

HASIL CEK_4th NCBMA M Arifin - Syifa Fitriani

by Syifa Fitriani 60171072

Submission date: 08-Jan-2022 09:53AM (UTC+0700)

Submission ID: 1738736236

File name: 4th_NCBMA_M_Arifin_-_Syifa_Fitriani.pdf (251.35K)

Word count: 2089

Character count: 13232

PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN EKSTERNAL YANG MENGHAMBAT PENGUNAAN *E-COMMERCE* PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KERAJINAN DI KABUPATEN BANTUL

Muhammad Arifin¹⁾, Syifa Fitriani²⁾

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

e-mail: syifa.fitriani@ie.uad.ac.id

ABSTRAK

Kabupaten Bantul merupakan pusat industri kerajinan, namun masih terdapat UMKM yang belum memasarkan produknya secara *online*. Hal tersebut menunjukkan bahwa implementasi *E-commerce* pada UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul masih menghadapi kendala, baik dari aspek teknis maupun non-teknis sehingga menyebabkan sulitnya para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara *online*. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui faktor-faktor lingkungan eksternal yang mempengaruhi hambatan penggunaan *E-commerce* pada UMKM kerajinan Kabupaten Bantul. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 115 UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul pada tahun 2020. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Regresi Linier Berganda dengan bantuan software SPSS versi 20.0. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, didapatkan faktor yang tidak berpengaruh terhadap hambatan penggunaan *E-commerce* pada UMKM kerajinan di kabupaten Bantul adalah faktor teknologi. Sedangkan faktor pesaing, konsumen dan pemerintah berpengaruh terhadap hambatan penggunaan *E-commerce*.

Kata Kunci: Penghambat, *E-Commerce*, Lingkungan Eksternal

Abstract

Bantul Regency is the center of the handicraft industry, but there are still MSMEs that have not marketed their products online. This shows that the implementation of *E-commerce* in handicraft MSMEs in Bantul Regency is still facing obstacles, both from technical and non-technical aspects, causing difficulties for MSME players to market their products online. The purpose of this study is to determine external environmental factors which affects the barriers to the use of *E-commerce* on craft MSMEs. The data collection method was carried out by distributing questionnaires and interviews to 115 handicraft MSMEs in Bantul Regency in 2020. The method of analysis in this study used Multiple Linear Regression calculations with the help of SPSS version 20.0 software. Based on the results of the research conducted, it was found that technology did not affect the barriers to using *E-commerce* in handicraft MSMEs in Bantul Regency. Competitor, consumer and government factors influence the use of *E-commerce*.

Keyword: Barrier *E-Commerce*, External Environment

PENDAHULUAN

E-Commerce merupakan pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Dari riset KONTAN 2019, data penghasilan empat *marketplace* terbesar di Indonesia yakni Tokopedia, Lazada, Shopee dan Bukalapak. Tokopedia sepanjang tahun 2018 memiliki penghasilan kotor sebesar 73 triliun rupiah dengan pengunjung perbulan mencapai 65.95 juta orang dan pengunduh aplikasi melebihi 50 juta orang. Lazada memiliki total transaksi hingga kuartal II pada tahun 2019 mencapai 51 triliun rupiah dengan pengunjung bulanan per-Oktober 2019 sebanyak 55,96 juta orang dan pengunduh aplikasi sebanyak lebih dari 50 juta orang. Bukalapak pada tahun 2018 memiliki nilai penjualan mencapai 56 triliun rupiah dan diperkirakan akan naik menjadi 70 triliun rupiah dengan pengunjung web bulanan per-Oktober 2019 sebanyak 42,87 juta orang dan pengunduhan aplikasi lebih dari 10 juta orang. Lazada memiliki pengunjung web bulanan per-Oktober 2019 sebanyak 28 juta orang dan pengunduh aplikasi lebih dari 100 juta orang.

Meskipun demikian implementasi *E-commerce* untuk UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul

masih menghadapi kendala, baik dari aspek teknis maupun non-teknis.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul selalu menunjang fasilitas yang dibutuhkan oleh para UMKM yang ada seperti melakukan pelatihan. Namun segala upaya yang dilakukan pemerintah tidak berjalan baik karena minat dan pengetahuan para pemilik UMKM yang masih kurang. Dari wawancara yang dilakukan pada UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul penjualan yang dilakukan secara konvensional di tempat wisata ataupun di toko milik sendiri lebih nyaman dilakukan.

Hasil tersebut menunjukan bahwa pelaku UMKM yang belum menggunakan sistem pemasaran secara *e-commerce* atau pemasaran melalui internet terjadi dikarenakan adanya faktor penghambat lingkungan eksternal yang menjadi permasalahan UMKM. Zhu dan Kraemer (2005) dalam Rahayu dan Day (2015) menilai faktor dukungan eksternal dalam konteks pengadopsian *e-commerce* melalui beberapa indikator. Pertama, melalui regulasi dan kebijakan pemerintah yang mampu melindungi pelaku usaha dalam transaksi bisnis digital. Kedua, melalui peran perusahaan pengembang sistem untuk ikut terlibat aktif dalam menyediakan fasilitas pelatihan dan konsultasi. Ketiga, insentif bagi pelaku usaha untuk menerapkan sistem teknologi digital dalam transaksi

perdagangan. Seperti yang diutarakan oleh (Suryana, 2013), yakni diperlukan sinergi antara pemerintah, perusahaan pengembang, pelaku usaha bahkan konsumen untuk mendukung aktivitas *E-commerce*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nuvriasari, 2012) dengan menggunakan metode deskriptif dan inferensial. Hasil analisis deskriptif dapat ditunjukkan bahwa tujuan utama UKM menggunakan internet dalam kegiatan bisnisnya adalah untuk pencarian informasi bisnis (97,1%). Sedangkan faktor utama yang menjadi penghambat bagi UKM dalam mengadopsi *e-commerce* adalah keterbatasan kemampuan dan keterampilan sumber daya manusia dalam penguasaan teknologi informasi (70,6%). Hasil lain dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara dukungan organisasional, kompetensi teknologi dan lingkungan eksternal terhadap pengadopsian *e-commerce*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor teknologi, faktor konsumen, faktor pesaing dan faktor pemerintah merupakan faktor yang mempengaruhi hambatan penggunaan *E-commerce* pada UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul dan bagaimana pengaruh teknologi, konsumen, pesaing dan pemerintah secara bersama atau simultan terhadap hambatan penggunaan *E-commerce* pada

UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul.

TINJAUAN LITERATUR

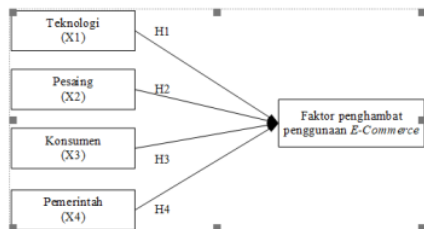
(Kabanda, 2011) menjelaskan bahwa *E-Commerce* (*electronic commers*) adalah merupakan bagian dari penerapan atau pengaplikasian dari transaksi bisnis seperti transaksi penjualan dan pembelian yang pelaksanaannya menggunakan transaksi elektronik atau jaringan internet dan juga jaringan eksternal.

E-commerce dapat dimanfaatkan oleh UMKM sebagai media pemasaran penjualan. Pada pengaplikasiannya akan ditemukan kendala dan pendorong UKM dalam mengadopsi *e-commerce*. Seperti pada penelitian yang dilakukan Nuvriasari (2012) didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara dukungan organisasional, kompetensi teknologi dan lingkungan eksternal terhadap pengadopsian *e-commerce*. Lingkungan eksternal merupakan elemen yang berada di luar organisasi yang memungkinkan akan mempengaruhi organisasi dalam pengambilan keputusan. Lingkungan eksternal dapat berupa lingkungan makro dan mikro yang terdiri dari demografi, politik, teknologi, ekonomi, sosial budaya, *supplier*, konsumen, pesaing, distributor, institusi pemerintah, tenaga kerja, dan kreditor.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan pada pemilik UMKM kerajinan di Kabupaten Bantul yang belum memanfaatkan *e-Commerce* ataupun yang sudah memanfaatkan *E-commerce* namun belum bergabung kedalam *marketplace*. Sampel yang sekaligus menjadi responden sebanyak 115 responden. Metode regresi linear berganda merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini.

Model konseptual yang dibuat terdapat pada Gambar XX.



Gambar 1 Model konseptual

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Teknologi berpengaruh signifikan terhadap hambatan penggunaan *E-Commerce*.

H2 : Konsumen berpengaruh signifikan terhadap hambatan penggunaan *E-Commerce*.

H3 : Pesaing berpengaruh signifikan terhadap hambatan penggunaan *E-Commerce*.

H4 : Pemerintah berpengaruh signifikan terhadap hambatan penggunaan *E-Commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reabilitas dilakukan pada masing-masing variabel X1, X2, X3 dan Y. Ketika dilakukan pengujian masing-masing variabel dinyatakan valid dan reliabel.

Pengujian statistik t atau t-test dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$).

Hasil uji T yang telah dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 20.0* disimpulkan bahwa jika t hitung < t tabel maka variabel *independent* secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent* (hipotesis diterima). Sedangkan jika t hitung > t tabel maka variabel *independent* secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependent* (hipotesis ditolak).

Berdasarkan hasil lampiran 7, variabel teknologi (X₁) didapatkan nilai t hitung sebesar 1,226 dan nilai t tabel sebesar 1,98. Sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,223 sehingga dapat dinyatakan bahwa (t hitung < t tabel) dan signifikansi (0,223 > 0,05). Maka H₀ ditolak, artinya faktor teknologi tidak berpengaruh terhadap hambatan penggunaan *E-commerce*. Hasil ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Medinah et.al (2019) di sebutkan bahwa faktor teknologi tidak berpengaruh dalam menghambat penggunaan *E-commerce*.

Variabel konsumen (X₂) didapatkan nilai t hitung sebesar 4,453 dan nilai t tabel sebesar 1,98. Sedangkan

nilai⁴ signifikansi sebesar 0,000 sehingga dapat dinyatakan bahwa ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan signifikansi ($0,000 < 0,05$). Maka H_0 diterima, artinya faktor teknologi berpengaruh terhadap hambatan penggunaan *E-commerce*.

³ Variabel pesaing (X_3) didapatkan nilai t hitung sebesar 2,972 dan nilai t tabel sebesar 1,98. Sedangkan nilai⁴ signifikansi sebesar 0,004 sehingga dapat dinyatakan bahwa ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan signifikansi ($0,004 < 0,05$). Maka H_0 diterima, artinya faktor pesaing berpengaruh terhadap hambatan penggunaan *E-commerce*.

Variabel³ pemerintah (X_4) didapatkan nilai t hitung sebesar 3,323 dan nilai t tabel sebesar 1,98. Sedangkan nilai⁴ signifikansi sebesar 0,001 sehingga dapat dinyatakan bahwa ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan signifikansi ($0,001 < 0,05$). Maka H_0 diterima, artinya faktor pemerintah berpengaruh terhadap hambatan penggunaan *E-commerce*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada UMKM bahwasanya masih terdapat UMKM yang tidak mendapatkan informasi mengenai pelatihan dan bantuan lain dari

pemerintah sehingga faktor pemerintah berpengaruh terhadap penggunaan *E-commerce* bagi UMKM. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Irwin (2010) dimana dalam penelitiannya disebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM dalam mengadopsi *E-commerce* salah satunya adalah faktor eksternal yaitu kekuatan pasar, pemerintah, dukungan industri dan tekanan persaingan.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa faktor teknologi, pesaing dan pemerintah berpengaruh menghambat penggunaan *e-commerce* bagi UMKM Kerajinan Kabupaten Bantul.

Saran dari hasil penelitian ini pemerintah harus terus memantau dan membina UMKM seperti melakukan pelatihan yang terorganisir dan merata pada UMKM di Kabupaten Bantul agar dapat meningkatkan minat para pelaku UMKM untuk ikut serta dalam penggunaan *e-commerce*.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Validitas Variabel Teknologi (X_1)

| Pernyataan | Nilai Item- Total Correlation ⁶ | R Tabel | Keterangan |
|------------|--|---------|------------|
|------------|--|---------|------------|

| | | | |
|------|-------|--------|-------|
| Tek1 | 0,776 | 0,1832 | Valid |
| Tek2 | 0,591 | | Valid |
| Tek3 | 0,669 | | Valid |
| Tek4 | 0,672 | | Valid |

Lampiran 2. Uji Validitas Variabel Konsumen (X2)

| Pernyataan | Nilai Item- Total Correlation / R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|-------------------|--|---------|------------|
| Kons ₁ | 0,761 | 0,1832 | Valid |
| Kons ₂ | 0,667 | | Valid |
| Kons ₃ | 0,858 | | Valid |
| Kons ₄ | 0,778 | | Valid |
| Kons ₅ | 0,541 | | Valid |

Lampiran 3. Uji Validitas Variabel Pesaing (X3)

| Pernyataan | Nilai Item- Total Correlation / R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------------|--|---------|------------|
| Pes ₁ | 0,637 | 0,1832 | Valid |
| Pes ₂ | 0,581 | | Valid |
| Pes ₃ | 0,634 | | Valid |
| Pes ₄ | 0,648 | | Valid |
| Pes ₅ | 0,62 | | Valid |

Lampiran 4. Uji Validitas Variabel Pesaing (X4)

| Pernyataan | Nilai Item- Total Correlation / R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------------|--|---------|------------|
| Pem ₁ | 0,737 | 0,1832 | Valid |
| Pem ₂ | 0,744 | | Valid |
| Pem ₃ | 0,805 | | Valid |
| Pem ₄ | 0,812 | | Valid |
| Pem ₅ | 0,773 | | Valid |
| Pem ₆ | 0,723 | | Valid |

Lampiran 5. Uji Validasi Hambatan Penggunaan E-commerce (Y)

| Pernyataan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
|------------|----------|---------|------------|

| | | | |
|-------------------|-------|--------|-------|
| | | | |
| Peng ₁ | 0,868 | 0,1832 | Valid |
| Peng ₂ | 0,869 | | Valid |
| Peng ₃ | 0,816 | | Valid |

Lampiran 6. Uji Reabilitas

| Pernyataan | Nilai Cronbach's Alpha | Batas Minimal Cronbach's Alpha | Keterangan |
|------------|------------------------|--------------------------------|------------|
| Tek (X1) | 0,609 | 0,6 | Reliabel |
| Kons (X2) | 0,764 | 0,6 | Reliabel |
| Pes (X3) | 0,604 | 0,6 | Reliabel |
| Pem (X4) | 0,858 | 0,6 | Reliabel |
| Peng (Y) | 0,809 | 0,6 | Realabel |

Lampiran 7. Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | ,222 | ,415 | | ,536 | ,593 |
| | Teknologi | ,195 | ,159 | ,140 | 1,226 | ,223 |
| | Konsumen | ,572 | ,129 | ,479 | 4,453 | ,000 |
| | Pesaing | ,384 | ,129 | ,258 | 2,972 | ,004 |
| | Pemerintah | -,356 | ,107 | -,323 | -3,323 | ,001 |

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimakasih kepada Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Kabupaten Bantul telah memberikan kami kesempatan melakukan penelitian ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pemilik UMKM Kerajinan Kabupaten Bantul sebagai responden yang telah banyak membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kabanda, S. (2011). SMEs perception of E-Commerce in Tanzania. *The African Journal of Information Systems*, 3(1), 118–132.
- Medinah, M., Fitriani, S., & Linarti, U. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal yang Menghambat Penggunaan E-Commerce pada UMKM Kerajinan di Kota Yogyakarta. *Journal of Industrial and Engineering System*, 1(2),

4th NCBMA (Universitas Pelita Harapan, Indonesia)
"Technopreneurship After Global Financial Crisis"
18 Maret 2021.

101–110. <https://doi.org/10.31599/jies.v1i2.317>

Nuvriasari, A. (2012). Peran Dukungan Organisasional, Kompetensi Teknologi Dan Lingkungan Eksternal Dalam Rangka Mendorong Pengadopsian E-Commerce Pada Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol.16 No.2, Juli 2012, 205–207.

Rahayu, R. & Day, J. 2015. Determinant factors of e-commerce *adoption* by SMEs in developing country: Evidence from Indonesia. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, Vol. 195

Suryana, Y., Bayu, K. & Jatnika, D. 2013. Promotion and product marketing models of small and medium enterprises (SMEs) through e-commerce. *Advances in Management and Applied Economics*, Vol. 3 No. 4

HASIL CEK_4th NCBMA M Arifin - Syifa Fitriani

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | journals.ums.ac.id Internet Source | 5% |
| 2 | worldwidescience.org Internet Source | 5% |
| 3 | eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source | 2% |
| 4 | ejournal.unwaha.ac.id Internet Source | 2% |
| 5 | repository.uinjkt.ac.id Internet Source | 2% |
| 6 | 123dok.com Internet Source | 2% |
| 7 | ojs.serambimekkah.ac.id Internet Source | 2% |

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%