254551>, diakses pada 8 Oktober pukul 12.30
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM
- Zaenal, Abdul. 2012. *UMKM Sebagai Tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Bandung: Alfabeta

\*) **Firda Rahayu Aisyah** adalah Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

\*\*) **Nur Diana** adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.