

ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR TINGKAT KESIAPAN TERHADAP MINAT USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) UNTUK MENGADOPSI *E-BUSINESS*

Dedi Suyudi
Universitas Proklamasi 45
deddysuyudi@gmail.com

Bambang Sugeng Dwiyanto*
Universitas Proklamasi 45
bsugengd@up45.ac.id

*Corresponding Author

Abstract

The aim of this research is to determine the influence of readiness level factors on the interest of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to adopt e-business using the TOE Framework. The research method used is a quantitative descriptive method. The population in this research is all MSMEs in the Yogyakarta area, totaling 342,586 MSMEs. Based on the results of calculating the number of samples using the Lemeshow formula, 73 MSMEs were selected to be used as samples. The sampling technique used in this research is accidental sampling technique. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The research results show that technological, organizational and environmental variables simultaneously influence MSMEs' interest in adopting e-business, while organization and environment do not influence MSMEs' interest in adopting e-business.

Keywords: *interest in e-business adoption, technology, organization, environment.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor tingkat kesiapan terhadap minat usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengadopsi *e-business* menggunakan *TOE Framework*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di wilayah Yogyakarta yang berjumlah 342.586 UMKM. Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow terpilih 73 UMKM yang akan dijadikan sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel teknologi, organisasi dan lingkungan berpengaruh terhadap minat UMKM mengadopsi *e-business*, namun secara partial organisasi dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat UMKM mengadopsi *e-business*.

Kata kunci: minat adopsi *e-business*, teknologi, organisasi, lingkungan.

LATAR BELAKANG

Pada masa globalisasi dan teknologi yang berkembang dengan pesat memberikan dampak positif bagi UMKM yang mampu beradaptasi dengan gejala lingkungan bisnis global yang mengalami perubahan dan teknologi yang semakin berkembang. Peluang yang besar dapat tercipta ketika UMKM memiliki kemampuan bisnis dengan basis teknologi. Data yang dihimpun dari *Indonesian Association of Internet Providers* menunjukkan bahwa persentase pengguna internet dibandingkan total seluruh penduduk di Indonesia masih begitu kecil, walaupun terdapat kenaikan dari 0,003% pada tahun 1998 ke 3,6% pada tahun 2004. Perusahaan yang menggunakan internet berjumlah 2.196, dimana 18% dari jumlah tersebut merupakan UMKM.

Lambatnya perusahaan dalam menggunakan teknologi dengan basis internet kemungkinan disebabkan oleh rendahnya peran pemerintah dalam memberikan dukungan melalui alokasi GDP yang digunakan untuk berinvestasi pada ICT (*Information and Communication Technology*), yang nilainya hanya 1,4%. Alokasi ini berbeda dengan negara berkembang lainnya Malaysia dan juga India yang mencapai 5,2% dan 3,5%. Wilayah Yogyakarta memiliki karakteristik industri manufaktur dalam skala kecil dan menengah yang seharusnya mempunyai peluang besar dalam melakukan adopsi terhadap *e-business* (Kusmantini, 2012). Menurut Kusmantini (2012) UMKM memiliki sumberdaya yang terbatas dalam melakukan adopsi *e-business*, namun disisi lain UMKM juga memiliki keunikan yang dapat dijadikan sebagai penopang dalam keberhasilan investasi teknologi diantaranya struktur organisasi dan birokrasi yang sederhana sehingga proses komunikasi serta pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat.

Amit & Zott (2001) menyatakan bahwa dalam revolusi industri terdapat suatu titik strategis yaitu teknologi berbasis internet atau seringkali disebut juga sebagai revolusi bisnis secara elektronik (*electronic-business*). *TOE Framework* adalah salah satu varian yang dapat digunakan pada analisis proses adopsi teknologi pada UMKM yang berfokus pada adaptasi teknologi seperti *e-business* serta memperkirakan kesiapan UMKM dalam menggunakan adopsi TI (Hoti, 2015). *Technology organization environment* (TOE) merupakan teori yang dipublikasikan oleh Tomatzky dan Fleicher yang mengatakan bahwa inovasi berpegang pada situasi organisasi, lingkungan industri serta perkembangan teknologi

Konteks teknologi mengacu pada keuntungan relatif, kompatibilitas dan kompleksitas. Semakin tinggi keuntungan yang diperoleh UMKM, semakin konsisten inovasi teknologi serta semakin mudahnya penggunaan teknologi dapat berpengaruh pada minat UMKM dalam mengadopsi *e-business*. Konteks organisasi mengacu pada adanya kesiapan organisasi itu sendiri dan dukungan manajemen puncak. Sedangkan, konteks lingkungan mengacu pada konsumen, pesaing serta pemerintah. Penelitian yang dilakukan oleh Putra & Santoso (2020) menunjukkan bahwa teknologi dan organisasi berpengaruh pada penggunaan *e-business*. Begitu juga dengan penelitian Asteria et al. (2023) yang membuktikan bahwa konteks teknologi, organisasi dan lingkungan berpengaruh pada minat menggunakan teknologi seperti *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini bermaksud melakukan **“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Tingkat Kesiapan Terhadap Minat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Untuk Mengadopsi E-Business”**.

KAJIAN TEORITIS

Minat Mengadopsi E-Business

Menurut Harisno & Pujadi (2009) “e-business merupakan proses melakukan bisnis di internet, yang tidak hanya pembelian atau penjualan barang dan jasa, namun juga pelayanan terhadap pelanggan dan kolaborasi dengan mitra bisnis”. Sedangkan Chaffey (2009) mendefinisikan “*e-Business is the transformation of key business processes through the use of Internet technologies*”. Menurut Dhillon & Kaur (2012) e-business merupakan “suatu teknologi yang digunakan untuk memajukan kegiatan bisnis yang terdiri atas sistem internal organisasi yaitu SDM, sistem keuangan dan administrasi serta sistem internal yaitu penjualan, pemasaran, penyediaan barang dan jasa serta hubungan dengan pelanggan”. O’Brien (2003) menyatakan “e-business merupakan digunakannya internet dan teknologi informasi lainnya untuk menyokong perdagangan elektronik, komunikasi dan kerjasama perusahaan, dan operasi bisnis dengan basis website di dalam perusahaan maupun dengan pelanggan dan mitra bisnisnya”. E-business atau bisnis elektronik adalah suatu konsep yang mengganti proses bisnis menjadi sesuatu yang lain semenjak adanya teknologi internet (Sunarwibowo, 2016).

Minat merupakan kondisi dimana seseorang memberikan perhatian kepada sesuatu, yang memunculkan rasa ingin tahu, memiliki, memahami dan memberikan pembuktian (Ramadhan et al., 2018). Adaptasi *e-business* merupakan keputusan dari pimpinan UMKM untuk mempergunakan seluruh gagasan baru berupa *e-business* sebagai cara bertindak yang paling baik. Minat mengadopsi *e-business* yaitu keadaan dimana seseorang memiliki ketertarikan pada penggunaan *e-business*, yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penggunanya. Chintya (2015) menyatakan bahwa “penggunaan fungsi dari teknologi informasi adalah dampak yang diinginkan oleh pemakai sistem informasi dalam menyelesaikan tanggungjawabnya atau sikap dalam penggunaan teknologi ketika melakukan suatu tugas”. Kekuatan pemanfaatan, kekerapan pemanfaatan dan total aplikasi yang dipergunakan dapat digunakan sebagai alat pengukuran.

Menurut Harisno & Pujadi (2009) implementasi *e-business* dapat memberikan dampak positif yaitu:

1. Peningkatan Aliran Pendapatan (*Revenue Stream*)

Proses bisnis yang menggunakan teknologi memiliki sifat *real time* dan tidak terdapat batasan jarak dan waktu, sehingga penjual dapat menerima informasi secara cepat yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini tidak akan ditemukan dalam sistem bisnis tradisional.

2. Perluasan Pangsa Pasar (*Market Exposure*)

Penggunaan internet dalam proses bisnis membuat produk yang dijual dapat dikenal oleh orang-

orang dari berbagai wilayah sehingga pangsa pasar perusahaan akan semakin luas.

3. Penurunan Biaya Operasional (*Operation Cost*)

Penggunaan internet dalam bisnis dalam meminimalisir pengeluaran biayakhususnya biaya yang digunakan untuk operasional.

4. Perluasan Jangkauan (*Global Reach*)

Dengan menggunakan *e-business*, perusahaan dapat memperluas jangkauannya hingga ke berbagai wilayah baik skala local hingga internasional.

5. Peningkatan *Customer Loyalty*

Penggunaan internet dapat membuat proses interaksi dengan pelanggan menjadi lebih mudah, pelanggan juga tidak perlu mengantre atau berkunjung langsung ke toko, proses transaksi yang mudah akan berdampak pada peningkatan loyalitaspelanggan.

6. Peningkatan *Supplier Management*

Waktu penyaluran barang dapat dilakukan dengan cepat karena adanya komunikasi yang cepat dan tepat.

7. Mempersingkat Waktu Produksi

Dengan adanya *e-business* dapat memudahkan proses produksi sehingga dapat mempersingkat penggunaan waktu.

8. Peningkatan *Value Chain*

Penggunaan *e-business* dapat meningkatkan nilai pada produk yang diproduksi.

Selain dapat berdampak positif, penerapan *e-business* juga bisa memberikandampak negatif, diantaranya yaitu :

1. Adanya kecurangan sehingga dapat menimbulkan kehilangan uang atau dana
2. Informasi rahasia dapat dicuri
3. Adanya gangguan pelayanan dapat berdampak pada hilangkan kesempatan bisnis
4. Konsumen yang kehilangan rasa percaya pada Perusahaan
5. Munculnya kerugian yang tidak dapat diduga antara lain kurangnya kejujuran, kesalahan sumber daya manusia maupun kesalahan dari sistem.

Menurut Ahmadi (2017) terdapat tiga indikator yang bisa dijadikan sebagai alat analisis terbentuknya minat UMKM, yaitu sebagai berikut:

a. Kognisi (Gejala Pengenalan)

Kognisi merupakan suatu kegiatan untuk mendapatkan pengetahuan atau upaya dalam pengenalan terhadap sesuatu melalui pengalamannya sendiri. Kognisi secara garis besar dibedakan menjadi dua yaitu melalui indera dan juga akal. Gejala pengenalan adalah kepercayaan seorang individu mengenai sesuatu yang diterima melalui proses berfikir tentang suatu objek tertentu Proses yang dilakukan

yaitu mendapatkan pemahaman dan memalsukan pemahaman melalui aktivitas mengingat, melakukan analisis, mengukur, melakukan penalaran dan membayangkan.

b. Emosi (Gejala perasaan)

Emosi adalah hasrat untuk memiliki persahaan yang unik ketika bertemu dengan objek tertentu dalam lingkungannya. Emosi merupakan perasaan yang timbul karena disebabkan oleh adanya rangsangan dari internal ataupun eksternal. Artinya suatu perasaan yang memprovokasi seorang individu untuk memberikan respon terhadap rangsangan, baik dari internal maupun eksternal dirinya.

c. Konasi (Gejala kemauan)

Konasi adalah salah satu manfaat hidup kejiwaan manusia, yaitu suatu aktivitas psikologi yang berisikan suatu usaha aktif dan berkaitan dengan pencapaian suatu tujuan. Tujuan merupakan titik akhir dari aktivitas yang memiliki tujuan pada suatu arah. Konasi dapat disamakan dengan hasrat atau kehendak. Kehendak adalah suatu peran jiwa agar bisa mendapatkan sesuatu. Kehendak ini dapat disebut sebagai kekuatan dari internal seseorang, sedangkan dari eksternal disebut sebagai gerak-gerik.

TOE Framework

Technology organization environment (TOE) adalah teori yang diperkenalkan oleh Tomatzky dan Fleicher pada tahun 1990. *TOE Framework* merupakan suatu inovasi yang memiliki keterkaitan pada situasi organisasi, lingkungan industri dan juga perkembangan teknologi. Model *technology organization environment* (TOE) menyatukan rancangan dari keistimewaan. Hoti (2015) menyatakan bahwa *TOE Framework* adalah model yang cocok untuk digunakan dalam analisis proses adopsi TI pada UMKM yang berfokus pada adopsi teknologi seperti *e-commerce*, *e-business* dan memperkirakan kesiapan UMKM, dari segi teknologi, faktor organisasi serta faktor-faktor lingkungan makro dalam mengadopsi TI (Ifinedo, 2012).

Teknologi

Teknologi adalah kelengkapan fasilitas untuk menyuplai sumber daya yang diperlukan bagi keberlanjutan dan kemakmuran hidup manusia. Teknologi merupakan aspek penting dan merupakan salah satu aspek yang akan diadaptasi oleh organisasi dengan tujuan untuk keberlangsungan organisasi. Kerangka teknologi menuju pada upaya serta struktur teknologi bisa berdampak pada proses adaptasi teknologi. Karakteristik yang termasuk didalamnya yaitu:

a. Keuntungan Relatif

Komponen teknologi yang bisa dianggap sebagai pemasok layanan atau jasa untuk suatu perusahaan dikenal sebagai keuntungan relatif, yang didefinisikan sebagai seberapa jauh suatu inovasi dapat membuat perubahan ke arah yang positif dibandingkan metode yang lama. Karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa keuntungan relatif merupakan suatu manfaat dari teknologi sebagai pemasok layanan yang dianggap lebih sesuai dibanding metode yang lama.

b. Kompatibilitas

Kompatibilitas mengacu pada seberapa dekat inovasi dengan prinsip-prinsip yang ada, kejadian di masa lampau, dan keperluan pengadaptasi potensial. Karena itu, dapat diambil suatu kesimpulan bahwa kompatibilitas merupakan keadaan bisnis yang berpotensi dan membenahi pengalaman di masa sebelumnya yang dianggap tidak efektif.

c. Kompleksitas

Kompleksitas yaitu seberapa sulit pengguna dalam melakukan pemahaman dan cara penggunaan suatu sistem. Dengan demikian, kompleksitas adalah ketika pengguna merasakan adanya kesulitan dalam melakukan pemahaman untuk menggunakan sistem.

Organisasi

Organisasi adalah satu kesatuan yang terdiri dari individu dalam suatu perhimpunan untuk mencapai tujuan bersama. Aspek organisasi berdasarkan pada pandangan keahlian serta pandangan sumber daya teknologi dari organisasi dalam menunjang mekanisme adaptasi teknologi. Konteks organisasi terdiri dari semua sifat organisasi yang terdiri dari struktur, sumber daya manusia dan otonomi serta mencakup ukuran organisasi seperti ruang lingkup dan kuantitas sumber daya, total sumber daya yang kurang optimal dan sebagainya. Beberapa fitur yang termasuk didalamnya yaitu:

a. Kesiapan Organisasi

Kesiapan organisasi didefinisikan sebagai pandangan dan penilaian yang membantu membuat pertimbangan mengenai rasa percaya organisasi pada keyakinan, sumber daya dan tanggungjawab untuk menggunakan TI. Kesiapan organisasi menunjukkan bahwa perusahaan berkomitmen untuk menggunakan TI, adanya keyakinan perusahaan bahwa penggunaan TI dapat meningkatkan kinerja perusahaan maupun

serta sumber daya yang dapat memberikan dukungan terhadap adaptasi TI dalam operasinya.

b. Dukungan Manajemen Puncak

Pandangan dan sikap dari para pemangku kepentingan tentang bagaimana adopsi TI dapat meningkatkan *value* perusahaan dikenal sebagai dukungan manajemen puncak. Oleh karena itu, ini adalah kegiatan para pimpinan yang memanfaatkan TI agar *value* perusahaan semakin meningkat.

Lingkungan

Lingkungan dapat didefinisikan sebagai kondisi dan faktor eksternal yang memengaruhi aktivitas bisnis sebuah perusahaan. Persaingan bisnis memiliki kepentingan terhadap faktor dari luar perusahaan. Oleh sebab itu, dalam upaya penekanan biaya, penyesuaian desain dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen maupun untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan maka wajib bagi perusahaan untuk mengamati lingkungan. Fitur yang termasuk didalamnya yaitu:

a. Konsumen

Semakin banyak tekanan dan dorongan dari konsumen, semakin mungkin perusahaan untuk mengadopsi *e-business* untuk tetap kompetitif. Apabila pelanggan memiliki kekuatan yang cukup untuk meminta perusahaan untuk menerapkan teknologi informasi *e-business*, kemungkinan besar mereka akan memiliki lebih banyak peluang untuk berhasil.

b. Pesaing

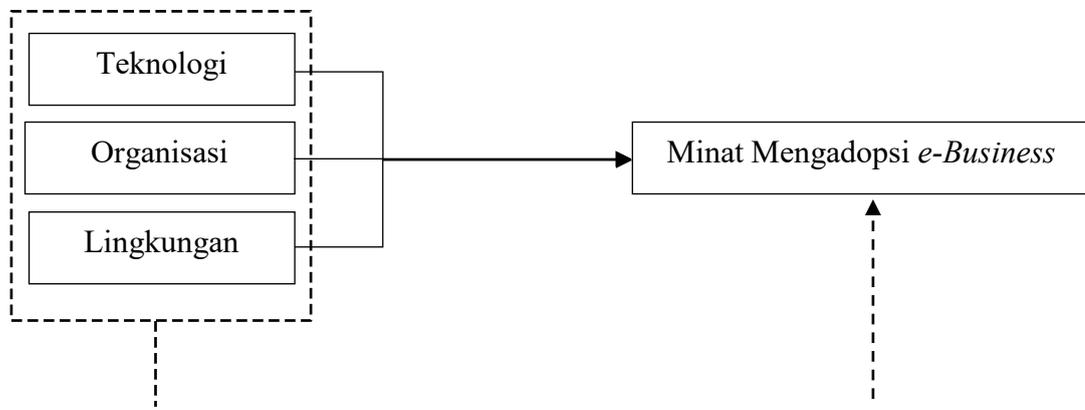
Tekanan pesaing adalah tingkat tekanan yang dialami perusahaan oleh pesaingnya didalam suatu perusahaan. Tekanan pesaing sudah dianggap sebagai tujuan krusial dalam mengadopsi inovasi. Tekanan pesaing adalah ketika perusahaan merasakan daya saing dari perusahaan lain di lingkungannya dengan melakukan hal-hal dan tujuan yang sama.

c. Pemerintah

Tekanan dan dukungan pemerintah sebagai bentuk kesiapan suatu negara untuk mengadopsi teknologi *e-business*, kesiapan *e-business* didefinisikan sebagai kemampuan pemerintah dalam menggunakan TI untuk memindahkan layanan dan

kegiatan ke lingkungan baru; dan *e-business* adalah representasi sejauh mana suatu negara, bangsa, atau ekonomi siap atau ingin memperoleh manfaat dari TI.

KERANGKA BERPIKIR



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa “hipotesis adalah suatu tanggapan temporer dari masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian yang berlandaskan pada fakta-fakta empiris yang didapatkan melalui data yang dikumpulkan”. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Teknologi, Organisasi dan Lingkungan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mengadopsi *e-business*.

H₂ : Teknologi berpengaruh positif terhadap minat mengadopsi *e-business*. H₃ : Organisasi berpengaruh positif terhadap minat mengadopsi *e-business*. H₄ : Lingkungan berpengaruh positif terhadap minat mengadopsi *e-business*.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) “metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada *positivistic* (data konkrit), data penelitian merupakan angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji, memiliki keterkaitan dengan masalah yang dianalisis untuk menghasilkan sebuah kesimpulan”. “Analisis deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk memberikan gambaran tentang suatu hasil penelitian namun tidak digunakan untuk membuat suatu kesimpulan secara luas.”

Populasi adalah keseluruhan total yang berisi individu-individu yang akan dilakukan analisis pada karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di wilayah Yogyakarta yang berjumlah 342.586 UMKM (BAPPEDA DIY, 2023).

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka sampel pada penelitian ini sebesar 73 data sampel. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Karena terbatas waktu maka peneliti akan menghubungi responden melalui email atau telepon dan tidak mendatangi responden secara langsung. Responden yang tidak menjawab email maupun telepon akan otomatis dikeluarkan dari daftar sampel. UMKM yang bersedia menjadi responden selanjutnya akan diberi kuesioner yang dibagikan dalam bentuk *google form*. Dalam penelitian ini digunakan jenis data primer. Data primer yang didapatkan dalam penelitian ini menggunakan daftar pertanyaan yang merupakan suatu alat untuk mengumpulkan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang akan dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pemilik

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	30	41%
Perempuan	43	59%
Total	73	100%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan pada Tabel 1 di atas dapat diketahui jumlah dan persentase dari karakteristik pemilik UMKM berdasarkan jenis kelamin. Responden laki-laki berjumlah 30 responden atau 41% sedangkan responden perempuan berjumlah 43 responden atau 59%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini memiliki jenis kelamin perempuan.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pemilik

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMP	12	16%
Diploma	2	3%
Sarjana	15	20%
Pascasarjana	2	3%
Total	73	100%

Berdasarkan pada Tabel 2 di atas dapat diketahui jumlah dan persentase dari karakteristik pemilik UMKM berdasarkan pendidikan terakhir. Responden yang tingkat pendidikan terakhirnya SMP sebanyak 12 responden atau 16%, SMA/SMK berjumlah 42 responden atau 58%, diploma berjumlah 2 responden atau 3%, sarjana berjumlah 15 responden atau 20% dan pascasarjana berjumlah 2 responden atau 3%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini tingkat pendidikan terakhirnya adalah SMA/SMK.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase
1 – 5 orang	61	84%
6 – 10 orang	6	8%
11 – 15 orang	4	5%
≥ 16 orang	2	3%
Total	73	100%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan pada Tabel 3 di atas dapat diketahui jumlah dan persentase dari karakteristik UMKM berdasarkan jumlah karyawan. UMKM yang memiliki karyawan 1 – 5 orang sebanyak 61 atau 84%, karyawan 6 – 10 orang sebanyak 6 atau 8%, karyawan 11 – 15 orang sebanyak 4 atau 5% dan yang memiliki lebih dari 16 karyawan sebanyak 2 UMKM atau 3%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas UMKM dalam penelitian ini memiliki karyawan dengan jumlah 1 – 5 orang.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan UMKM

Penghasilan UMKM	Jumlah	Persentase
≤ Rp 5.000.000	34	47%
Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000	21	29%
Rp 10.000.001 – Rp 15.000.000	10	14%
Rp 15.000.001 – Rp 20.000.000	4	5%
≥ Rp 20.000.001	4	5%
Total	73	100%

Sumber: Data Primer

Berdasarkan pada Tabel 4. di atas dapat diketahui jumlah dan persentase dari karakteristik UMKM berdasarkan penghasilam. UMKM yang memiliki penghasilan \leq Rp 5.000.000 sebanyak 34 atau 47%, penghasilan Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000 sebanyak 21 atau 29%, penghasilan Rp 10.000.001 – Rp 15.000.000 berjumlah 10 atau 14%, penghasilan Rp 15.000.001 – Rp 20.000.000 dan \geq Rp 20.000.001 masing-masing berjumlah 4 atau 5%. Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa mayoritas UMKM dalam penelitian ini memiliki penghasilan sebesar \leq Rp 5.000.000.

Hasil Analisis Data

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	Rhitung	Rtabel	Signifikansi	Keterangan
Minat Mengadopsi E-Business	Y1	0,768	0,2303	0,000	Valid
	Y2	0,851	0,2303	0,000	Valid
	Y3	0,852	0,2303	0,000	Valid
	Y4	0,898	0,2303	0,000	Valid
	Y5	0,863	0,2303	0,000	Valid
	Y6	0,788	0,2303	0,000	Valid
Teknologi	X1.1	0,730	0,2303	0,000	Valid
	X1.2	0,887	0,2303	0,000	Valid
	X1.3	0,932	0,2303	0,000	Valid
	X1.4	0,899	0,2303	0,000	Valid
	X1.5	0,892	0,2303	0,000	Valid
	X1.6	0,795	0,2303	0,000	Valid
Organisasi	X2.1	0,837	0,2303	0,000	Valid
	X2.2	0,853	0,2303	0,000	Valid
	X2.3	0,925	0,2303	0,000	Valid
	X2.4	0,875	0,2303	0,000	Valid
	X2.5	0,868	0,2303	0,000	Valid
	X2.6	0,804	0,2303	0,000	Valid
Lingkungan	X3.1	0,869	0,2303	0,000	Valid
	X3.2	0,889	0,2303	0,000	Valid
	X3.3	0,890	0,2303	0,000	Valid
	X3.4	0,886	0,2303	0,000	Valid
	X3.5	0,834	0,2303	0,000	Valid
	X3.6	0,824	0,2303	0,000	Valid

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel di atas, diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan dari variabel minat mengadopsi *e-business*, teknologi, organisasi dan lingkungan mempunyai nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ serta nilai signifikansi $< 0,05$ yang menunjukkan bahwa indikator variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{α}	r_{kritis}	Kriteria
Minat Mengadopsi <i>E-Business</i>	0,913	0,600	Reliabel
Teknologi	0,926	0,600	Reliabel
Organisasi	0,928	0,600	Reliabel
Lingkungan	0,932	0,600	Reliabel

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, diketahui bahwa item pertanyaan dalam penelitian ini memiliki nilai $r_{\alpha} > r_{kritis}$, dimana nilai r_{kritis} sebesar 0,600 sedangkan r_{α} dari minat mengadopsi *e-business* sebesar 0,913, teknologi sebesar 0,926, organisasi sebesar 0,928 dan lingkungan sebesar 0,932. Karena itu setiap item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau andal.

Tabel 7. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	73	12	30	24.92	3.049
X1	73	12	30	24.73	3.301
X2	73	12	30	24.47	3.346
X3	73	12	30	25.05	3.358
Valid N (listwise)	73				

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif di atas, diketahui bahwa nilai minimum variabel minat mengadopsi *e-business* (Y) sebesar 12, maksimum 30, rata-rata 24,92 dan standar deviasi sebesar 3,049. Variabel teknologi (X1) memiliki nilai minimum sebesar 12, maksimum 30, rata-rata 24,73 dan standar deviasi sebesar 3,301. Variabel organisasi (X2) memiliki nilai minimum sebesar 12, maksimum 30, rata-rata 24,47 dan standar deviasi sebesar 3,346. Variabel lingkungan (X3) memiliki nilai minimum sebesar 12, maksimum 30, rata-rata 25,05 dan standar deviasi sebesar 3,358.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29604984
Most Extreme Differences	Absolute	.214
	Positive	.214

	Negative	-.134
Test Statistic		.214
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya data tidak berdistribusi normal. Gujarati and Porter (2015) menyatakan “apabila uji normalitas memberikan hasil bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini cenderung tidak normal maka dapat digunakan asumsi *Central Limit Theorem* yaitu jika jumlah data penelitian cukup banyak ($n > 30$) maka asumsi normalitas dapat diabaikan”.

Tabel 9. Hasil Uji Linearitas

		ANOVA Table				
		Sum of				
		Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y	* Between (Combined)	593.949	12	49.496	39.304	.000
X1	Groups					
	Linearity	547.458	1	547.458	434.733	.000
	Deviation from Linearity	46.491	11	4.226	3.356	.001
	Within Groups	113488.421	75.558	60	1.259	
	Total	129802.952	669.507	72		
Y	* Between (Combined)	520.996	13	40.077	15.922	.000
X2	Groups					
	Linearity	408.403	1	408.403	162.250	.000
	Deviation from Linearity	112.593	12	9.383	3.728	.000
	Within Groups	29492.667	148.510	59	2.517	
	Total	129802.952	669.507	72		
Y	* Between (Combined)	472.415	12	39.368	11.985	.000
X3	Groups					
	Linearity	381.263	1	381.263	116.066	.000
	Deviation from Linearity	91.152	11	8.287	2.523	.011
	Within Groups	126465.375	197.092	60	3.285	
	Total	129802.952	669.507	72		

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas, diketahui bahwa nilai *linearity* pada masing- masing variabel sebesar $0,000 < 0,05$. Namun dari *deviation from Linearity* untuk X1 dan X2 $< 0,05$ Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen dalam penelitian ini bersifat mendekati linear.

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity	
	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Tolerance	VIF
	Coefficients	Std. Error	Coefficients	Beta				
1 (Constant)	4.481	1.231			3.639	.001		
X1	.912	.113	.988		8.096	.000	.176	5.685
X2	-.073	.105	-.081		-.699	.487	.197	5.086
X3	-.013	.092	-.014		-.141	.888	.257	3.897

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas, diketahui bahwa:

- Variabel teknologi (X1) memiliki nilai *tolerance* $0,176 > 0,1$ dan VIF $5,685 < 10$. Artinya, variabel profitabilitas terbebas dari gejala multikolinearitas.
- Variabel organisasi (X2) memiliki nilai *tolerance* $0,197 > 0,1$ dan VIF $5,086 < 10$. Artinya, variabel solvabilitas terbebas dari gejala multikolinearitas.
- Variabel lingkungan (X3) memiliki nilai *tolerance* $0,257 > 0,1$ dan VIF $3,897 < 10$. Artinya, variabel aktivitas terbebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	3.283	.812		4.042	.000
X1	-.040	.074	-.142	-.534	.595
X2	-.105	.069	-.380	-1.509	.136
X3	.046	.061	.169	.768	.445

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas di atas maka diketahui bahwa:

- Variabel teknologi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,595 > 0,05$. Artinya, variabel teknologi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.
- Variabel organisasi (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,136 > 0,05$. Artinya, variabel organisasi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.
- Variabel lingkungan (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,445 > 0,05$. Artinya, variabel lingkungan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4.481	1.231		3.639	.001
	X1	.912	.113	.988	8.096	.000
	X2	-.073	.105	-.081	-.699	.487
	X3	-.013	.092	-.014	-.141	.888

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 4,481 + 0,912 X1 - 0,073 X2 - 0,013 X3 + e$

Model regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstansa sebesar 4,481, artinya ketika teknologi, organisasi dan lingkungan bernilai 0 maka minat mengadopsi *e-business* akan memiliki nilai 4,481.
- Nilai koefisien teknologi sebesar 0,912, artinya ketika teknologi meningkat satu satuan maka minat mengadopsi *e-business* juga akan meningkat.
- Nilai koefisien organisasi sebesar -0,073, artinya ketika organisasi meningkat satu satuan maka minat mengadopsi *e-business* akan menurun.
- Nilai koefisien lingkungan sebesar -0,013, artinya ketika lingkungan meningkat satu satuan maka minat mengadopsi *e-business* akan menurun.

Tabel 13. Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.819	.812	1.324

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji R^2 yang disajikan pada tabel 4.13, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,812. Hal tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen pada penelitian ini sebesar 81,2%, sedangkan sisanya sebesar 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 14. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	548.565	3	182.855	104.323	.000 ^b
1 Residual	120.942	69	1.753		
Total	669.507	72			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $104,323 > 2,74$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka **H₁ diterima**, artinya variabel teknologi, organisasi dan lingkungan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat mengadopsi *e-business*.

Tabel 15. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients	Std. Error	Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.481	1.231		3.639	.001
1 X1	.912	.113	.988	8.096	.000
X2	-.073	.105	-.081	-.699	.487
X3	-.013	.092	-.014	-.141	.888

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji statistik t pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa:

1. Variabel teknologi (X1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,096 > 1,667$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₂ diterima**, artinya teknologi berpengaruh positif terhadap minat mengadopsi *e-business*.
2. Variabel organisasi (X2) memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,699 < 1,667$ dengan signifikansi sebesar $0,487 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₃ ditolak**, artinya organisasi tidak berpengaruh terhadap minat mengadopsi *e-business*.
3. Variabel lingkungan (X3) memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0,141 < 1,667$ dengan signifikansi sebesar $0,888 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa **H₄ ditolak**, artinya lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat mengadopsi *e-business*.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Teknologi, Organisasi dan Lingkungan terhadap Minat Menggunakan *E-Business*

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa teknologi, organisasi dan lingkungan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menggunakan *e-business*. Artinya ketika teknologi, organisasi dan lingkungan mengalami peningkatan maka minat menggunakan *e-business* juga akan meningkat. Menurut *TOE Framework* yang dipublikasikan oleh Tomatzky dan Fleicher inovasi berpegang pada situasi organisasi, lingkungan industri serta perkembangan teknologi. Oleh sebab itu teknologi, organisasi dan lingkungan merupakan faktor penting dalam menumbuhkan minat mengadopsi *e-business*. *TOE Framework* adalah salah satu model yang tepat untuk digunakan dalam analisis proses adopsi TI pada UMKM yang berfokus pada adaptasi teknologi seperti *e-commerce*, *e-business* dan memperkirakan kesiapan UMKM, dari segi teknologi, faktor organisasi serta faktor-faktor lingkungan makro dalam mengadopsi TI (Ifinedo, 2012). Adanya sarana teknologi yang memadai, kesiapan organisasi dan lingkungan eksternal yang mendukung akan meningkatkan minat UMKM dalam menggunakan *e-business*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asteria et al. (2023) yang menyatakan bahwa teknologi, organisasi dan lingkungan berpengaruh terhadap minat mengadopsi *e-business*.

2. Pengaruh Teknologi terhadap Minat Menggunakan *E-Business*

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-business*. Artinya, jika teknologi meningkat maka minat menggunakan *e-business* juga akan mengalami peningkatan. Teknologi merupakan aspek penting dan menjadi salah satu aspek yang akan diadaptasi oleh suatu perusahaan demi keberlangsungan perusahaan tersebut. Teknologi mampu memberikan efek positif bagi kegiatan operasional organisasi, dimana proses operasional akan lebih cepat dan mudah dengan bantuan teknologi. Ketika sarana teknologi yang dimiliki UMKM mendukung untuk mengadopsi *e-business* maka minat UMKM untuk melakukan adopsi terhadap *e-business* akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra & Santoso (2020) yang menyatakan bahwa teknologi berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-business*.

3. Pengaruh Organisasi terhadap Minat Menggunakan *E-Business*

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-business*. Artinya, baik buruknya organisasi tidak dapat mempengaruhi minat menggunakan *e-business*. Tidak adanya pengaruh antara organisasi dengan minat menggunakan *e-business* dapat disebabkan karena organisasi tidak menjadi alasan utama UMKM dalam mengadopsi *e-business*. Meskipun sumber daya manusia dalam organisasi memiliki kemampuan untuk dapat menggunakan *e-business* dan pemilik juga mendukung penggunaan *e-business*, namun ketika dana yang dimiliki oleh UMKM tidak mencukupi untuk menyediakan sarana teknologinya maka tidak akan terbentuk minat mengadopsi *e-business*. Hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra & Santoso (2020) yang menyatakan

bahwa organisasi berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-business*.

4. Pengaruh Lingkungan terhadap Minat Menggunakan E-Business

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa lingkungan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *e-business*. Artinya, baik buruknya lingkungan UMKM tidak mampu mempengaruhi minat menggunakan *e-business*. Tidak adanya pengaruh antara lingkungan dengan minat menggunakan *e-business* dapat disebabkan karena lingkungan tidak menjadi alasan utama UMKM dalam mengadopsi *e-business*. Adanya dukungan dari pemerintah dan tuntutan dari konsumen untuk beralih ke *e-business* tidak akan berpengaruh apabila pemilik UMKM merasa bahwa sistem tradisional lebih menguntungkan sehingga minat dalam mengadopsi *e-business* tidak akan muncul. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bimata (2021) yang menyatakan bahwa lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *e-business*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap faktor-faktor tingkat kesiapan terhadap minat usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengadopsi *e-business*, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu teknologi, organisasi dan lingkungan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat UMKM mengadopsi *e-business*. Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM mengadopsi *e-business*. Sedangkan organisasi dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap minat UMKM mengadopsi *e-business*.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti bermaksud untuk memberikan beberapa saran bagi penelitian selanjutnya yang hendak meneliti tentang faktor-faktor tingkat kesiapan terhadap minat usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengadopsi *e-business* yaitu penelitian selanjutnya dapat menambah responden penelitian sehingga bisa didapatkan hasil yang lebih baik. Penelitian selanjutnya dapat menyebarkan kuesioner dengan menemui responden secara langsung sehingga dapat menjelaskan maksud dari pertanyaan kuesioner agar tidak terjadi perbedaan pemahaman maksud pertanyaan antara peneliti dengan responden.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmadi, A. (2017). *Psikologi Umum*. Rineka Cipta.
- Amit, R., & Zott, C. (2001). Value Creation in E-Business. *Strategic Management Journal*, 22, 493–520.
- Asteria, J. G., Sanggala, E., & Leonidas, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Dalam Penggunaan E-commerce di Pasar Lokal. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(4).
- BAPPEDA DIY. (2023). *UMKM*. https://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm
- Bimata, M. I. (2021). *Anteseden Adopsi E-Business dan Dampaknya Bagi UMKM*. Universitas Islam Indonesia.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business and E-Commerce Management, Strategy, Implementation & Practice*. Pearson Education.
- Chintya, I. (2015). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Kinerja Instansi Pemerintah di Kota Solok (Studi pada SKPD Kota Solok). *Jurnal Akuntansi*, 3(1), 1–14. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/akt/article/view/1643>
- Dhillon, R., & Kaur, S. (2012). *Review Paper on e-Business dan CRM*. www.researchmanuscripts.com/isociety2012/64
- Harisno, H., & Pujadi, T. (2009). E-Business Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.21512/commit.v3i2.516>
- Hoti, E. (2015). The Technological, Organizational and Environmental Framework of IS Innovation Adaption in Small and Medium Enterprises. Evidence from Research Over the Last 10 Years. *International Journal of Business and Management*, III(4), 1–14. <https://doi.org/10.20472/bm.2015.3.4.001>
- Ifinedo, P. (2012). Understanding information systems security policy compliance: An integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory. *Computers and Security*, 31(1), 83–95. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2011.10.007>
- Kusmantini, T. (2012). Analisis Pengaruh E-Readiness Factors Terhadap Intensi UKM Adopsi E-Business. *Journal of Management and Business*, 11(1), 84–96. <https://doi.org/10.24123/jmb.v11i1.208>
- O'Brien, J. (2003). *Introduction to Information System Essential for E-Business Enterprise* (11th ed.). McGraw-Hill.
- Putra, P. O. H., & Santoso, H. B. (2020). Contextual Factors and Performance Impact of E-Business Use in Indonesian Small and Medium Enterprises (SMEs). *Heliyon*, 6(3), e03568. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03568>
- Ramadhan, R., Marwan, & Armiaati. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Motivasi Belajar terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi (STudi pada Siswa SMK Nasional Padang). *EcoGen*, 1(1), 140–147.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sunarwibowo, R. P. (2016). Adopsi E-Business pada Lembaga Koperasi. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 5(1).