

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-
COMMERCE DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA UMKM DI
MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Pelaku UMKM Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang)

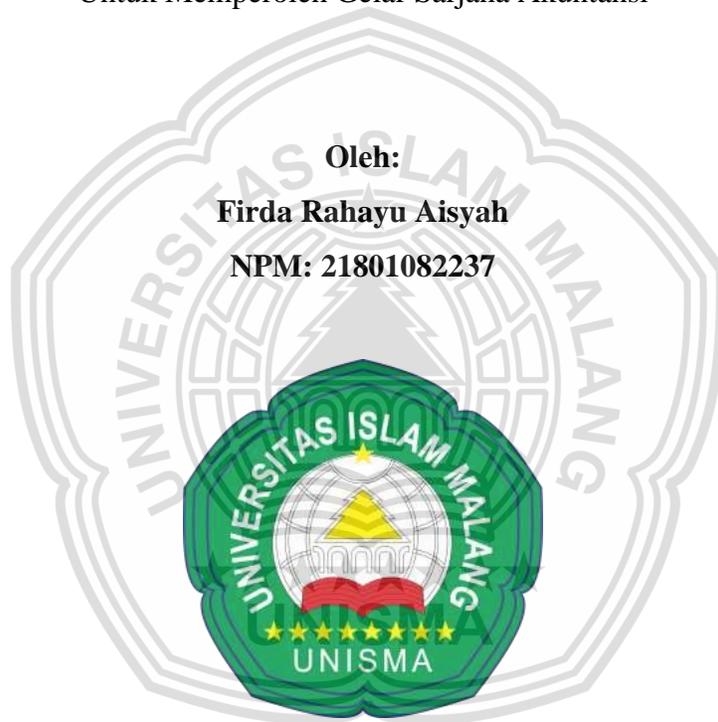
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

Firda Rahayu Aisyah

NPM: 21801082237



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN AKUNTANSI**

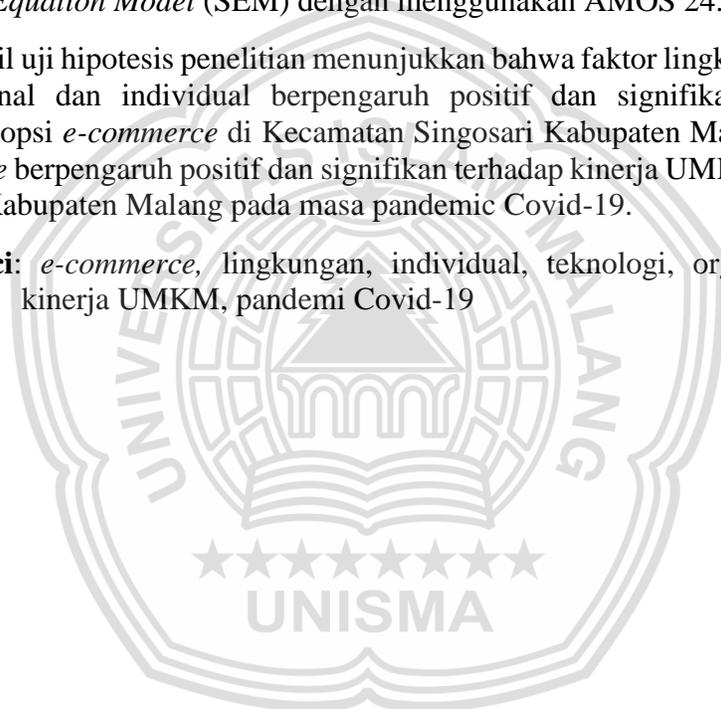
2021

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* dan dampaknya pada kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan survei dengan teknik pengumpulan data kuesioner berskala *Likert 7* kepada pelaku UMKM yang berlokasi di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan pedoman *Maximum Likelihood* dengan jumlah responden 115. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model (SEM)* dengan menggunakan AMOS 24.

Hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan bahwa faktor lingkungan, teknologi, organisasional dan individual berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap adopsi *e-commerce* di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang serta adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang pada masa pandemic Covid-19.

Kata kunci: *e-commerce*, lingkungan, individual, teknologi, organisasional, dan kinerja UMKM, pandemi Covid-19

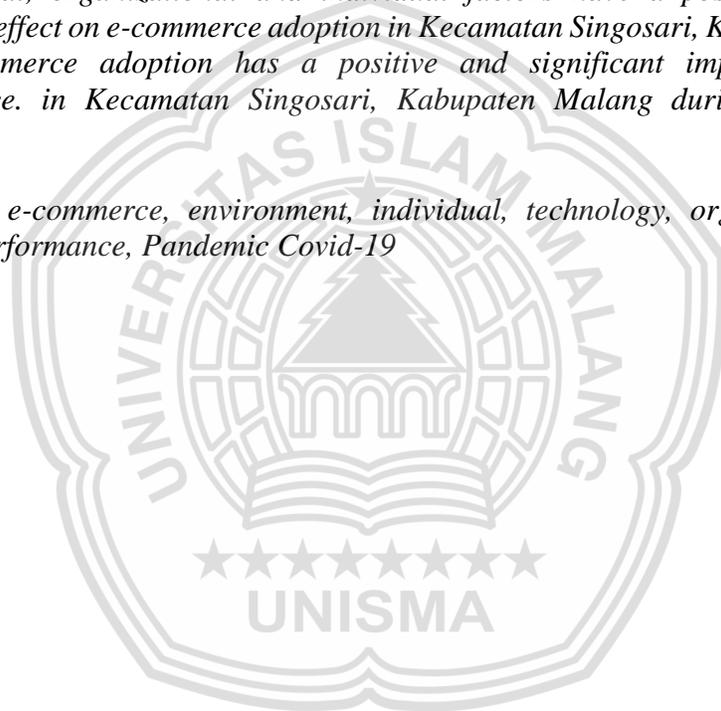


ABSTRACT

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

The results of the research hypothesis test show that environmental, technological, organizational and individual factors have a positive partial and significant effect on e-commerce adoption in Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang and e-commerce adoption has a positive and significant impact on UMKM performance. in Kecamatan Singosari, Kabupaten Malang during the Covid-19 pandemic.

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



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 merebak ke seluruh penjuru dunia mulai November 2019 dan mulai menyebar di Indonesia mulai Maret 2020 yang mengubah semua kebiasaan orang termasuk kebiasaan transaksi jual beli di masyarakat. Untuk meminimalisir penyebaran Covid-19 pemerintah membuat kebijakan PPKM yang mengharuskan semua orang membatasi kegiatan di luar rumah. Hal ini berdampak pada semua sektor salah satunya sektor ekonomi. (Hardilawati, 2020) Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) terkait dampak Covid-19 terhadap pelaku usaha menemukan penurunan pendapatan paling drastis terjadi di Provinsi Bali sebesar 92,18%, Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 89,69%, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta sebesar 86,55%, dan Provinsi Banten sebesar 86,55% (Liputan6.com)

Berdasarkan berita yang dimuat di nasional.sindonews.com memberitakan bahwa Covid-19 berdampak terhadap UMK yaitu penurunan pendapatan sebesar 84,20%. Selain itu UMK juga mengalami penurunan pelanggan sebesar 78,35% karena pelanggan juga mengalami penurunan pendapatan. Di sisi UMK juga mengalami kendala keuangan untuk operasional dan membayar gaji pegawai yang berakibat 33,23% UMK mengurangi jumlah pegawai.

Dalam rangka mendorong tingkat penjualan UMKM karena pembatasan kegiatan masyarakat yang mengharuskan untuk menjaga jarak dan adanya pembatasan jam operasional, Kementerian PPN/Bappenas merekomendasikan agar UMKM bertransformasi digital (aptika.kominfo.go.id). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bappenas mendapatkan hasil bahwa UMKM melakukan penjualan dengan metode *online* sebesar 61% pada usaha Mikro, 68% pada usaha Kecil, dan 50% pada usaha Menengah. Hal ini lebih besar dibanding inisiatif lain seperti membuat paket produk tertentu, memberi diskon, menjual dengan kemasan lebih kecil, dan lain-lain yang dilakukan oleh pelaku UMKM untuk bertahan di masa pandemi Covid-19.

Rencana aspek pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM diantaranya memanfaatkan peran teknologi dalam memasarkan produk dan saat proses produksi. Berdasarkan survei Bappenas rencana marketing yang tertinggi yaitu dengan memanfaatkan media sosial tidak berbayar sebesar 73,75%, program *e-commerce* dari BUMN dan Swasta sebesar 18,22% dan media sosial berbayar sebesar 13,10%. (aptika.kominfo.go.id).

Berdasarkan berita yang dimuat oleh kompas.id, masa pandemi covid-19 meningkatkan penggunaan internet di Indonesia karena semua aktivitas dilakukan secara *online*. Hingga tahun 2020 pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 196 juta jiwa atau sekitar 72% dari total penduduk Indonesia. Pada tahun 2021 pada berita yang ditulis oleh Galuh Putri Riyanto yang dimuat di kompas.com

memberitakan pada awal 2021 pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa atau meningkat sebesar 15,5% dibanding tahun 2020. Pengguna internet kebanyakan pada usia 16 tahun hingga 64 tahun dengan memanfaatkan beberapa perangkat baik komputer, laptop, tablet, *smartphone*, *smartwatch*, dan sebagainya. Masih pada berita yang sama rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktunya 8 jam 52 menit untuk berselancar di internet dengan waktu 3 jam 14 menit untuk membuka sosial media.

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia telah melakukan survei cepat dampak pandemi Covid-19 terhadap Kinerja UMKM secara daring pada tanggal 1 Mei sampai 20 Mei 2020 yang melibatkan 679 responden. Hasil survei menunjukkan bahwa selama pandemi 94,69% pelaku UMKM mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan skala usaha, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 49,1% usaha ultra mikro, 43,3% usaha mikro, 40% usaha kecil, dan 45,38% usaha menengah. Berdasarkan metode penjualan, penurunan penjualan lebih dari 75% dialami oleh 47,44% penjualan secara luring, 40,17% penjualan secara daring, dan 39,41% penjualan secara daring sekaligus luring (lipi.go.id)

Untuk meningkatkan kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19 *E-commerce* memiliki kelebihan dibanding berjualan secara konvensional untuk memasarkan dan mengembangkan bisnis karena dapat memperluas akses pasar bahkan bisa menembus pasar internasional. Perkembangan teknologi juga semakin murah sehingga membuka peluang bagi UMKM untuk memanfaatkan pemasaran digital

menggunakan *e-commerce* untuk operasional bisnis yang dilakukan UMKM (bppk.kemenkeu.go.id). Survei yang dilakukan oleh Sea Insight pada Juni 2020 berdasarkan berita yang dimuat di inet.detik.com menemukan bahwa UMKM di *e-commerce* meningkat sebesar 45% selama pandemi Covid-19, data hasil survei ini dilakukan pada 20.000 anak muda yang berusia 16 hingga 35 tahun sebagai responden.

Penjelasan penerimaan dalam penggunaan sistem teknologi informasi dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis (1989) yang menjelaskan suatu hubungan sebab dan akibat antara suatu keyakinan dari manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan dalam penggunaannya. Model TAM ini tidak hanya bisa memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga para praktisi dapat menganalisis mengapa suatu faktor diterima dan memberikan langkah yang tepat. Tujuan dari TAM adalah memberikan dasar langkah dari pengaruh faktor eksternal pada kepercayaan internal, sikap, dan niat. TAM dirancang untuk mencapai tujuan dengan cara mengidentifikasi beberapa variabel dasar (Davis et. Al, 1986). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Poetri (2009) dengan judul “Adopsi *E-Commerce* dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) bagi UMKM” menyimpulkan teknologi atau *Computer Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* dalam adopsi *e-commerce* hal ini berarti

pelaku UKM yakin akan kemampuannya menggunakan komputer akan mempengaruhi persepsinya mengenai manfaat dan kemudahan dari *e-commerce*.

Leatemia (2020) menyimpulkan dalam penelitiannya yang berjudul ” Adopsi *E-commerce* Pada UMKM di Era Pandemi Covid-19” bahwa manfaat adopsi *e-commerce* dirasakan oleh pelaku UMKM khususnya di Kota Ambon tergolong dalam kategori bermanfaat dengan merasakan peningkatan pertukaran informasi dengan konsumen dan pemasok, peningkatan *loyalitas* pelanggan, peningkatan pelayanan kepada pelanggan, memperluas jangkauan bisnis bahkan hingga pasar internasional, serta mengurangi biaya promosi. Sedangkan Hanum & Sinarasri (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja UMKM khususnya di Kota Semarang. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Ningtyas dkk (2015) juga menghasilkan adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kabupaten Banyumas dan Purbalingga.

Salah satu bentuk informasi teknologi yang dapat diterapkan oleh UMKM untuk mempertahankan kegiatan operasional di tengah pandemi covid-19 yaitu dengan mengadopsi *e-commerce* sesuai dengan hasil penelitian dan survei yang telah dilakukan bahwa dengan mengadopsi *e-commerce* dapat membantu bertahan di tengah krisis ekonomi akibat pandemi (bppk.kemenkeu.go.id) dengan memperhatikan faktor lingkungan yang mempengaruhi seperti tekanan dari konsumen dan pemasok yang mengharuskan dilakukan secara daring karena

kebijakan PPKM yang ditetapkan oleh pemerintah, selain itu faktor organisasional seperti kesiapan SDM dan kesiapan finansial yang dibutuhkan juga harus dipersiapkan dalam mengadopsi *e-commerce* dalam melakukan operasional bisnis. Faktor selanjutnya yang harus diperhatikan yaitu individual atau pengalaman dan pengetahuan dari pemilik atau pengelola UMKM untuk memutuskan beralih ke penjualan digital dan faktor kesiapan teknologi yang digunakan untuk beralih menggunakan *e-commerce*. (Hanum & Sinarasri, 2018)

Hal itu selaras dengan peningkatan digitalisasi pelaku UMKM untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya di tengah pandemi Covid-19 dengan bertransformasi secara digital dengan memanfaatkan *e-commerce* sebagai media untuk menjalankan usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM yang pastinya didukung dengan perkembangan teknologi pembayaran digital dan perusahaan logistik. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi *E-Commerce* dan Dampaknya Pada Kinerja UMKM Di Masa Pandemi Covid-19”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh faktor lingkungan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19?

2. Bagaimana Pengaruh faktor individual terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19?
3. Bagaimana pengaruh faktor teknologi terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19?
4. Bagaimana pengaruh faktor organisasional terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19?
5. Bagaimana pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor lingkungan terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor individual terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.

3. Untuk menganalisis pengaruh faktor teknologi terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor organisasional terhadap adopsi *e-commerce* pada UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.
5. Untuk menganalisis pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang di masa pandemi Covid-19.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini memberikan manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Bagi pengembangan bidang ilmu Sistem Informasi Akuntansi, Sistem Pengendalian Manajemen, dan Kewirausahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan sarana untuk mengembangkan ilmu dan wawasan dalam hal faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* dan dampaknya pada kinerja UMKM yang diperoleh selama kuliah sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan bermasyarakat.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan kajian teoritis, serta dapat dijadikan bahan kajian dalam penelitian sejenis terkait faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* dengan faktor lingkungan, teknologi, organisasional, dan individual sebagai variabel eksogen atau variabel independen dan dampaknya pada kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku UMKM

Hasil penelitian ini dapat dijadikan oleh pelaku UMKM sebagai sumber informasi dan sebagai masukan bagi pelaku UMKM untuk mempersiapkan faktor-faktor yang belum siap untuk mengadopsi *e-commerce* untuk meningkatkan kinerjanya dengan mempersiapkan teknologi dan SDM untuk beralih metode penjualannya menjadi digital.

b. Bagi Dinas Koperasi dan UMKM

Penelitian ini dapat dijadikan acuan penyusunan regulasi terkait transformasi digital bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerjanya di masa pandemi covid-19 dengan memperhatikan faktor lingkungan, faktor organisasional, faktor individual, dan faktor teknologi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* dan dampaknya pada kinerja UMKM di masa pandemi Covid-19. Responden dalam penelitian ini berjumlah 115 responden yang merupakan pelaku UMKM yang lokasi usahanya berada di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model analisis SEM (*Structural Equation Model*) dengan bantuan program AMOS versi 24 maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang masa pandemi Covid-19.
2. Faktor teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang masa pandemi Covid-19.
3. Faktor individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang masa pandemi Covid-19.

4. Faktor organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang masa pandemi Covid-19.
5. Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang masa pandemi Covid-19.

5.2 Keterbatasan

Meskipun peneliti sudah berusaha untuk meminimalkan kesalahan namun ada beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang sebagai responden penelitian sehingga kurang mencakup secara keseluruhan pelaku UMKM yang mengadopsi *e-commerce*.
2. Metode pengumpulan data yang hanya menggunakan pertanyaan tertutup untuk mengetahui tanggapan responden pada masing-masing variabel penelitian. Pertanyaan tertutup pada responden tidak dapat memberikan informasi tambahan pada tanggapan responden karena jawaban responden terbatas pada skala 1 sampai 7.
3. Pengisian kuesioner secara *online* melalui *google form* yang di isi oleh responden dengan meluangkan waktunya di tengah kesibukan mereka sehingga kemungkinan adanya ketidak sesuaian jawaban responden dengan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dan peneliti tidak bisa mendatangi

pelaku UMKM secara tatap muka dengan melakukan penyebaran kuesioner secara langsung karena keterbatasan waktu dan masih dalam situasi pandemi yang membatasi kegiatan secara tatap muka.

4. Peneliti hanya menggunakan sampel berdasarkan ketentuan *Maximum Likelihood* dengan kriteria minimal 100-200 responden untuk menganalisis data.
5. Peneliti hanya menggunakan empat faktor yang dianalisis dapat mempengaruhi adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM.

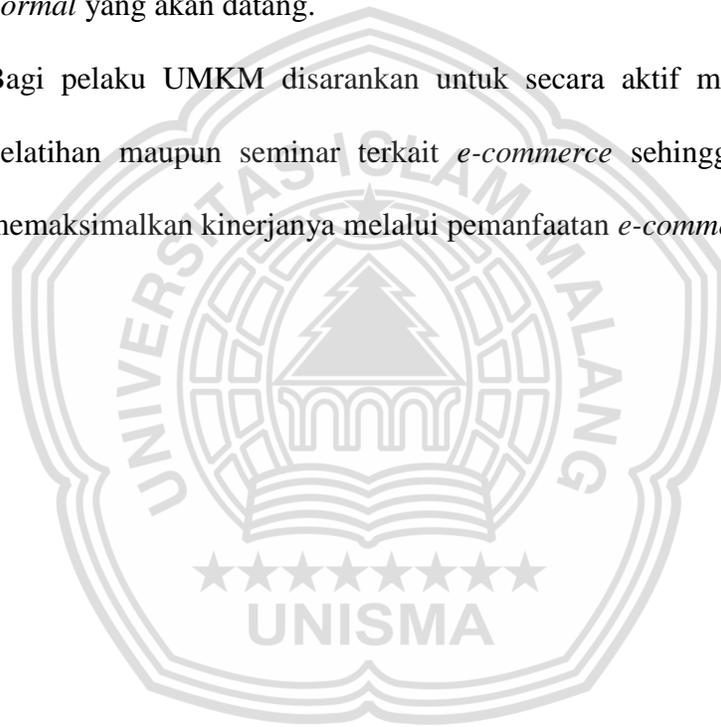
5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah dipaparkan di atas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah populasi yang digunakan tidak hanya menggunakan responden pelaku UMKM di Kecamatan Singosari saja, tetapi bisa menggunakan beberapa Kecamatan atau satu Kabupaten bahkan satu Provinsi sebagai populasi sekaligus agar data yang dianalisis lebih beragam dan menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik pengumpulan selain kuesioner yaitu dengan menggunakan teknik wawancara secara langsung kepada responden pelaku UMKM.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan tidak hanya berpedoman pada pedoman *Maximum Likelihood* agar data yang dihasilkan lebih akurat.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce* pada pelaku UMKM.
5. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan kuesioner dengan menambah pertanyaan jenis *e-commerce* apa yang digunakan oleh pelaku UMKM sehingga dapat menambah informasi media *e-commerce* yang dominan digunakan oleh para pelaku UMKM untuk melakukan adopsi *e-commerce*.
6. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menganalisis pengaruh langsung dari faktor lingkungan, organisasional, individual, dan teknologi terhadap kinerja UMKM tanpa adopsi *e-commerce* sebagai variabel intervening.
7. Bagi pelaku UMKM diharapkan dapat mempersiapkan dan meningkatkan faktor-faktor untuk meningkatkan pengadopsian *e-commerce* dengan harapan dapat meningkatkan kinerjanya di masa pandemi Covid-19 selain itu disarankan kepada pelaku UMKM yang sudah mengadopsi *e-commerce* dalam melakukan aktivitasnya sebaiknya secara rutin untuk melakukan branding di media sosial maupun *update platform e-commerce* yang mudah digunakan oleh *customer*.

8. Bagi Dinas Koperasi dan UKM diharapkan dapat memperhatikan faktor lingkungan, faktor organisasional, faktor individual, dan faktor teknologi untuk mendukung pengadopsian *e-commerce* seperti melakukan sosialisasi dan pelatihan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan *e-commerce* pada pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja UMKM di masa *new normal* yang akan datang.
9. Bagi pelaku UMKM disarankan untuk secara aktif mengikuti kegiatan pelatihan maupun seminar terkait *e-commerce* sehingga UMKM dapat memaksimalkan kinerjanya melalui pemanfaatan *e-commerce*.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M. Kwartono. 2007. Analisis Usaha Kecil dan Menengah, Yogyakarta: CV, Andi Offset.
- Afuah, Allan. 2004. *Business Model: A strategic Management Approach*. McGraw. Hill, Ney York.
- Asmani, Jamal Ma'mur. 2011. Tips Efektif Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Dunia Pendidikan. Jogjakarta: DIVA Press.
- Basuki, A. T. 2019. Pengantar Model Persamaan Struktural (Aplikasi Dalam Ekonomi Dan Bisnis)
- Buchory, Herry Achmad & Djaslim Saladin. 2010. Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi dan. Tanya Jawab. Bandung: Linda Karya.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala likert. *Jurnal ilmu pertanian dan perikanan*, 2(2), 127-133.
- Budiarto, F. W. 2020. Pengaruh Kesiapan Organisasi, Teknologi Informasi Dan Lingkungan Eksternal Terhadap Adopsi *E-Commerce* (Siplah) Pada Usaha Penerbit Di Kabupaten Bandung (Doctoral dissertation. Universitas Komputer Indonesia).
- Darmawan, D. 2012. Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Djaslim Saladin dan Herry Achmad Buchory, (2010), Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab, Linda Karya, Bandung.
- Eddy, Soeryanto Soegoto, 2009, Entrepreneurship, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Elek. Media Komputindo.
- Ferdinand, Augusty 2000, Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen, BP Undip, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit-Universitas Diponegoro.
- Griffin dan Ronald J.Ebert, 1996, Bisnis, Buku Satu, Edisi ke-4, Jakarta.

- Hardilawati, W. laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*.
- Hartman, Amir. & Sifonis, John. Net Ready. 2000. *Strategies for success in the Economy*. New York: McGraw-Hill.
- Hair, J.T., Anderson, R.E., Tatham, R.L. and black, W.C (1992) *Multyvariate Data Analysis with Readings*, 3rd ed., Macmillan, New York, NY
- Kalakota, R., & Whinston, A. B. 1997. *Electronic commerce: a manager's guide*. Addison-Wesley Professional.
- Karyati, Ika Puspita. 2020. *E-Commerce* untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-eb6e220/>, diakses pada Kamis, 14 Oktober 2021 pukul 08.05
- Laudon, Kenneth C and Jane P. Laudon. 1998. *Computer and Information System, Edisi Ke-5. United States of America*: Times Mirror Higher Education Group
- Leatemia, S. Y. 2020. Adopsi E-Commerce Pada UMKM di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMKM di Kota Ambon). *Soso-Q: Jurnal Manajemen*, 8(2), 1-11.
- Mediana. 2021. Pandemi Covid-19, Durasi Akses Internet di Indonesia Bertambah Tiga Jam Lebih Lama, <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/06/25/pandemi-covid-19-durasi-akses-internet-di-indonesia-bertambah-tiga-jam-lebih-lama/>, diakses pada 8 Oktober 2021 pukul 12.15
- Mulyadi. 2014. *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustofa, 2009, *Pedoman Menulis Proposal Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta.: Panji Pustaka
- Mutegi, H. K., Njeru, P. W. and Ongesa, N. T. (2015) '*Financial Literacy and Its Impact on Loan Repayment by Small and Medium Enterpreneurs*', *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III (3), pp. 1-28
- Ningtyas, P. K., & Sunarko, B. 2015. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Adopsi *E-Commerce* dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UMKM. In *Performance* (Vol. 21, No. 1).
- Noviani Hanum, A. dan Sinarasri, A. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi *E Commerce* Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja

- UMKM (Studi Kasus UMKM Di Wilayah Kota Semarang), Maksimum, 8(1), hal. 1. doi: 10.26714/mki.8.1.2018.1-15.
- Nugroho, Eko Agus. 2020. Survei Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19, <http://lipi.go.id/berita/survei-kinerja-umkm-di-masa-pandemi-covid19/22071>, diakses pada Kamis, 14 Oktober 2021 pukul 07.50
- Nurlinda, V. F. 2019. Determinan Adopsi *E-Commerce* dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* Vol, 7(3).
- Nuvriasari, A. 2012. Peran Dukungan Organisasional, Kompetensi Teknologi dan Lingkungan Eksternal Dalam Rangka Mendorong Pengadopsian *ECommerce* Pada usaha Kecil Menengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, Vol. 16(2), 205–217
- Perawira Budi, Triton. 2006. *Mengenal E-commerce dan Bisnis di Dunia Cyber*. Yogyakarta
- Poetri, A. R. (2010). Adopsi E-Commerce Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Bagi UKM.
- Putri, Virgina Maulita. 45% UMKM Beralih ke *E-Commerce* Selama Pandemi Covid-19”, <https://inet.detik.com/business/d-5077118/45-umkm-beralih-ke-e-commerce-selama-pandemi-covid-19>, diakses pada Kamis, 14 Oktober 2021 pukul 08.14
- Rahayu, R., & Day, J. 2015. *Determinant factors of e-commerce adoption by SMEs in developing country: evidence from Indonesia. Procedia-social and behavioral sciences*, 195, 142-150.
- Ramadhani. 2020. Bali jari Provinsi dengan Penurunan Pendapatan Paling Parah Akibat Covid-19, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4372887/bali-jadi-provinsi-dengan-penurunan-pendapatan-paling-parah-akibat-covid-19>, diakses pada Rabu, 13 Oktober 2021 pukul 07.33
- Riyanto, Putri Galuh. 2020. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2021 Tembus 2020 Juta, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>, diakses pada Rabu, 13 Oktober 2021 pukul 08.03
- Rizkinaswara, Leski. 2020. Kajian Bappenas, Digitalisasi UMKM Sebagai Upaya Bertahan di Saat Pandemi, <https://aptika.kominfo.go.id/2020/12/kajian-bappenas-digitalisasi-umkm-sebagai-upaya-bertahan-saat-pandemi/>, diakses pada Jumat, 8 Oktober 2021 pukul 11.05

- Robbins, Stephen P dan Judge, Timothy A. 2013. *Organizational Behavior*, Terjemahan Ratna Saraswati dan Fabriella Sirait, Edition 16, Jakarta, Salemba Empat.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., ... & Simarmata, J. 2019. *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Santoso, Paulus Insap, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Andi
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: ELex Media Komputindo.
- Sekaran, Uma. 1992. *Research Methods for Business*. John Willey & Sons: New York.
- Sholihin, M., & Mujilawati, S. 2016. Dampak Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan). *Jurnal Teknik*, 8(1).
- Simamora. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Sinuraya, J. 2020. *Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura, 160.
- Siregar, Riki R. 2010. *Strategi Meningkatkan Persaingan Bisnis Perusahaan dengan Penerapan E-commerce*.
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyorini, P., Royanti, N. I., & Yuniyanto, E. (2019). Pengaruh adopsi e-commerce terhadap keberhasilan usaha (studi kasus pedagang batik di pasar grosir setono). *JURNAL PEMERINTAH KOTA PEKALONGAN*, 7.
- Tasmilah. 2021. Dampak PPKM bagi UMKM. <https://nasional.sindonews.com/read/346920/18/dampak-ppkm-bagi-umkm-1614254551>, diakses pada 8 Oktober pukul 12.30
- Tata Sutabri. 2014. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM
- Yusuf. 2020. *Kajian Bappenas, Digitalisasi Jadikan UMKM Bertahan Saat Pandemi*, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/31544/kajian-bappenas-digitalisasi->

jadikan-umkm-bertahan-saat-pandemi/0/berita_satker, diakses pada 8 Oktober 2021 pukul 12.05

Zaenal, Abdul. 2012. *UMKM Sebagai Tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Bandung: Alfabeta

Zhu,K, & Kraemer,K. L.(2005) *Post adopstions variations in usage and value of e business by organizations : cross country evidence from theretail industry*. Informastion System Reserch, 16(1),61 -84

