Anteseden Adopsi E-Business dan Dampaknya Bagi UMKM

SKRIPSI

Ditulis oleh :

Nama	:	Muhammad Iqbal Bimata
NIM	:	17311294
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

Anteseden Adopsi E-Business dan Dampaknya Bagi UMKM

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indosia

Ditulis oleh :

Nama	:	Muhammad Iqbal Bimata
NIM	:	17311294
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa peryataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 2021

Penulis,



Muhammad Iqbal Bimata

Anteseden Adopsi E-Business dan Dampaknya Bagi UMKM

SKRIPSI

Ditulis oleh:

Nama	:	Muhammad Iqbal Bimata
NIM	:	17311294
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

Yogyakarta, 13 Juni 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing

Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M.

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna

memperoleh gelar sarjana strata - 1 di Program Studi Manajemen,

Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama	:	Muhammad Iqbal Bimata
NIM	:	17311294
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Operasional

Yogyakarta, 2021

Disahkan oleh :

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M. ……

Penguji : Zainal Mustafa El Qadri, Dr., M.M. ……

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

(Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D.

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (QS. Asy Syarh 5-6).

Waktu bagaikan pedang. Jika kamu tidak memanfaatkannya dengan baik, maka ia akan memanfaatkan (HR. Muslim).

Anteseden Adopsi E – Business dan Dampaknya Bagi UMKM

Muhammad Iqbal Bimata

17311294@studens.uii.ac.id

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin maju memudahkan banyak sekali pihak untuk melaksanakan apa yang mereka inginkan dengan efektif dan efisien. Salah satu pihak yang merasakan ialah para pelaku usaha kuliner yang mengadopsi *e – business.* Pada penelitian ini, penulis mencari tahu hubungan antara Konteks Teknologi (KT), Konteks Organisasional (KO), dan Konteks Lingkungan (KL) terhadap Penggunaan *E – Business* (PE) bagi pelaku usaha kuliner. Penelitian ini diuji menggunakan metode Regresi dengan 55 sampel bidang usaha kuliner di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Hasil yang didapat bahwa KT, KO, dan KL berpengaruh positif terhadap PE. Hasil pada penelitian ini dapat digunakan menjadi acuan bagi bidang usaha kuliner untuk mengimplementasikan hasil ini untuk diadopsikan kepada sistem kerja untuk memberi hasil efektif dan efisien.

Kata Kunci : Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, Konteks Lingkungan, Penggunaan *E – Business*.

Antecedents of E-Business Adoption and Its Impact on SMEs

Muhammad Iqbal Bimata

17311294@studens.uii.ac.id

Management, Faculty of Business and Economics, Islamic University of Indonesia, Special Region of Yogyakarta

ABSTRACT

The development of increasingly advanced technology makes it easier for many parties to carry out what they want effectively and efficiently. One of the parties who feel is culinary business actors who adopt e-business. In this study, the authors find out the relationship between the Technological Context (TC), Organizational Context (OC), and Environmental Context (EC) on the Use of E-Business (UB) for culinary business actors. This study was tested using the Regression method with 55 samples of culinary business fields in the Special Region of Yogyakarta selected by purposive sampling technique. The results obtained that TC, OC, and EC have a positive effect on UE The results in this study can be used as a reference for the culinary business sector to implement these results to be adopted into the work system to provide effective and efficient results.

Keywords : Technology Context, Organizational Context, Environmental Context, E – Business Usage.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahi Rabbil'aalamiin, segala puji bagi Allah SWT, sumber segala hikmah dan ilmu pengetahuan karena berkat-Nya saya selalu diberi kemampuan berupa tenaga, akal, dan sumber daya lain. Shalawat serta salam saya panjatkan bagi Nabi Muhammad SAW yang telah memberi ilmu bagi banyaknya umat muslim di dunia. Karena hal tersebut, saya bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan judul **"Anteseden Adopsi *E – Business* dan Dampaknya Bagi UMKM"**. Tidak lupa saya berterimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis Ekonomika, Universitas Islam Indonesia atas kepemimpinan dan bimbingan kepada seluruh mahasiswa.
2. Bapak Baziedy Aditya Darmawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing atas ilmu, bimbingan, waktu, dan tenaga yang memudahkan saya dalam penulisan tugas akhir skripsi.
3. Bapak Zainal Mustafa El Qadri, Dr., M.M. selaku Dosen Penguji atas ilmu dan masukan dalam pengerjaan penulisan tugas akhir skripsi ini.
4. Ibu Istyakara Muslichah S.E., MBA. yang telah memberi saya banyak kesempatan untuk lebih berkembang dan mempercayai saya untuk menjadi Aslab ERP 2019/2020.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang telah memberi ilmu yang kelak berguna bagi penulis di masa yang akan datang.

6. Kedua orang tua saya, Alm. Andang Wibowo Saputra dan Isnu Ruyani yang telah memberi motivasi, tenaga, nasihat, teguran, dan masih banyak lagi.
7. Kedua saudara kandung saya Annisa Ayu Utami dan Adeline Ayu Lestari yang telah memberi masukan dan semangat.
8. Annaya Putri Prakarsa mahasiswa TIP UGM yang telah banyak mengajari, *brainstorming*¸ saran, nasihat, semangat, dukungan, dan selalu mengingatkan saya agar mengerjakan tugas akhir ini dan juga memberi hal baru dalam keseharian saya.
9. Seluruh anggota Aslab ERP 2019/2020 yang telah memberi banyak dukungan, masukan, hal – hal baru yang membantu tugas akhir.
10. Seluruh teman teman seperjuangan yang telah memberi kesan yang positif selama perkuliahan.
11. Bang Firman Agum Gunawan sudah mengajari dan memberi banyak referensi untuk pengerjaan tugas akhir skripsi saya.
12. Seluruh responden dan pihak yang tidak bisa saya sebutkan semuanya, yang telah membantu mengisi dan juga menyebarkan kuisioner penelitian saya. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dengan balasan yang baik.

Sekian, *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yogyakarta, 13 Juni 2021

Muhammad Iqbal Bimata

DAFTAR ISI

Halaman Judul ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme ii

Halaman Pengesahan Skripsi iii

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi iv

MOTTO v

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Masalah 1

1.2. Rumusan Masalah 5

1.3. Pertanyaan Penelitian 5

1.4. Tujuan Penelitian 5

1.5. Manfaat Penelitian 6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1. Landasan Teori 7

2.1.1 Model Adaptasi Teknologi 7

2.1.2 Technology, Organization, and Environment (TOE) 7

2.1.2.1. Teknologi 8

2.1.2.2. Organisasi 8

2.1.2.3. Lingkungan 9

2.1.3. Resources Based View (RBV) 10

2.1.4. Model Konseptual 11

2.2. Penelitian Terdahulu 11

2.3. Formulasi Hipotesis 14

2.4. Model Penelitian 16

BAB 3 METODE PENELITIAN 17

3.1. Lokasi Penelitian 17

3.2. Populasi dan Sampel 17

3.2.1. Populasi 17

3.2.2. Sampel 17

3.3. Definisi Operasional Variabel 18

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 20

3.4.1. Jenis Data 20

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data 21

3.5. Uji Kualitas Instrumen 21
3.5.1. Uji Validitas 21
3.5.2. Uji Reliabilitas 22
3.6. Metode Analisis Data 22
3.6.1. Analisis Deskriptif 22
3.6.2. Analisis Inferensial 23
3.6.2.1. Uji Asumsi Klasik 23
3.6.2.2. Analisis Regresi Berganda 24
3.6.2.3. Uji T 24
3.6.2.4. Uji R^2 25
3.6.2.5. Uji F 25
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 26
4.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen 26
4.1.1. Hasil Uji Validitas 26
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas 27
4.2. Metode Analisis Data 28
4.2.1. Analisis Deskriptif 28
4.2.1.1. Analisis Deskriptif Data Profil Responden 28
4.2.1.2. Analisis Deskriptif Variabel 31
4.2.2. Analisis Inferensial 36
4.2.2.1. Hasil Uji Asumsi Klasik 36
4.2.2.2. Analisis Regresi Berganda 39

4.2.2.3. Hasil Uji T 40
4.2.2.4. Uji R^2 42
4.2.2.5. Hasil Uji F 42
4.3. Pembahasan 43
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN 47
5.1. Kesimpulan 47
5.2. Keterbatasan Penelitian 47
5.3. Saran 48
DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 12

Tabel 4.1. Hasil Validitas 26

Tabel 4.2. Hasil Reliablitas 27

Tabel 4.3. Umur Usaha 28

Tabel 4.4. Jumlah Karyawan 29

Tabel 4.5. Omzet/tahun 31

Tabel 4.6. Jabatan Responden 30

Tabel 4.7. Hasil Penilaian KT 32

Tabel 4.8. Hasil Penilaian KO 33

Tabel 4.9. Hasil Penilaian KL 34

Tabel 4.10. Hasil Penilaian PE 35

Tabel 4.11. Uji Normalitas 36

Tabel 4.12. Uji Multikolinearitas 37

Tabel 4.13. Uji Heteroskidastisitas 38

Tabel 4.14. Uji Regresi Linear Berganda 39

Tabel 4.15. Uji T 40

Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian 16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian 52

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 60

Lampiran 3. Daftar Data Profil Responden..... 65

Lampiran 4. Daftar Data Variabel..... 68

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik 75

Lampiran 5. Uji Regresi..... 77

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Untuk menunjang pengelolaan bisnis, kini semakin banyak usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM yang mengadopsi electronic business (e-business) yang mampu memberikan hal – hal positif. UMKM saat ini mudah sekali ditemui di berbagai penjuru tempat karena banyaknya berbagai macam kebutuhan yang diperjualkan, mulai dari *café*, pakaian, kebutuhan rumah tangga, dan lain lain. UMKM bagi beberapa orang dapat menjadi landasan ekonomi. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya penyerapan tenaga kerja UMKM pada tahun 2018 mencapai 97%, mengalami perkembangan 0,47% dari 2017 (Depkop, 2018).

Di era saat ini, teknologi sangat berkembang pesat. Hampir seluruh wilayah sudah terjangkau oleh internet dan mayoritas manusia di bumi ini memiliki *smartphone* yang mendukung. Hal ini dapat dibuktikan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia bahwa pada Juni 2020, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa yang disebabkan oleh meratanya infrastruktur yang tersedia, meningkat 25 juta jiwa dari 2018 (Irawan et al., 2020). Digitalisasi menawarkan peluang yang belum pernah ada untuk UMKM, tetapi banyak UMKM yang kekurangan sumber daya dan kemampuan yang dapat menghambat peluang tersebut.(Cenamor et al., 2019).

UMKM harus memanfaatkan momen tersebut agar dapat bersaing dengan UMKM lain dan bisa saja dengan perusahaan yang lebih besar. Maka itu, adanya *e-business* yang membantu perusahaan dalam meningkatkan profit. *E-business* dapat membantu perusahaan dalam berinteraksi dengan lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Hal ini menunjukkan bahwa faktor teknologi dapat mempengaruhi keputusan pemilik atau manajer UMKM untuk menggunakan atau menolak penggunaan *e-business* (Putra & Santoso, 2020)

Digitalisasi pada era yang modern ini, sangat membantu UMKM untuk menawarkan apa yang belum mereka miliki. Adanya digitalisasi, informasi yang beredar dapat membantu menyinkronkan data data di sebuah perusahaan dan mengurangi kesalahan penerimaan informasi sehingga produktivitas semakin efisien. Adanya sosial media juga membantu perusahaan memantau dan bisa menjadi alat komunikasi secara langsung dan cepat kepada konsumen. Saat ini adanya revolusi Industri 4.0 yang menetapkan sejumlah tantangan bagi perusahaan manufaktur dari sudut pandang teknologi, organisasi, dan manajemen (Horváth & Szabó, 2019).

Besarnya platform *e-commerce* juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan terhadap apa yang akan mereka ambil ke depannya. Keputusan tersebut dapat menjadi pembeda antara produk yang mereka jual dengan produk pesaing, apakah produk tersebut bisa lebih dikenal atau malah tenggelam dikalahkan produk pesaing.

Pada penelitian ini, penulis akan meneliti UMKM secara umum. Saat ini UMKM tumbuh secara cepat, hal itu juga didukung oleh kualitas yang diberikan

oleh UMKM bisa bersaing dengan perusahaan besar tetapi dengan harga yang lebih murah. Hal tersebut akan membantu memperkenalkan bahwa UMKM adalah hasil produk yang tidak dapat diremehkan.

Pesatnya UMKM di Indonesia, adanya *marketplace*, serta penggunaan internet di Indonesia yang sangat besar, maka hal tersebut bisa menjadi peluang bagi UMKM untuk meningkatkan profitabilitas mereka. Pihak UMKM dapat memperkenalkan produk yang mereka miliki ke seluruh penjuru wilayah, tidak hanya memasarkan di sekitar wilayahnya saja. Terlebih saat ini, pengiriman barang juga gampang.

Marketplace adalah sebuah tempat berjualan secara online yang memiliki tujuan agar lebih menjangkau banyak pelanggan. Tidak seperti toko fisik dimana pelanggan diharuskan datang ke lokasi untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Dengan adanya marketplace, penjual dapat mendapat pelanggan dari mana saja, dengan kata lain tidak adanya batasan area untuk menjual. Contoh marketplace besar di Indonesia saat ini adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak. Adapun contoh lain, banyak UMKM khususnya di bidang kuliner berjualan melalui aplikasi ojek *online* dan juga berjualan melalui media sosial yang mereka kelola. Bisa juga para pelaku bisnis menggunakan sistem ERP, salah satu contoh yang paling sering ditemui ialah kasir elektronik yang otomatis akan mencatat pemasukan dan pengeluaran secara otomatis sehingga pihak *internal* lain dapat mengetahui secara cepat dan akurat.

Masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM kurangnya pengetahuan atau tidak adanya sumber daya yang dapat mendukung atau memaksimalkan peluang

untuk adopsi *e – business.* Hal tersebutlah yang sering kali menjadi hambatan bagi UMKM untuk mengadopsi *e – business.* Terlebih pada masa ini, pandemic Covid - 19 sedang terjadi yang menghambat mobilitas masyarakat keluar rumah. Pandemi meningkatkan penggunaan *e – commerce* sebanyak 91 persen dan diperkirakan ada 12 juta pengguna *e – comemerce* dan diprediksi 40 persen diantaranya akan mengandalkan *e – commerce* setelah pandemi berakhir (Sirlco, 2020). Menurut survei BPS (2019), pada 2019 menunjukkan bahwa hanya 15,08 persen pelaku UKM yang memasarkan usahanya melalui platform *e – commerce* (BPS, 2019). Hal itu tergolong kecil dibandingkan dengan adanya 3.504 UMKM yang di survei. Banyak pelaku UMKM merasa bahwa sudah nyaman berjualan secara konvensional atau kurangnya pengetahuan.

Pada penelitian sebelumnya, penelitiannya didominasi oleh perusahaan manufaktur, kurang menjelaskan faktor kontekstual yang mempengaruhi penggunaan *e – business* secara keseluruhan. Selain itu, peneliti sebelumnya menggunakan non probabilitas sampling, pemilihan responden yang membatasi penelitiannya, serta variabel bebas yang diwakili oleh faktor kontekstual terbatas.

Di sisi lain penelitian yang berfokus pada adopsi *e – business* dengan obyek UMKM masih sangat terbatas, khususnya pada negara berkembang seperti di Indonesia. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengisi gap penelitian tersebut dan memberi peluang kepada UMKM untuk memanfaatkan momen meningkatnya penggunaan sistem teknologi informasi, dengan menguji beberapa faktor yang diduga menjadi anteseden adopsi *e – business* dan dampaknya bagi UMKM. Oleh

karena itu, penulis melakukan penelitian ini dengan judul "**Anteseden Adopsi E – Business dan Dampaknya Bagi UMKM"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang, pentingnya penggunaan *e – business* dengan tingginya penggunaan smartphone dan dengan meningkatnya penggunaan *e – commerce* dengan seiring berjalannya waktu tetapi kurang minatnya UMKM menggunakan *e – commerce*.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka pertanyaan dari penelitian ini ialah :

1. Apakah konteks teknologi secara positif memengaruhi penggunaan *e – business* bagi UMKM?
2. Apakah konteks organisasional secara positif memengaruhi penggunaan *e – business* bagi UMKM?
3. Apakah konteks lingkungan secara positif memengaruhi penggunaan *e – business* bagi UMKM?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka tujuan penelitian ialah :

1. Mengetahui dampak konteks teknologi terhadap penerapan *e – business* bagi UMKM
2. Mengetahui dampak konteks organisasional terhadap penerapan *e – business* bagi UMKM

3. Mengetahui dampak konteks lingkungan terhadap penerapan *e – business* bagi UMKM

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan ilmu baru sehingga akan berguna untuk diterapkan dimasa yang akan datang.

2. Bagi UMKM

Memperkenalkan dan menawarkan digitalisasi dengan lebih luas kepada para UMKM. Adanya jaringan digitalisasi dapat membuat UKM lebih cepat dan tepat meraih konsumen yang ingin mereka tuju. Sebagai contohnya media sosial yang membantu memperkenalkan produknya secara lebih luas, adanya *e-commerce* yang memudahkan konsumen untuk mendapat produk yang ia miliki, adanya mitra yang dapat diajak kerja sama seperti kurir antar jemput barang, sehingga ketiga hal tersebut dapat berdampak baik, bukan hanya kepada pihak penjual, tetapi juga kepada pihak pembeli.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi memberikan referensi empiris yang digunakan sebagai rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik adopsi *e – business* oleh UMKM.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Model Adaptasi Teknologi

Adopsi teknologi informasi bisa menjadi hal penting untuk berbagai hal, tidak terkecuali untuk UMKM. Adanya teknologi informasi dapat memberi keunggulan untuk mendukung bisnis UMKM dibanding berjualan secara konvensional. Pemberian pemahaman teknologi informasi dapat memacu UMKM untuk mengadopsi penjualannya di berbagai macam *platform* dengan guna mendukung target Kemenkop agar 10 juta UMKM bergabung dengan *e – commerce.* Era teknologi saat ini sudah menjadi pendorong yang signifikan terhadap banyaknya perubahan ekonomi berbagai kalangan (Ghobakhloo et al., 2012).

Menurut Thompson et al (1991) dalam Irine Chintya (2015), pemanfaatan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melakasanakan tugasnya atau perilaku dalam menggunakan teknologi pada saat melakukan pekerjaan. Pengukurannya berdasarkan intensitas pemanfaatan, frekuensi pemanfaatan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

2.1.2 Technology, Organization, and Environment (TOE)

Menurut Aulia et al (2016) rangka TOE digunakan untuk melakukan pengelompokan faktor faktor pengaruh menjadi ke tiga bagian, yakni :

2.1.2.1. Teknologi

Didefinisikan sebagai teknologi yang dimiliki atau sedang digunakan oleh sebuah organisasi untuk memberi dukungan yang dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

Keahlian dalam pengimplementasian teknologi informasi diartikan sebagai tingkat dimana pengetahuan sebuah organisasi terhadap TIK untuk memberikan dukungan yang handal dan dapat menyesuakannya dengan apa yang organisasi butuhkan. Dengan adanya keahlian dan kemampuan yang dimiliki. Kenyamanan juga merupakan faktor penting dalam kesuksesan implementasi *M – commerce* dan *e – satisfaction.*

Kompatibilitas juga akan meningkatkan penggunaan teknologi informasi dikarenakan kompatibilitas tuntutan dalam perkembangan zaman yang mengharuskan banyaknya pihak UMKM untuk menggunakan *e – business* dalam kesehariannya. Tetapi ada sebuah hambatan yang akan menjadi penyandungm yakni kompleksitas. Jika inovasi terlihat rumit, maka orang cenderung tidak memberi perhatian (Ruivo et al., 2014).

2.1.2.2. Organisasi

Baik sumber daya yang memiliki wujud maupun tidak, kedua hal tersebut sangat dibutuhkan oleh sebuah organisasi dengan memberi dukungan. Adanya dukungan dari manajemen puncak dapat didefinisikan sebagai keyakinan manajerial dan dukungan untuk insiatif dan partisipasi dalam pengadopsian TI dan difusi dalam organisasi (Aulia et al., 2016). Dukungan manajemen puncak terbukti

memiliki pengaruh yang siginfikan dan hubungan positif dengan keputusan organisasi dalam mengadopsi inovasi teknologi (Low et al., 2011).

Kesiapan organisasi juga berpengaruh, hal ini terkait dengan teresdianya orang yang handal ataupun adanya dukungan finansial untuk perusahaan mengimplementasikan TI (Abed, 2020). Ketersediaan sumber daya organisasi secara signifikan dan positif mempengaruhi organisasi dalam mengadopsi teknologi yang inovatif (Rogers, 1995). Manfaat penggunaan teknologi informasi dapat di ukur melalui suatu evaluasi yang dapat memberikan gambaran keberhasilan sistem itu sendiri

2.1.2.3. Lingkungan

Faktor lingkungan sangat dipengaruhi oleh peraturan yang diatur oleh pemerintah yang positif. Dorongan masyarakat termasuk pelanggan juga akan memberi dorongan kepada UMKM untuk mengadopsi *e – business*.

Kebijakan pemerintah mengacu kepada kondisi yang telah memiliki peraturan, kebijakan, dan hukum dimana 3 hal tersebut harus dipatuhi oleh organisasi. Ketersediaan fasilitas pendukung juga memiliki andil, apalagi di jika sebuah organisasi akan mengadopsi *e – business.* Organisasi tersebut harus memastikan bahwa area tempat bekerja memiliki fasilitas yang memadai, salah satunya jaringan internet

Pada dunia bisnis, pelanggan ialah raja. Pelanggan sebagai pendorong dalam bisnis sehingga memiliki dampak positif terhadap niat UMKM untuk mengimplementasikan TI. Hubungan antara organisasi dengan pelanggannya telah

memainkan peran penting dalam pengadopsian TI bagi UMKM. Telah terbukti bahwa dapat memuaskan kebutuhan dan harapan pelanggan dengan menyediakan layanan secara elektronik. UMKM dapat berkomunikasi secara interaktif terhadap pelanggan (Maduku et al., 2016).

Dukungan vendor juga berpengaruh dalam kinerja sebuah perusahaan. Hal itu diakibatkan jika vendor telat mengirim barang atau barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan, maka hal itu akan menghambat proses produksi atau penjualan. Oleh karena itu, pemilihan vendor sangat berpengaruh dalam keberlangsungan bisnis sebuah organisasi. Dukungan lingkungan eksternal terdiri dari kualitas dukungan pendampingan, dukungan program pemberdayaan, ketersediaan akses informasi, dan ketersediaan jaringan infrastruktur (Yanti et al, 2018).

2.1.3. Resources Based View (RBV)

RBV berfungsi untuk menganalisis dan menafsirkan sumber daya internal organisasi, menekankan sumber daya, mengatur kemampuan dalam merumuskan strategi yang ingin dicapai dalam keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Madhani, 2010). Sumber daya merupakan faktor utama penggerak sebuah perusahaan untuk melaksanakan sebuah kegiatan demi mencapai tujuan yang telah disepakati.

RBV berpotensi digunakan untuk membangun dan menopang kinerja kompetitif UMKM (Putra & Santoso, 2020). RBV menggunakan sumber daya dan kemampuan pada sebuah organisasi untuk mengembangkan ilmu ilmu sehingga menjadi daya saing yang kuat.

2.1.4. Model Konseptual

Pada jurnal (Putra & Santoso, 2020), mereka mengembangkan model konseptual yang berlandaskan TOE dan RBV untuk mengukur faktor kontekstual, penggunaan *e – business,* dan kinerja perusahaan pada UMKM.

2.2. Penelitian Terdahulu

Pada jurnal *"Contextual Factors and Performance Impact of E-Business Use in Indonesia"* (Putra & Santoso, 2020), melakukan survei terhadap 325 UKM yang terdapat di Indonesia dengan menggunakan metode TOE dan RBV. Hasilnya ialah UKM perlu memberi perhatian lebih kepada faktor kontekstual dan lebih mengembangkan kemampuan penggunaan *e-business*.

Pada literature yang berjudul "*Barriers of B2B e – Business Adoption in Indonesian SMEs: A Literature Analysis"* (Janita & Chong, 2013), yang melakukan penelitian di 2013 pada UKM di Indonesia dengan meneliti e business dan B2B yang mengenai penggunaan e – business. Pada penelitian ini mencari faktor faktor yang mempengaruhi adaptasi e – business untuk UKM. Faktornya ada 2, yakni faktor eksternal yang meliputi teknologi, pasar dan industri, dukungan eksternal, dan dukungan pemerintah serta faktor internal ialah individu dan organisasi. Responden yang diteliti ialah UMKM di Indonesia dan memakai metode referensi dari literature research. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah mengidentifikasi hambatan utama yang menyebabkan UMKM sulit untuk mengadopsi *e – business* dan menemukan bahwa dukungan pemerintah sangat berguna untuk mendukung dan mengadopsi B2B *e – business.*

Pada jurnal penelitian yang berjudul ”*Perception of Barriers to E-Commerce Adoption in SMEs in a Developed and Developing Country : A Comparison Between Australia and Indonesia”* (MacGregor & Kartiwi, 2010) yang dilakukan di Australia pada Januari – Maret 2010. Pada jurnal ini meneliti faktor yang menghalangi adopsi *e – commerce* pada UMKM yang terdapat di negara berkembang dan negara maju. Metode yang digunakan ialah literature, wawancara, dan kuisioner terhadap pelaku usaha atau konsultan UMKM di Australia dan Indonesia, 247 wawancara melalui telepon dan 330 survei dilakukan di Indonesia yang berfokus di Jawa Barat, Bali, dan DKI Jakarta dengan melakukan *two tailed t – test*. Hasilnya ialah halangan dari organisasi paling dominan terdapat di Indonesia, sedangkan pada Australia halangan dominannya adalah biaya dan masalah teknis.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu	Variabel Penelitian	Hasil
Contextual Factors and Performance Impact of E – Business Use in Indonesia (Putra & Santoso, 2020)	• Konteks Teknologi • Konteks Organisasi • Konteks Lingkungan • Penggunaan *E - Business*	UKM perlu memberi perhartian lebih kepada faktor kontekstual dan lebih mengembangkan kemampuan penggunaan e - business

Barries of B2B e – Business Adoption in Indonesian SMEs : A Literature Analysis (Janita & Chong, 2013)	• Konteks Lingkunan • Penggunaan *E – Business*	Mengidentifikasi hambatan utama yang menyebabkan UMKM sulit untuk mengadopsi *e – business* dan menemukan bahwa dukungan pemerintah sangat berguna untuk mendukung dan mengadopsi b2b *e – business.*
Perception of Barriers to E-Commerce Adoption in SMEs in a Developed and Developing Country : A Comparison Between Australia and Indonesia (MacGregor & Kartiwi, 2010).	• Konteks Organisasional	Halangan dari organisasi paling dominan terdapat di Indonesia, sedangkan pada Australia halangan dominannya adalah biaya dan masalah teknis.

2.3. Formulasi Hipotesis

Konteks teknologi menyangkut sifat teknologi bisnis, tercermin oleh faktor-faktor seperti intensitas teknologi dan kompetensi. Konteks organisasi terkait dengan atribut perusahaan, seperti ukuran, usia, struktur, sektor bisnis, proses dan sumber daya, sedangkan konteks lingkungan adalah tentang lingkungan makro di mana bisnis terlibat, termasuk karakteristik industri, pesaing dan masyarakat (Wang & Ahmed, 2009).

Menurut Premkumar (2003), kurangnya sumber daya manusia yang ahli dalam penerapan teknologi informasi akan menghambat dan membuat penerapan teknologi informasi akan terlihat lebih sulit. Menurut Thong (1999), intensitas teknologi bisnis akan memengaruhi latihan adopsi teknologi informasi. Menurut Taylor & Todd (1995) kompatibilitas meningkatkan penggunaan teknologi informasi. Konteks teknologi didefinisikan sebagai teknologi yang dimiliki dan sedang digunakan serta teknologi baru yang tersedia bagi organisasi (Aulia et al., 2016). Kompleksitas yang tidak familiar akan menghambat organisasi menggunakan TI (Ruivo et al., 2014). Menurut Wang & Ahmed (2009), perusahaan di tingkat komputerisasi yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri tentang adopsi teknologi informasi dan memiliki akses yang lebih luas ke sumber daya teknologi, sehingga mereka cenderung lebih siap untuk proses yang terintegrasi dan terkomputerisasi. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka terbentuk hipotesis :

H1 : Konteks teknologi berpengaruh positif terhadap penggunaan e – business oleh UMKM.

Menurut Aulia et al., (2016), dukungan manajemen, kesiapan organisasi, dan juga pengalaman yang dimiliki dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi *e – business*. Manajemen dapat memberi pengaruh dengan komunikasi dan memperkuat nilai nilai organisasi dalam pengadopsian teknologi baru. Dalam konteks UMKM, pembuat keputusan sangat mungkin berada pada level *top management* dan dukungan yang diberikan sangat penting dalam adopsi yang sedang dilakukan (Jeyaraj et al., 2006). Dukungan manajemen puncak didefinisikan sebagai keyakinan manajerial, dukungan inisiatif dan pastisipasi dalam adopsi TI dan difusi dalam organisasi (Chatterjee et al., 2002). Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka terbentuk hipotesis:

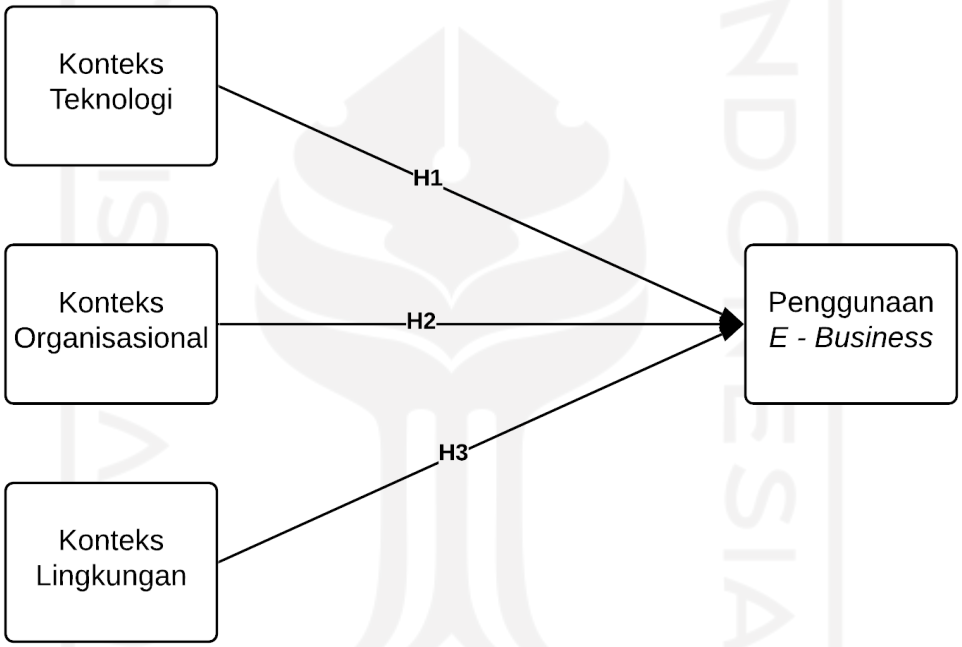
H2 : Konteks organisasi berpengaruh positif terhadap penggunaan e – business oleh UMKM.

Menurut Zhu et al., (2003), penggunaan digitalisasi bisa membantu menekan biaya pencarian konsumen, *partner*, dan distributor. UMKM yang mengadopsi *e – business* diharapkan dapat menekan biaya tersebut. Menurut (Wade & Hulland, 2004), perusahaan yang bergejolak cenderung lebih inovatif untuk mengikuti pasar yang kompetitif serta memiliki hubungan yang lebih kuat antara sumber daya dan kinerja IT daripada yang ada di lingkungan yang stabil. Zhang (2007), mengkonfirmasi bahwa dinamisme lingkungan dapat memoderasi hubungan antara investasi IT dan kinerja. Perusahaan yang beroperasi di berbagai pasar terpapar ide ide yang berbeda dari pesaing dan pelanggan sehingga lebih cenderung mengadopsi inovasi. Berdasarkan pendapat tersebut di atas, maka terbentuk hipotesis:

H3 : Konteks lingkungan berpengaruh positif terhadap penggunaan e – business oleh UMKM.

2.4. Model Penelitian

Berdasarkan perumusan hipotesis, maka didapatkan model penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1. Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian diadakan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Hal tersebut dipilih dikarenakan banyaknya bidang usaha kuliner yang tersebar yang disebabkan karena Provinsi DIY dipenuhi oleh turis dan mahasiswa yang sering sehingga bidang usaha kuliner menjamur di Provinsi DIY karena terdapatnya peluang yang besar.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merujuk pada kelompok manusia atau non manusia seperti objek, lembaga pendidikan, dan unit waktu (Rashid Wani, 2017). Pada penelitian ini, populasi akan merujuk kepada bidang usaha kuliner yang diteliti. Pada tahun 2020, tercatat ada 101.207 usaha kuliner di provinsi DIY menurut Bappeda Provinsi DIY.

3.2.2. Sampel

Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Hal tersebut dipilih karena penulis memilih sendiri anggota populasi yang akan diteliti. Teknik *purposive sampling* juga pengambilan sampel non probabilitas yang paling efektif ketika seseorang perlu mempelajari domain budaya tertentu (Tongco, 2007). Menurut Sekaran & Bougie, (2016), ukuran untuk menentukan sampel yang tepat adalah lebih dari 30. Oleh karena itu, penulis mengambil sampel sebanyak 55 usaha kuliner yang berada di Provinsi DIY dengan melakukan penyebaran baik secara *online* maupun *offline* dengan waktu

pengambilan pada bulan April hingga Mei 2021. Sampel yang diambil membutuhkan data deskriptif berupa umur usaha, omzet/tahun, jabatan responden, dan jumlah karyawan. Penulis juga menambahkan 21 butir pertanyaan.

3.3. Definisi Operasional Variabel

1. Konteks teknologi dalam penggunaan *e – business* (X1)

Teknologi sangat penting dalam penerapan *e – business*, oleh karena itu segmen ini bertujuan untuk mengetahui kompleksitas, biaya yang dirasakan, observabilitas, dan resiko yang dirasakan. Indikator penilaian pada konteks teknologi penggunaan *e – business* menurut Putra & Santoso (2020) adalah :

- Pemahaman penggunaan *e – business* akan menguntungkan bisnis.
- TIK dapat diandalkan dalam pengelolaan bisnis
- Penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah.
- Tidak ada rasa khawatir mengenai peretasan data dalam penggunaan teknologi informasi.
- Memiliki banyak kesempatan dalam mencoba berbagai aplikasi untuk mengelola bisnis.

2. Konteks organisasional dalam penggunaan *e – business* (X2)

Pada segmen organisasional, bertujuan apakah penerapan *e – business* dapat memberi pengaruh kepada *internal* sebuah organisasi yang menerapkannya. Dengan mengetahui tingkat inovasi, dukungan manajemen, dan proses manajemen, penulis bisa melihat dan menilai konteks organisasional dalam

penggunaan *e – business*. Adapun indikator penilaian pada konteks organisasional dalam penggunaan *e – business* menurut Putra & Santoso (2020) adalah :

- SDM yang dimiliki memiliki pemahaman terhadap mengaplikasikan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis.
- Memiliki sumber daya keuangan yang cukup untuk menerapkan teknologi informasi.
- Memiliki rencana yang jelas mengenai penggunaan teknologi informasi.
- Memiliki prosedur operasi standar yang jelas dalam menjalankan bisnis.

3. Konteks lingkungan dalam penggunaan *e – business* (X3)

Lingkungan berkaitan dengan *eksternal* atau pengaruh dari luar yang tidak bisa dikontrol secara langsung oleh organisasi. Dalam konteks lingkungan perlu mengetahui dukungan pemerintah, dukungan biaya, dan dukungan dari vendor. Adapun indikator penilaian dalam konteks lingkungan dalam penggunaan *e – business* menurut Putra & Santoso (2020) adalah :

- Adanya dorongan berasal dari pelanggan dan/atau pesaing untuk menerapkan teknologi informasi.
- Adanya bantuan dari lembaga keuangan untuk mengelola usaha agar menerapkan teknologi informasi.
- Infrastruktur telekomunikasi yang mendukung.
- Adanya dukungan dari pemerintah dalam menyediakan berbagai fasilitas

untuk penerapan teknologi informasi.

4. Dampak penggunaan *e – business* (X4)

Peneliti menggunakan sembilan dimensi yang mencerminkan kegiatan bisnis, yakni komunikasi, manajemen inventaris, pemrosesan penjualan, pemasaran, manajemen pelanggan, manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, produksi dan manajemen perusahaan terintegrasi. Adapun indikator penilaian terhadap dampak penggunaan *e – business* menurut Putra & Santoso (2020) adalah :

- Kemudahan berkomunikasi dengan pelanggan atau mitra bisnis
- Kemudahan dalam mengelola atau melayani pelanggan
- Kemudahan dalam mengelola keuangan.
- Kemudahan dalam mengelola karyawan
- Kemudahan dalam mengelola aktivitas promosi.
- Kemudahan dalam menerima dan memproses pesanan pelanggan.
- Kemudahan dalam menjual produk atau layanan.
- Kemudahan dalam merencanakan dan memproduksi/menyampaikan produk atau layanan.

3.4. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Jenis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan data primer. Pada data primer,

penulis mendapatkannya secara langsung melalui kuesioner yang disebarkan kepada para pelaku kuliner. Pada tahun 2020, tercatat ada 101.207 bidang usaha kuliner di provinsi DIY menurut Bappeda Provinsi DIY.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebar kepada para pelaku bidang usaha kuliner secara *online* dan *offline*. Kuesioner ini akan berisikan pertanyaan mengenai penggunaan *e – business* terhadap konteks teknologi, konteks organisasi, dan konteks lingkungan.

Kuesioner ini akan menggunakan skala likert yang berisikan 4 pilihan agar tidak adanya pilihan netral. Penulis tidak memasukkan pilihan netral atau pilihan ke 5 untuk menghindari kelumpuhan karena tidak adanya keberpihakan. Skala likert tanpa titik tengah juga diberikan sebagai skala pilihan paksa sehingga responden dipaksa untuk memilih pilihan ketidaksepakatan atau kesepakatan (Chyung et al., 2017). Responden akan diberikan 4 pilihan yang indikatornya sebagai berikut

1. Sangat Tidak Setuju : Skor 1
2. Tidak Setuju : Skor 2
3. Setuju : Skor 3
4. Sangat Setuju : Skor 4

3.5. Uji Kualitas Instrumen

3.5.1. Uji Validitas

Menurut Nunnally & Bernstein, n.d. (1994) validitas menunjukkan utilitas ilmiah dari alat ukur dalam hal seberapa baik ukurannya untuk mengukur. Pada

penelitian ini, pengujian menggunakan program SPSS 26 dengan mempertimbangkan nilai korelasi product moment (r) dan taraf signifikansi yang digunakan sebesar 0.05 atau 5%.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Nunnally & Bernstein, n.d (1994) reliabilitas menghasilkan skor yang sama di berbagai waktu, kelompok orang, serta versi instrumen yang berbicara mengenai konsistensi. Pada penelitian ini diukur menggunakan Cronbach Alpha karena merupakan cara paling praktis untuk mengukur keandalan diri sendiri.

Aturan umum yang diterima ialah Cronbach Alpha 0,6-0,7 dikarenakan hal tersebut menunjukkan tingkat keandalan yang dapat diterima (Nunnally & Bernstein, n.d. 1994) . Oleh karena itu, penulis menguji reliabilitas menggunakan program SPSS 26 dengan skor >0,7.

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sekaran & Bougie (2016) tujuan dari analisis deskriptif yakni untuk mendapatkan data yang menggambar topik yang menarik. Analisis deskriptif dirancang untuk menggambarkan karakteristik objek. Pada penelitian ini, objek yang diambil untuk dimasukkan ke analisis deskriptif yakni umur usaha, jumlah karyawan, omzet/tahun, serta jabatan responden.

3.6.2. Analisis Inferensial

3.6.2.1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan regresi, diperlukan uji asumsi klasik. Terdapat beberapa pengujian dilakukan dengan SPSS 26, yakni :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui nilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogrov – Smirnov Test*. Syarat bisa dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Uji mulitikolinearitas untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yakni adanya hubungan liner antar variabel independent pada model regresi. Uji multikolinearitas diuji dengan metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Syarat bisa dikatakan regresi bebas dari multikolinearitas jika nilai toleransi lebih dari 0,1 atau nilai VIF kruang dari 10,00 (Ghozali, 2011).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejser, dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika

nilai signifikansi antar variabel independent dengan absolut residual lebih dari 0,05.

3.6.2.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan agar mengetahui hubungan linear antara variabel independent dengan variabel dependen. Pengujian ini menggunakan SPSS 26 guna mengidentifikasi setiap variabel independen terdapat hubungan positif atau negative. Berikut persamaan uji analisis regresi berganda :

$$Y = b_1X1 + b_2X2 + b_3X3 + e$$

Keterangan :

PE (Y) : Penggunaan *E – Business*

KT (X1) : Konteks Teknologi

KO (X2) : Konteks Organisasional

KL (X3) : Konteks Lingkungan

3.6.2.3. Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji T dilakukan pada hasil regresi linear sederhana. Pengambilan keputusan hasul regresi linier dalam uji T menggunakan taraf signifikansi 0,05. Pengambilan keputusan pada Uji T ditentukan sebagai berikut :

- H(0) : Variabel indpenden berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.

- H(a) : Variabel independent berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian yakni :

- H(a) ditolak apabila taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05.
- H(a) diterima apabila taraf signifikansi lebih besar dari 0,05.

3.6.2.4. Uji R^2

R-square digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Uji koefisien determinasi merupakan salah satu uji yang memiliki tujuan untuk melihat korelasi antar konstruk untuk melihat R^2, jika R^2 lebih dari 0,25 maka hal tersebut menunjukkan pengaruh yang tinggi (Santosa, 2018).

3.6.2.5. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independent memiliki pengaruh posited terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan pada hasil regresi linier berganda. Pengambilan keputusan hasil regresi pada Uji F mengacu pada nilai signifikansi 0,05. Pengambilan keputusan pada uji F ditentukan sebagai berikut :

- H(0) : Variabel indpenden berpengaruh negatif terhadap variabel dependen.
- H(a) : Variabel independent berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian yakni :

- H(a) ditolak apabila taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05.
- H(a) diterima apabila taraf signifikansi lebih besar dari 0,05.

BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Kualitas Instrumen

4.1.1. Hasil Uji Validitas

Validitas diuji dengan program SPSS 26 mempertimbangkan setiap item indikator pengukuran atau product moment (r) dengan skor total di variabel.

Tabel 4.1. Hasil Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	Signifikansi	Keterangan
Konteks Teknologi	KT1	0,683	.000	Valid
	KT2	0,714	.000	Valid
	KT3	0,837	.000	Valid
	KT4	0,821	.000	Valid
	KT5	0,810	.000	Valid
Konteks Organisasional	KO1	0,756	.000	Valid
	KO2	0,839	.000	Valid
	KO3	0,811	.000	Valid
	KO4	0,715	.000	Valid
Konteks Lingkungan	KL1	0,816	.000	Valid
	KL2	0,833	.000	Valid
	KL3	0,800	.000	Valid
	KL4	0,845	.000	Valid
	PE1	0,780	.000	Valid

Penggunaan *E - Business*	PE2	0,794	.000	Valid
	PE3	0,814	.000	Valid
	PE4	0,763	.000	Valid
	PE5	0,722	.000	Valid
	PE6	0,795	.000	Valid
	PE7	0,782	.000	Valid
	PE8	0,841	.000	Valid

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Kuesioner bisa dikatakan baik jika nilai koefisien korelasi (r hitung) memiliki nilai lebih besar dari r tabel atau signifikansi kurang dari 0,05 untuk jumlah responden yang berjumlah 55. Berdasarkan tabel 4.1, seluruh indikator penilaian variabel memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Pada kolom r hitung juga lebih besar dari r tabel (0,2609). Dengan hasil tersebut, maka bisa disebutkan bahwa seluruh variabel valid.

4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan program SPSS 26 harus didasari dengan Cronbach Alpha. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai pada CronbachAlpha lebih besar dari 0,7 (Ursachi et al., 2015).

Tabel 4.2. Hasil Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Nilai Kritis	Keterangan
KT	0,825	0,70	Reliabel

KO	0.780	0,70	Reliabel
KL	0,849	0,70	Reliabel
PE	0,909	0,70	Reliabel

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Pada tabel 4.2, ditunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel.

Berdasarkan data yang didapat dari uji validitas dan reliabilitas, hal tersebut sebagai instrumen penelitian.

4.2. Metode Analisis Data

4.2.1. Analisis Deskriptif

4.2.1.1. Analisis Deskriptif Data Profil Responden

Penulis mengumpulkan sebanyak 75 sampel bidang usaha kuliner Provinsi DIY pada bulan April – Mei 2021 dan mengambil data sebanyak 55 sampel untuk melakukan penelitian ini. Penulis melakukan analisis deskriptif terhadap data responden yang dilakukan berdasarkan data yang tertera dalam kuesioner penelitian.

Tabel 4.3. Umur Usaha

Umur Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
0 – 2 tahun	20	36%
3 – 5 tahun	22	40%

6 – 9 tahun	6	11%
> 10 tahun	7	13%
Total	55	100%

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Indikator Umur Usaha berdasarkan tabel 4.3, penulis membagi menjadi empat, yakni 0 – 2 tahun, 3 – 5 tahun, 6 – 9 tahun, dan lebih dari 10 tahun. Berdasarkan tabel diatas, didapat bahwa umur usaha 3 -5 tahun paling mendominasi dengan frekuensi 40%, diikuti oleh 0 - 2 tahun dengan frekuensi 36%, lebih dari 10 tahun 13%, dan paling sedikit pada umur usaha lebih dari rentang 6 – 9 tahun dengan frekuensi 11%.

Tabel 4.4. Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase (%)
< 10 orang	28	44%
10 – 30 orang	12	23%
> 30 orang	16	33%
Total	55	100%

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Pada indikator Jumlah Karyawan, penulis membagi menjadi 3, yakni kurang dari 10 orang, 10 – 30 orang, dan lebih dari 30 orang. Berdasarkan tabel diatas 4.4,

jumlah karyawan kurang dari 10 orang mendominasi dengan frekuensi 44%, diikuti dengan lebih dari 30 orang dengan frekuensi 33%, dan 10 – 30 orang dengan frekuensi 23%.

Tabel 4.5. Omzet/tahun

Omzet/tahun	Frekuensi	Persentase (%)
< 300 juta rupiah	31	57%
300 juta – 2,5 milyar rupiah	15	27%
> 2,5 milyar rupiah	9	16%
Total	55	100%

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Indikator Omzet/tahun, penulis membagi menjadi 3, yakni kurang dari 300 juta rupiah, 300 – 2,5 milyar rupiah, dan lebih dari 2,5 milyar rupiah. Berdasarkan tabel 4.5, omzet/tahun kurang dari 300 juta rupiah paling mendominasi dengan frekuensi 57%, selanjutnya ada 300 juta – 2,5 milyar rupiah dengan frekuensi 27%, dan paling sedikit dengan frekuensi 16% yakni omzet/tahun lebih dari 2,5 milyar rupiah.

Tabel 4.6. Jabatan Responden

Jabatan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Karyawan atau staf	3	5%

Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha	7	13%
Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola	45	82%
Total	55	100%

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Pada indikator Jabatan Responden, penulis membagi menjadi 3, yakni karyawan atau staf, manajer/direktur/pengelola tetapi bukan pemilik usaha, dan pemilik usaha merangkap sebagai pengelola. Berdasarkan tabel 4.6, pemilik usaha merangkap sebagai pengelola mendominasi dengan frekuensi 82%, manajer/direktur/ pengelola tetapi bukan pemilik usaha dengan frekuensi 13%, dan karyawan atau staf dengan frekuensi 5%.

4.2.1.2. Analisis Deskriptif Variabel

Deskriptif statistik terhadap 55 jawaban responden bidang usaha kuliner yang terdapat pada provinsi DIY dilakukan untuk mengetahui gambaran terhadap tiap variabel yang terdapat pada penelitian. Penulis menggunakan skala *likert* untuk melakukan penilaian ini dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju), dan skor penilaian tertinggi 4 (sangat setuju). Kriteria ditentukan dalam penilaian variabel harus ditentukan dalam sebuah interval sebagai berikut :

- Skor penilaian tertinggi : 4
- Skor penilaian terendah : 1
- Interval : $\frac{4-1}{4} = 0.75$

Berdasarkan nilai interval yang didapatkan, bahwa batasan penilaian setiap variabel yakni :

- 1,00 – 1,75 : Sangat Rendah
- 1,76 – 2,50 : Rendah
- 2,51 – 3,25 : Tinggi
- 3,26 – 4,00 : Sangat Tinggi

Jawaban responden terhadap dilakukannya analisis deskriptif dilakukan secara bertahap sesuai variabel dalam penelitian.

Tabel 4.7. Hasil Penilaian KT

Indikator	Rata rata	Keterangan
KT1	3,65	Sangat Tinggi
KT2	3,6	Sangat Tinggi
KT3	3,45	Sangat Tinggi
KT4	3,01	Tinggi
KT5	3,2	Sangat Tinggi
Total rata rata	3,4	Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Berdasarkan hasil penilaian pada tabel 4.7, yakni variabel Konteks Teknologi (KT) yang terdiri dari 5 indikator, didapati total rata rata pada variabel KT yakni

sebesar 3,4 yang berarti berada pada kriteria sangat tinggi. Penilaian tertinggi sebesar 3,64 (sangat tinggi) didapat oleh KT1. Sedangkan penilaian terendah sebesar 3,02 (tinggi) didapat oleh KT4. Hasil yang didapat pada tabel tersebut menunjukkan bahwa konteks teknologi telah diadopsi oleh pada bidang usaha kuliner yang terdapat di Provinsi DIY yang berpengaruh dalam penerapan *e – business.*

Tabel 4.8. Hasil Penilaian KO

Indikator	Rata rata	Keterangan
KO1	3,29	Sangat Tinggi
KO2	3,05	Tinggi
KO3	3,27	Sangat Tinggi
KO4	3,46	Sangat Tinggi
Total rata rata	3,26	Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Berdasarkan hasil penilaian pada tabel 4.8, yakni variabel Konteks Organisasi (KO) yang terdiri dari 4 indikator, didapati total rata rata pada variabel KO yakni sebesar 3,28 yang berarti pada kriteria tinggi. Penilaian tertinggi sebesar 3,44 terdapat pada variabel KO4 (sangat tinggi), sedangkan penilaian terendah sebesar 3,08 terdapat pada variabel KO2 (tinggi). Hasil tersebut menunjukkan bahwa

konteks organisasi memiliki pengaruh dalam penerapan *e – business* terhadap bidang usaha kuliner yang berada di provinsi DIY.

Tabel 4.9. Hasil Penilaian KL

Indikator	Rata rata	Keterangan
KL1	3,56	Sangat Tinggi
KL2	2,94	Tinggi
KL3	3,47	Sangat Tinggi
KL4	3,18	Tinggi
Total rata rata	3,29	Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Berdasarkan hasil penilaian tabel 4.9, yakni variabel Konteks Lingkungan (KL) yang terdiri dari 4 indikator didapati total rata rata sebesar 3,35 yang berarti pada kriteria tinggi. Hasil penilaian tertinggi dengan nilai 3,68 terdapat pada KL1 (sangat tinggi), sedangkan hasil penilaian terendah dengan nilai 2,92 (tinggi) terdapat pada KL2. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konteks lingkungan memberi pengaruh pada penerapan *e – business* pada bidang usaha kuliner yang terdapat di provinsi DIY.

Tabel 4.10. Hasil Penilaian PE

Indikator	Rata rata	Keterangan
PE1	3,7	Sangat Tinggi
PE2	3,7	Sangat Tinggi
PE3	3,6	Sangat Tinggi
PE4	3,56	Sangat Tinggi
PE5	3,78	Sangat Tinggi
PE6	3,67	Sangat Tinggi
PE7	3,78	Sangat Tinggi
PE8	3,69	Sangat Tinggi
Total rata rata	3,69	Sangat Tinggi

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Berdasarkan penilaian tabel 4.10, variabel Penggunaan *e – business* (PE), yang terdiri 8 indikator didapati total rata rata sebesar 3,68 dengan kriteria sangat tinggi. Penilaian tertinggi sebesar 3,78 terdapat pada PE5 dan PE7 (sangat tinggi), sedangkan penilaian terendah sebesar 3,56 terdapat pada PE4 (tinggi). Hal tersebut menunjukkan bahwa dampak *e-* business yang dialami bidang usaha kuliner di provinsi DIY berpengaruh positif.

4.2.2. Analisis Inferensial

4.2.2.1. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4.11. Uji Normalitas

N	*Asymp. Sig. (2 – tailed)*	Nilai Kritis	Keterangan
55	0,200	0,05	Normal

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Uji normalitas menggunakan metode *One – Sample Kolmogrov – Smirnov Test*. Uji normalitas dapat dikatakan lolos juga nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05. Pada tabel 4.11, didapat hasil signifikansi sebesar 0,200 yang menunjukkan bahwa hasil tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.12. Uji Multikolinearitas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Nilai Kritis *Tolerance*	Nilai Kritis VIF	Keterangan
KT	0,838	1,193	0,1	10	Tidak Multikolinearitas
KO	0,734	1,363	0,1	10	Tidak Multikolinearitas
KL	0,772	1,295	0,1	10	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Uji Multikolinearitas mensyaratkan nilai *tolerance* diatas 0,1 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10,00 agar dapat dikatakan tidak terdapat multikolinearitas. Pada tabel 4.12, didapatkan bahwa ketiga variable yakni Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan memenuhi persyaratan tidak terdapatnya multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.13. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	*Sig.*	Nilai Kritis	Keterangan
KT	0,402	0,05	Tidak Heteroskidastisitas
KO	0,074	0,05	Tidak Heteroskidastisitas
KL	0,247	0,05	Tidak Heteroskidastisitas

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Uji Glejser. Pada tabel 4.13, didapati nilai signifikansi ketiga variabel yakni Konteks teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan bernilai lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa pada model persamaan regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.2.2. Analisis Regresi Berganda

Uji Regresi Linear Berganda Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan terhadap Penggunaan *E – Business*

Tabel 4.14. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Standardized Coefficients Beta	Sig
Constant		0,000
KT	0,212	0,100
KO	0,466	0,000
KL	0,077	0,557

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14, dapat ditulis dalam persamaan regresi sebagai berikut :

$Y = b_1X1 + b_2X2 + b_3X3 + e$

PE = 0,212 + 0,466 + 0,077 + 3.016

PE (Y) : Penggunaan *E – Business*

KT (X1) : Konteks Teknologi

KO (X2) : Konteks Organisasional

KL (X3) : Konteks Lingkungan

Pada persamaan regresi linear pada tabel 4.14, nilai koefisien regresi X1, X2, dan X3 masing masing pengaruh positif dengan nilai 0,212, 0,466, dan 0,077.

Tetapi terdapat dua hasil tidak signifikan pada KT dan KL dengan masing masing nilai 0,100 dan 0,557. Terdapat satu hasil signifikan, yakni pada KO dengan nilai 0,000. Hal itu menunjukkan bahwa KO memiliki pengaruh kuat kepada PE.

4.2.2.3. Hasil Uji T

Hipotesis pada penelitian ini diuji dengan menggunakan Uji T berdasarkan hasil analisis regresi seperti yang terdapat pada tabel 4.15:

Tabel 4.15. Uji T

Variabel	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	α	Keterangan
KT ke PE	0,560	4,917	0,000	0,005	Berpengaruh Signifikan
KO ke PE	0,346	2,688	0,010	0,005	Berpengaruh Signifikan
KL ke PE	0,389	3,077	0,003	0,005	Berpengaruh Signifikan

Sumber : Olah Data Penulis, 2021.

Berdasarkan tabel 4.15, maka didapati kesimpulan pada hipotesis penelitian ini ialah :

1. Pengaruh Konteks Teknologi terhadap Penggunaan *E – Business*

Ketentuan :

H1(0) : Konteks Teknologi berpengaruh negatif terhadap Penggunaan *E – Business*

H1(a) : Konteks Teknologi berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*

Nilai signifikansi yang didapat pada variabel KT terhadap PE lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan yang telah ditetapkan, nilai yang didapat ialah 0,000. Keputusan yang diambil ialah H1(0) ditolak, hal itu menunjukkan bahwa Konteks Teknologi berpengaruh terhadap Penggunaan *E – Business*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

2. Pengaruh Konteks Organisasional terhadap Penggunaan *E – Business*

   H2(0) : Konteks Organisasional berpengaruh negatif terhadap Penggunaan *E – Business*

   H2(a) : Konteks Organisasional berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*

   Nilai signifikansi yang didapat pada variabel KO terhadap PE lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan yang telah ditetapkan, nilai yang didapat ialah 0,010. Keputusan yang diambil ialah H2(0) ditolak, hal itu menunjukkan bahwa Konteks Organisasional berpengaruh terhadap Penggunaan *E – Business*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H2) diterima.

3. Pengaruh Konteks Lingkungan terhadap Penggunaan *E – Business*

H3(0) : Konteks Lingkungan berpengaruh negatif terhadap Penggunaan *E – Business*

H3(a) : Konteks Lingkungan berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*

Nilai signifikansi yang didapat pada variabel KL terhadap PE lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan yang telah ditetapkan, nilai yang didapat ialah 0,003. Keputusan yang diambil ialah H3(0) ditolak, hal itu menunjukkan bahwa Konteks Lingkungan berpengaruh terhadap Penggunaan *E – Business*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H3) diterima.

4.2.2.4. Uji R^2

Nilai yang didapat pada R – square hanya dimiliki oleh variabel dependen yang berguna untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil yang didapat, variabel independent mempengaruhi Penggunaan E – Business sebesar 37%. Selain itu, ada pengaruh lain yang tidak bisa didapat atau diamati dalam penelitian ini sebesar 63%.

4.2.2.5. Hasil Uji F

Uji F diuji menggunakan hasil berdasarkan analisis regresi linear berganda, hasil dapat dilihat pada tabel lampiran. Uji F dilakukan untuk menilai penagruh Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan terhadap Penggunaan *E – Business*.

Ketentuan ;

H(0) : Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan berpengaruh negatif terhadap Penggunaan *E – Business*.

H(a) : Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*.

Berdasarkan hasil yang didapat, didapatkan nilai signifikansi dari hasil analisis regresi liner berganda yakni 0,000. Hal itu menunjukkan nilai yang didapat lebih kecil dari ketentuan nilai toleransi kesalahan. Keputusan yang diambil ialah menolak H(0), sehingga menunjukkan bahwa Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business* atau menerima H(a).

4.3. Pembahasan

Tabel 16. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Sig.	α	Keterangan
KT ke PE	0,100	0,005	Berpengaruh Positif
KO ke PE	0,000	0,005	Berpengaruh Positif
KL ke PE	0,557	0,005	Berpengaruh Positif

Sumber : Olah Data Peneliti, 2021

1. Pengaruh Konteks Teknologi terhadap Penggunaan *E – Business*

Hipotesis pertama yakni "Konteks Teknologi berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*" terbukti positif. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari analisis regresi berganda yang terdapat pada tabel 4.14. dan memperoleh nilai signifikansi 0,100 yang menunjukkan hasil tersebut lebih besar dari nilai toleransi

kesalahan sebesar 0,05. Selain itu koefisien regresi KT sebesar 0,212, yang berarti bahwa ketika KT meningkat satu satuan, maka kinerja bidang usaha kuliner akan meningkat sebesar 0,212. Hasil penelititian ini turut mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Putra & Santoso (2020), dimana penelitian tersebut mendapat hasil positif pada hubungan Konteks Teknologi terhadap Penggunaan *E – Business*.

Perusahaan atau organisasi di tingkat komputerisasi yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri tentang adopsi teknologi informasi dan memiliki akses yang lebih luas ke sumber daya teknologi, sehingga mereka cenderung lebih siap untuk proses terintegrasi dan terkomputerisasi (Wang & Ahmed, 2009). Hal ini juga didukung dengan banyaknya sekali UMKM yang telah menggunakan internet atau e – business yang didukung oleh infrastruktur yang tersedia dan mudahnya mendapat informasi apa yang mereka butuhkan.

2. Pengaruh Konteks Organisasional terhadap Penggunaan *E – Business*

Hipotesis kedua yakni "Konteks Organisasional berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*" terbukti positif. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari analisis regresi berganda yang terdapat pada tabel 4.14. dan memperoleh nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan hasil tersebut lebih kecil dari nilai toleransi kesalahan sebesar 0,05. Selain itu koefisien regresi KO sebesar 0,466, yang berarti bahwa ketika KO meningkat satu satuan, maka kinerja bidang usaha kuliner akan meningkat sebesar 0,466. Hasil penelititian ini turut mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Putra & Santoso (2020), dimana penelitian tersebut mendapat hasil positif pada hubungan Konteks Organisasional terhadap Penggunaan *E – Business*.

Dukungan manajemen, kesiapan organisasi, dan juga pengalaman yang dimiliki bisa dikatakan sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi e – business. Pihak manajemen puncak membuat keputusan dan dukungan untuk dilakukannya adopsi e – business, dukungan manajemen puncak didefinisikan sebagai keyakinan manajerial, dukungan insiatif, dan pastisipasi dalam adopsi TI dan difusi (Chatterjee et al., 2002; Jeyaraj et al., 2006).

3. Pengaruh Konteks Lingkungan terhadap Penggunaan *E – Business*

Hipotesis pertama yakni "Konteks Lingkungan berpengaruh positif terhadap Penggunaan *E – Business*" terbukti positif. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari analisis regresi berganda yang terdapat pada tabel 4.14. dan memperoleh nilai signifikansi 0,557 yang menunjukkan hasil tersebut lebih besar dari nilai toleransi kesalahan sebesar 0,05. Selain itu koefisien regresi KL sebesar 0,077, yang berarti bahwa ketika KL meningkat satu satuan, maka kinerja bidang usaha kuliner akan meningkat sebesar 0,077. Hasil penelititian ini turut mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Putra & Santoso (2020), dimana penelitian tersebut mendapat hasil positif pada hubungan Konteks Lingkungan terhadap Penggunaan *E – Business*.

Penggunaan digitalisasi dapat membantu penekanan biaya pencarian konsumen, partner, dan distributor (Zhu et al., 2003) . Hal itu disebabkan dengan adanya infrastrukur yang mendukung seperti internet, pihak organisasi dapat mencari informasi secara detail mengenai target pasar yang dituju, vendor yang berkualitas dan terjangkau. Dengan kemudahan yang didapatkan, maka organisasi dapat menghemat biaya dan waktu.

Terdapat dua variabel terhadap penggunaan *e – business* yang menujukkan tidak adanya signifikansi walaupun hubungan positif, yakni Konteks Teknologi dan Konteks Lingkungan. Penulis berpendapat bahwa Konteks Organisasional terhadap penggunaan *e – business* dapat dikatakan signifikan karena para responden bidang usaha merasa wajib mempunyai SDM, sumber daya keuangan, rencana yang jelas, dan prosedur operasi standar yang memenuhi untuk mengadopsi penggunaan *e – business* sebelum memenuhi faktor pada konteks teknologi dan konteks lingkungan.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Mengetahui peran *e – business* dalam kehidupan para pelaku bidang usaha kuliner di Provinsi DIY dengan mempertimbangkan konteks teknologi, konteks organisasional, dan konteks lingkungan adalah tujuan dari penelitian ini. Oleh karena itu, kesimpulan yang didapat adalah :

A. Konteks Teknologi terbukti memiliki hubungan positif terhadap Penggunaan *E – Business* tetapi tidak signifikan.

B. Konteks Organisasional terbukti memiliki hubungan positif terhadap Penggunaan *E – Business* dan signifikan.

C. Konteks Lingkungan terbukti memiliki hubungan positif terhadap Penggunaan *E – Business* tetapi tidak signifikan.

Bidang usaha kuliner dapat mengadopsi atau mengembangkan penggunaan *e – business* untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang mereka miliki untuk meningkatkan keuntungan.

5.2. Keterbatasan Penelitian

- Penulis hanya melakukan penelitian pada Provinsi DIY, sehingga hasil yang didapat hanya berlaku untuk Provinsi DIY.
- Terdapatnya hubungan yang tidak signikan yang bisa saja disebabkan kurang baiknya penyebaran data atau model yang dimiliki.

- Penelitian ini hanya berfokus pada Konteks Teknologi, Konteks Organisasional, dan Konteks Lingkungan terhadap Penggunaan *E – Business*. Sehingga model ini hanya mengungkapkan 37% faktor yang memengaruhi penggunaan *e – business* bagi usaha kuliner di Provinsi DIY.

5.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang didapat pada penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan ialah :

A. Bidang usaha kuliner dapat meningkatkan penggunaan *e – business* dalam implementasi bisnisnya dikarenakan faktor positif yang didapat sehingga dapat meningkatkan kinerja dan pendapatan yang diperoleh. Hal tersebut didukung dengan hubungan positif antar variabel.

B. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperluas cakupan penelitian dan meneliti indikator pada seluruh variabel dengan guna mendapat hasil yang dapat digunakan dan diandalkan secara lebih luas lagi. Selain itu juga diharapkan dapat mengetahui faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi penggunaan *e – business*.

DAFTAR PUSTAKA

Abed, S. S. (2020). Social commerce adoption using TOE framework: An empirical investigation of Saudi Arabian SMEs. *International Journal of Information Management*, *53*(October 2019), 102118. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102118

Aulia, K., Hartanto, R., & Fauziati, S. (2016). Model Konseptual Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengelolaan Konten Website pada Pemerintah Daerah. *Seminar Nasional Ilmu Komputer (SNIK 2016)*, *Snik*, 247–254.

BPS. (2019). Statistik E-Commerce 2019. In *Badan Pusat Statistik*. https://www.bps.go.id/publication/2019/12/18/fd1e96b05342e479a83917c6/statistik-e-commerce-2019.html

Cenamor, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. *Journal of Business Research*, *100*(March), 196–206. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.035

Chatterjee, D., Grewal, R., & Sambamurthy, V. (2002). SHAPING UP FOR E-COMMERCE: INSTITUTIONAELN ABLERSO F THE ORGANIZATIONAALS SIMILATIONO F WEB TECHNOLOGIES. *Encephale*, *26*, 65–89.

Chyung, S. Y. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-Based Survey Design: The Use of a Midpoint on the Likert Scale. *Performance Improvement*, *56*(10), 15–23. https://doi.org/10.1002/pfi.21727

Depkop. (2018). Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah Dan Usaha Besar. *Www.Depkop.Go.Id*, *2000*(1), 1.

Ghobakhloo, M., Hong, T. S., Sabouri, M. S., & Zulkifli, N. (2012). Strategies for successful information technology adoption in small and medium-sized enterprises. *Information (Switzerland)*, *3*(1), 36–67. https://doi.org/10.3390/info3010036

Ghozali, I 2011, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19', Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Hadi Putra, P. O., & 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

Horváth, D., & Szabó, R. Z. (2019). Driving forces and barriers of Industry 4.0: Do multinational and small and medium-sized companies have equal opportunities? *Technological Forecasting and Social Change*, *146*(March), 119–132. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.05.021

Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). *Laporan Survei Internet Apjii 2019-2020 (Q2)*. *2020*, 15.

Janita, I., & Chong, W. K. (2013). Barriers of B2B e-business adoption in Indonesian SMEs: A literature analysis. *Procedia Computer Science*, *17*, 571–578. https://doi.org/10.1016/j.procs.2013.05.073

Jeyaraj, A., Rottman, J. W., & Lacity, M. C. (2006). A review of the predictors, linkages, and biases in IT innovation adoption research. *Journal of Information Technology*, *21*(1), 1–23. https://doi.org/10.1057/palgrave.jit.2000056

Joseph F Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS -SEM)*.

Low, C., Chen, Y., & Wu, M. (2011). Understanding the determinants of cloud computing adoption. *Industrial Management and Data Systems*, *111*(7), 1006–1023. https://doi.org/10.1108/02635571111161262

MacGregor, R. C., & Kartiwi, M. (2010). Perception of barriers to e-commerce adoption in SMEs in a developed and developing country: A comparison between Australia and Indonesia. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, *8*(1), 61–82. https://doi.org/10.4018/jeco.2010103004

Madhani, P. (2010). Resource Based View (RBV) of Competitive Advantage: An Overview. *… BASED VIEW: CONCEPTS AND PRACTICES, Pankaj …*, *March 2010*. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1578704

Maduku, D. K., Mpinganjira, M., & Duh, H. (2016). Understanding mobile marketing adoption intention by South African SMEs: A multi-perspective framework. *International Journal of Information Management*, *36*(5), 711–723. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.018

Premkumar, G. (2003). A meta-analysis of research on information technology implementation in small business. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, *13*(2), 91–121. https://doi.org/10.1207/S15327744JOCE1302_2

Rashid Wani, S. (2017). Edu/Research Methodology/Sampling. *Population and Sample*, 1–7.

Rogers, E. M. (1995). *17 - Rogers 1995 cap 6 plan 5* (pp. 1–26).

Ruivo, P., Oliveira, T., & Neto, M. (2014). Examine ERP post-implementation stages of use and value: Empirical evidence from Portuguese SMEs. *International Journal of Accounting Information Systems*, *15*(2), 166–184. https://doi.org/10.1016/j.accinf.2014.01.002

Santosa, P. I. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif-Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan SmartPLS. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Method for Business Textbook: A

Skill Building Approach. *John Wiley & Sons Ltd.*, 1–420.

Sirlco. (2020). *Navigating Indonesia's E - Commerce : Covid 19 Impact & The Rise of Social Commerce*.

Taylor, S., & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, *6*(2), 144–176. https://doi.org/10.1287/isre.6.2.144

Thong, J. Y. L. (1999). An integrated model of information systems adoption in small businesses. *Journal of Management Information Systems*, *15*(4), 187–214. https://doi.org/10.1080/07421222.1999.11518227

Tongco, M. D. C. (2007). Purposive sampling as a tool for informant selection. Ethnobotany research and applications. *Ethnobotany Research and Applications*, *5*, 147–158. www.ethnobotanyjournal.org/vol5/i1547-3465-05-147.pdf

Ursachi, G., Horodnic, I. A., & Zait, A. (2015). How Reliable are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators. *Procedia Economics and Finance*, *20*(15), 679–686. https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00123-9

Wade, M., & Hulland, J. (2004). Review: The resource-based view and information systems research: Review, extension, and suggestions for future research. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, *28*(1), 107–142. https://doi.org/10.2307/25148626

Wang, Y., & Ahmed, P. K. (2009). The moderating effect of the business strategic orientation on eCommerce adoption: Evidence from UK family run SMEs. *Journal of Strategic Information Systems*, *18*(1), 16–30. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2008.11.001

Zhu, K., Kraemer, K., & Xu, S. (2003). Electronic business adoption by European firms: A cross-country assessment of the facilitators and inhibitors. *European Journal of Information Systems*, *12*(4), 251–268. https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000475

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

Bagian 1. Pembukaan

ANTESEDEN ADOPSI E-BUSINESS DAN DAMPAKNYA BAGI UMKM

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Muhammad Iqbal Bimata, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, Daerah Istimewa Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berhubungan dengan Anteseden Adopsi E-Business dan Dampaknya Bagi UMKM untuk tugas akhir skripsi. Kuisioner ini ditujukan untuk responden para UMKM yang melakukan kegiatan bisnisnya melalui platform online serta berdomisili pada Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sehubungan hal tersebut, dimohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuisioner berikut. Data yang diisikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini.

Atas perhatian dan kesediaannya dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Salam hormat,

Muhammad Iqbal Bimata

1. Apakah UMKM yang Anda kelola memanfaatkan teknologi informasi dalam praktek bisnis? (misalnya, penggunaan teknologi informasi dalam proses pengadaan, produksi, penjualan, maupun distribusi)

   - Ya
   - Tidak

Bagian 2. Data Profil Responden

2. Nama Bisnis :

3. Umur Usaha

   - 0 – 2 tahun
   - 3 – 5 tahun
   - 6 – 9 tahun
   - > 10 tahun

2. Jumlah Karyawan

   - < 10 orang
   - 10 – 30 orang
   - > 30 orang

3. Omzet (pendapatan dalam 1 tahun)

   - < 300 juta rupiah

- 300 – 2,5 milyar rupiah
- > 2,5 milyar rupiah

4. Jabatan Responden

- Karyawan atau staf
- Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
- Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola

Bagian 3. Konteks Teknologi

No	Pernyataan	STT	ST	S	SS
1	Kami memahami bahwa menggunakan *e – business* akan menguntungkan bagi bisnis kami				
2	Pengelolaan bisnis dapat mengadalkan teknologi infrmasi computer (TIK)				
3	Menggunakan teknologi informasi dalam mengelola bisnis adalah hal yang mudah				
4	Saya tidak khawatir tentang peretas atau penjahat yang berpotensi mencuri data bisnis yang saya kelola jika kami menggunakan teknologi informasi				
5	Saya memiliki banyak kesempatan untuk mencoba berbagai aplikasi dari teknologi informasi untuk mengelola bisnis				

Bagian 4. Konteks Organisasi

No	Pernyataan	STT	ST	S	SS
1	Usaha yang saya kelola memiliki SDM dengan keahlian untuk mengaplikasikan				

	teknologi informasi dalam menjalankan bisnis				
2	Usaha yang saya kelola memiliki sumber daya keuangan yang cukup untuk menerapkan teknologi informasi dalam aktivitas bisnis sehari-hari				
3	Usaha yang saya kelola memiliki rencana yang jelas mengenai penggunaan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis.				
4	Usaha yang saya kelola memiliki prosedur operasi standar (SOP) yang jelas dalam menjalankan bisnis.				

Bagian 5. Konteks Lingkungan

No	Pernyataan	STT	ST	S	SS
1	Pelanggan dan/atau pesaing dari usaha yang saya kelola mendorong bisnis kami untuk menerapkan teknologi informasi				
2	Lembaga keuangan (bank, BMT, koperasi simpan-pinjam, dll.) memberikan bantuan akses keuangan kepada usaha yang saya				

	kelola untuk menerapkan teknologi informasi				
3	Infrastruktur telekomunikasi (seperti jaringan internet atau pembayaran elektronik) dapat diandalkan untuk mendukung penerapan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis yang saya kelola.				
4	Pemerintah secara aktif menyediakan berbagai fasilitas (infrastruktur telekomunikasi dan penunjangnya) untuk mendukung penerapan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis yang saya kelola.				

Bagian 6. Penggunaan *E – Business*

No	Pernyataan	STT	ST	S	SS
1	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dengan pelanggan atau mitra bisnis				
2	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam mengelola atau melayani pelanggan				
3	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam mengelola keuangan				
4	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam mengelola karyawan				
5	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam mengelola aktivitas promosi				
6	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam menerima dan memproses pesanan pelanggan				
7	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam menjual produk/layanan				
8	Penerapan teknologi informasi memberikan kemudahan dalam merencanakan dan				

	memproduksi/menyampaikan produk/layanan				

Lampiran 2. Hasil Uji Validias dan Uji Reliabilitas

- Konteks Teknologi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	5

Correlations

		KT1	KT2	KT3	KT4	KT5	KTTotal
KT1	Pearson Correlation	1	.578**	.433**	.323*	.468**	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.016	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
KT2	Pearson Correlation	.578**	1	.522**	.415**	.380**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.004	.000
	N	55	55	55	55	55	55
KT3	Pearson Correlation	.433**	.522**	1	.659**	.634**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
KT4	Pearson Correlation	.323*	.415**	.659**	1	.608**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.016	.002	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
KT5	Pearson Correlation	.468**	.380**	.634**	.608**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
KTTotal	Pearson Correlation	.683**	.714**	.837**	.821**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Konteks Organisasional

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	4

Correlations

		KO1	KO2	KO3	KO4	KOTotal
KO1	Pearson Correlation	1	.485**	.448**	.341*	.756**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.011	.000
	N	55	55	55	55	55
KO2	Pearson Correlation	.485**	1	.619**	.475**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
KO3	Pearson Correlation	.448**	.619**	1	.522**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55
KO4	Pearson Correlation	.341*	.475**	.522**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55
KOTotal	Pearson Correlation	.756**	.839**	.811**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Konteks Lingkungan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

Correlations

		KL1	KL2	KL3	KL4	KLTotal
KL1	Pearson Correlation	1	.552**	.654**	.614**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
KL2	Pearson Correlation	.552**	1	.588**	.629**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55
KL3	Pearson Correlation	.654**	.588**	1	.574**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55
KL4	Pearson Correlation	.614**	.629**	.574**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55
KLTotal	Pearson Correlation	.816**	.833**	.800**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- Penggunaan E – Business

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

Correlations

		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8	PETotal
PE1	Pearson Correlation	1	.647**	.485**	.539**	.534**	.577**	.534**	.611**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PE2	Pearson Correlation	.647**	1	.568**	.472**	.534**	.577**	.631**	.611**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PE3	Pearson Correlation	.485**	.568**	1	.806**	.400**	.489**	.491**	.770**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PE4	Pearson Correlation	.539**	.472**	.806**	1	.352**	.465**	.426**	.567**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.008	.000	.001	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PE5	Pearson Correlation	.534**	.534**	.400**	.352**	1	.664**	.680**	.504**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.008		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PE6	Pearson Correlation	.577**	.577**	.489**	.465**	.664**	1	.664**	.624**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PE7	Pearson Correlation	.534**	.631**	.491**	.426**	.680**	.664**	1	.599**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

PE8	Pearson Correlation	.611**	.611**	.770**	.567**	.504**	.624**	.599**	1	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
PETotal	Pearson Correlation	.780**	.794**	.814**	.763**	.722**	.795**	.782**	.841**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3. Daftar Data Profil Responden

No	Umur Usaha	Jumlah Karyawan	Omzet/tahun	Jabatan Responden
1	6 - 9 tahun	<10 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
2	>10 tahun	10 - 30 orang	<300 juta rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
3	0 - 2 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
4	0 - 2 tahun	10 - 30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
5	3 - 5 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
6	>10 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
7	0 - 2 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
8	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
9	6 - 9 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
10	3 - 5 tahun	>30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
11	6 - 9 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
12	3 - 5 tahun	>30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Karyawan atau staf
13	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
14	3 - 5 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
15	3 - 5 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
16	0 - 2 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
17	0 - 2 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
18	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
19	>10 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
20	3 - 5 tahun	>30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
21	0 - 2 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha

22	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
23	3 - 5 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
24	0 - 2 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
25	>10 tahun	10 - 30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
26	3 - 5 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
27	3 - 5 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
28	>10 tahun	10 - 30 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
29	6 - 9 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
30	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
31	0 - 2 tahun	>30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
32	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	<300 juta rupiah	Karyawan atau staf
33	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
34	0 - 2 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
35	3 - 5 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
36	0 - 2 tahun	>30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
37	>10 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
38	6 - 9 tahun	10 - 30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
39	3 - 5 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
40	3 - 5 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
41	6 - 9 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
42	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
43	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
44	3 - 5 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola

45	3 - 5 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
46	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Manajer/Direktur/Pengelola tetapi bukan pemilik usaha
47	0 - 2 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
48	0 - 2 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
49	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
50	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	> 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
51	0 - 2 tahun	>30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
52	0 - 2 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
53	3 - 5 tahun	<10 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
54	3 - 5 tahun	10 - 30 orang	<300 juta rupiah	Pemilik Usaha merangkap sebagai Pengelola
55	>10 tahun	<10 orang	300 juta - 2,5 milyar rupiah	Karyawan atau staf

Lampiran 4. Daftar Data Variabel

- Variabel Konteks Teknologi

KT1	KT2	KT3	KT4	KT5
3	3	3	3	3
3	3	3	1	3
4	3	3	3	4
4	4	3	3	4
4	4	3	3	3
3	3	3	2	2
3	3	3	3	3
3	3	3	2	3
4	4	4	3	4
3	3	3	3	3
4	4	4	3	4
3	4	4	4	4
4	3	3	2	3
4	3	3	2	3
4	4	3	2	3
3	4	4	3	3
4	4	4	3	3
4	4	4	3	4
4	4	3	3	3
4	4	3	3	3
3	3	3	2	3
4	4	3	2	3
4	4	4	3	3
4	4	4	3	3
4	4	4	3	4
4	3	4	3	4
3	3	3	2	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	4	3
3	3	3	3	3
4	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	4

4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	3	2	3
4	4	4	4	3
4	3	3	3	3
3	3	3	2	2
3	4	3	2	2
3	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	3	4	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	4	3	4
4	4	3	3	3
4	4	3	3	3
3	3	3	2	2

- Variabel Konteks Organisasional

KO1	KO2	KO3	KO4
3	3	3	3
4	3	3	4
4	4	4	4
3	3	4	3
3	3	3	4
2	3	3	4
4	4	3	4
2	3	3	3
3	3	3	3
3	2	3	3
3	4	3	3
3	2	3	4
4	4	4	4
3	2	3	4
3	3	3	3

3	4	4	4
3	3	3	4
4	4	4	3
4	3	3	3
3	3	4	4
4	3	3	3
4	3	4	3
4	4	4	4
3	3	3	3
4	2	3	3
4	4	4	4
2	3	3	4
2	2	3	3
2	2	3	3
3	4	4	3
3	2	3	3
3	3	3	3
4	3	4	4
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	4
2	2	2	2
4	4	4	4
3	3	3	3
3	3	3	3
4	3	2	3
3	2	2	3
3	3	3	3
3	3	3	3
4	3	3	4
4	4	4	4
3	2	3	3
4	4	3	4
4	3	3	3
4	3	4	4
3	3	3	3
4	2	3	3
4	4	4	4
2	3	3	4
2	2	3	3

- Variabel Konteks Lingkungan

KL1	KL2	KL3	KL4
3	3	3	3
3	3	3	3
4	4	4	4
3	2	3	2
4	3	4	3
4	3	3	3
3	2	4	4
3	1	3	2
3	3	3	3
4	2	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	4	3
4	2	3	3
4	4	4	3
3	3	3	3
2	3	3	2
2	1	2	2
3	2	3	3
4	3	4	4
4	3	4	3
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	3	3
3	3	3	3
4	2	3	4
1	1	2	1
4	2	3	3
3	2	3	3
4	3	4	4
4	3	4	4
4	3	4	4
4	4	4	3
4	2	4	2
4	4	4	4

3	2	3	3
4	3	4	3
4	3	3	4
3	2	4	2
3	3	3	3
4	4	3	2
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	3	3
4	4	4	4
4	3	3	3
4	3	4	4
3	3	3	3
3	3	3	3
4	4	4	4
4	2	4	2
4	3	4	3

- Variabel Penggunaan E - Business

PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PE8
3	3	3	3	3	3	4	3
3	4	3	2	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	4	3
4	4	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	2	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	3	4	4	4	4

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.36063002
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.039
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

- Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.500	3.016		4.476	.000		
	KTTotal	.630	.164	.466	3.842	.000	.838	1.193
	KOTotal	.116	.196	.077	.591	.557	.734	1.363
	KLTotal	.286	.171	.212	1.675	.100	.772	1.295

a. Dependent Variable: PETotal

- Uji Heteroskidastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.126	1.637		4.353	.000
	KTTotal	-.075	.089	-.116	-.846	.402
	KOTotal	-.194	.107	-.268	-1.823	.074
	KLTotal	-.109	.093	-.168	-1.172	.247

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 6. Hasil Regresi

- Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.680	2.634		6.331	.000
	KT	.756	.154	.560	4.917	.000

a. Dependent Variable: PE

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.560[a]	.313	.300	2.488

a. Predictors: (Constant), KT

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149.634	1	149.634	24.173	.000[b]
	Residual	328.076	53	6.190		
	Total	477.709	54			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), KT

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22.687	2.572		8.820	.000
	KO	.524	.195	.346	2.688	.010

a. Dependent Variable: PE

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.346[a]	.120	.103	2.816

a. Predictors: (Constant), KO

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.329	1	57.329	7.228	.010[b]
	Residual	420.380	53	7.932		
	Total	477.709	54			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), KO

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22.531	2.304		9.780	.000
	KL	.526	.171	.389	3.077	.003

a. Dependent Variable: PE

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389[a]	.152	.136	2.765

a. Predictors: (Constant), KL

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.409	1	72.409	9.469	.003[b]
	Residual	405.300	53	7.647		
	Total	477.709	54			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), KL

- Hasil R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608[a]	.370	.333	2.429

a. Predictors: (Constant), KO, KT, KL

- Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.790	3	58.930	9.988	.000[b]
	Residual	300.919	51	5.900		
	Total	477.709	54			

a. Dependent Variable: PE

b. Predictors: (Constant), KO, KT, KL

- Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.500	3.016		4.476	.000
	KL	.286	.171	.212	1.675	.100
	KT	.630	.164	.466	3.842	.000
	KO	.116	.196	.077	.591	.557

a. Dependent Variable: PE