

PENGARUH KESIAPAN ORGANISASI, TEKANAN EKSTERNAL, DAN MANFAAT DIRASAKAN PADA ADOPSI E-COMMERCE UMKM TERHADAP PENDAPATAN OPERASIONAL

Lidya Noviyanti, Vargo Christian L. Tobing

¹Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

email: pb210810023@upbatam.ac.id

ABSTRACT

Batam is one of the cities with a high economic growth rate in Indonesia. MSMEs in Batam City can be seen from various sector developments, both through economic, social, and government policies. Batam City is often known as a city of industry and international trade, because of its proximity to Singapore and Malaysia which makes Batam City a strategic economic center. This study aims to examine the influence of organizational readiness, external pressure, and perceived benefits on the adoption of MSME E-commerce on operating income. The sample in this study is MSME actors in Batam Kota District, Batam City. Hereby, the researcher uses quantitative research methods by collecting and disseminating data. The data in question is the filling out of a questionnaire, where in the study with 163 respondents. After the data is obtained, it will continue to be tested using SPSS version 25. The results of this study show that organizational readiness affects operational income, external pressure affects operational income, and benefits are felt in the adoption of E-commerce MSMEs. Simultaneously, the three variables can be known as the value of f -table is 3.05, the f -count is 1.414, and the significant value obtained is <0.001 where the value is less than 0.05. Therefore, it can be said that the variables of Organizational Readiness (X1), External Pressure (X2), and Perceived Benefits on MSME E-commerce Adoption (X3) simultaneously have a significant effect on Operating Income (Y). The conclusion based on the research states that H1 is Accepted, H2 is Accepted, H3 is Accepted, and H4 is Accepted.

Keywords: Organizational Readiness, External Pressure, Perceived Benefits on MSME E-commerce Adoption, Operational Income

PENDAHULUAN

Kejayaan maupun keberhasilan suatu usaha dapat diukur dari pertumbuhan pendapatan operasional dan hal tersebut merupakan patokan untuk mengetahui perkembangan suatu usaha. Pada umumnya suatu usaha dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu, di mana tujuan umumnya agar mencapai pertumbuhan pendapatan. Pertumbuhan pendapatan dapat diukur melalui perkembangan penjualan yang dijalani pelaku. Hal ini disebabkan pertumbuhan pendapatan merupakan indikator penting dari produk dan layanan bagi usaha yang diterima dari pasar (Masitoh, 2020). Keberhasilan pendapatan

operasional berpengaruh dapat kesiapan organisasi, tekanan eksternal, dan manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM. UMKM sendiri kepanjangan dari Usaha Mikro Kecil Menengah, di mana UMKM mempunyai peran dalam proses pertumbuhan dan keberhasilan pendapatan operasional, juga dapat memajukan perekonomian (Fidelia et al, 2020).

Batam merupakan salah satu kota dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang pesat di Indonesia. UMKM di Kota Batam ini dapat dilihat dari berbagai perkembangan sektor, baik melalui segi ekonomi, sosial, maupun kebijakan pemerintah. Di Kota Batam ini sering dikenal sebagai kota industri

dan perdagangan internasional, karena kedekatannya dengan Singapura dan Malaysia yang membuat Kota Batam menjadi pusat ekonomi strategis. UMKM dalam perekonomian ini tidak hanya bisa dilihat dari sektor saja, akan tetapi dapat juga dilihat dari berbagai bidang usaha maupun jenis usaha yang dijalani seperti kuliner, kerajinan tangan, makanan, minuman, jasa, dan lainnya. Dengan begitu sektor UMKM di Kota Batam dapat berkembang dan bertahan dengan sangat baik, dikarenakan fleksibilitas serta potensi pasar lokal yang besar. Sebenarnya sektor UMKM di Kota

Selain itu, kesiapan organisasi ini mengacu pada komitmen perubahan anggota organisasi dan mengubah kemajuan yang diterapkan untuk pertumbuhan pendapatan. Kesiapan organisasi ini tidak hanya dari segi komitmen perubahan, melainkan dari aspek sumber daya yang dimiliki. Seberapa baik organisasi tersebut yang bisa memberikan dukungan maupun visi misi untuk keberlangsungan dan memperluas jangkauan tumbuh berkembang sebuah usaha (Mukoffi, 2021). Organisasi yang baik maupun lebih siap dapat lebih efisien dalam menjalankan usaha, di mana akan memiliki lebih banyak peluang untuk ekspansi, dan dapat memenuhi kebutuhan pasar jauh lebih baik serta lancar. Hal tersebut semua akan berujung pada peningkatan pendapatan operasional yang berkelanjutan.

Kesiapan organisasi UMKM Di Kota Batam dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada cukup penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan melalui berbagai sektor perekonomian. Kesiapan organisasi dapat dilihat dari upaya usaha dalam meningkatkan kapasitas SDM (sumber daya manusia) dan kemampuan manajerial. Di mana banyak pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola usaha, mulai dari perencanaan bisnis, pengelolaan keuangan, hingga pemasaran produk. Dukungan organisasi berpengaruh signifikan berpengaruh positif dan signifikan dalam kinerja usaha terhadap pendapatan (Nawawi, 2024). Kesiapan organisasi terhadap pendapatan operasional pada umumnya di mana sebuah organisasi harus dapat mempersiapkan diri untuk mencapai dalam meningkatkan pendapatannya.

Dengan pembahasan sebelumnya dapat menyatakan bahwa adanya bukti kesiapan organisasi memiliki pengaruh terhadap pendapatan

operasional. Kesiapan organisasi harus dapat mempersiapkan diri dan merencanakan strategi untuk menghasilkan dan mengelola dengan baik pendapatan operasional, agar keuangan dalam sebuah usaha dapat berjalan secara stabil dan berkelanjutan dalam meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia dalam menghadapi tekanan eksternal.

Pada tekanan eksternal merujuk pada faktor-faktor yang berasal dari luar usaha maupun organisasi, di mana dapat berpengaruh dampak terhadap tekanan eksternal dalam keberlanjutan usaha tersebut (Nawawi, 2024). Secara keseluruhan dari segala faktor pada tekanan eksternal dapat berdampak buruk maupun baik dalam pendapatan operasional sebuah usaha, di mana sering menciptakan tantangan bagi pelaku usaha dalam kelangsungan usaha dan mencapai target pendapatan. Tekanan eksternal berdampak positif dalam meningkatkan pendapatan operasional UMKM (Effendi, 2021).

Tekanan eksternal dapat berasal dari persaingan atau kompetisi dari pesaing yang ada di pasar maupun dapat melalui perkembangan teknologi dalam cara berbisnis bisa menyebabkan perubahan cepat dan pesat, sehingga mengharuskan organisasi maupun Perusahaan dapat beradaptasi dengan cepat dan tetap kompetitif (Ningsih, 2024). Pertimbangan untuk mengadopsi E-commerce dalam kondisi ini cukup tinggi untuk membentuk usaha suatu organisasi berperan aktif mempertahankan kompetitif usaha (Ningsih, 2024). Batam memiliki banyak perusahaan besar, baik di sektor manufaktur, teknologi, maupun perdagangan. Oleh karena itu usaha sering kali harus bersaing dengan Perusahaan-perusahaan besar, di mana tekanan dari persaingan ini semakin berat terutama bagi usaha yang masih pemula maupun kecil.

Di era digital ini, perkembangan teknologi semakin maju dan di saat ini setiap orang pelaku UMKM memanfaatkan E-commerce untuk meningkatkan penjualan. E-commerce memiliki peran luas untuk pelaku UMKM pada peningkatan penjualan maupun mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil (Polandos, 2019). E-commerce merupakan bagian dari E-business yang lebih luas di mana tidak hanya berkaitan dengan perniagaan saja, akan tetapi terdapat kolaborasi mitra bisnis, pelayanan konsumen, sumber daya manusia, maupun lowongan pekerjaan (Ningsih, 2024). Manfaat yang dapat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM ini sangat relevan dan sangat

signifikan, baik dari sisi operasional, pemasaran, maupun ekspansi pasar.

Mengembangkan bisnis melalui adopsi E-commerce merupakan strategi untuk mempertahankan pertumbuhan pendapatan operasional terutama disituasi pandemi dan era digital ini (Prasetyo, 2020). Di mana media sosial sekarang merupakan wadah publikasi yang semakin marak digunakan pada era digital dan semakin pesat hingga dapat diakses dengan mudah tanpa batasan (Prasetyo, 2020). Oleh karena itu, dengan memanfaatkan adopsi E-commerce telah terbukti dapat meningkatkan pendapatan usaha lebih tinggi dari masa ke masa berikutnya (Ningsih, 2024). Manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce memberikan perubahan tren belanja konsumen dan dapat mengurangi biaya operasional dalam menginvestasi besar pada infrastruktur fisik. Sistem transaksi pembayaran maupun keluar masuk keuangan menjadi lebih mudah dengan metode digital, di mana pada metode tersebut dapat lebih aman dan nyaman.

Dengan semakin berkembangnya teknologi E-commerce dan mendukungnya program-program yang diberikan, prospek UMKM di Kota Batam mendatang akan semakin maju dan cerah ke depan. Secara keseluruhan pembahasan di atas dapat dilihat seberapa luas UMKM Kota Batam dan akan memiliki banyak potensi besar untuk menjadikan Kota Batam sebagai pilar perekonomian lokal. Di mana untuk kesuksesan dan kelancaran UMKM dibutuhkan dukungan yang tepat dari pemerintah maupun Lembaga terkait, serta dapat meningkatkan kapasitas maupun akses pasar lebih luas, dapat terus berkembang, dan memberikan kontribusi positif seluruh sektor UMKM bagi perekonomian di Kota Batam. Di mana media sosial sekarang merupakan wadah publikasi yang semakin marak digunakan pada era digital dan semakin pesat hingga dapat diakses dengan mudah tanpa batasan (Prasetyo, 2020). Oleh karena itu, dengan memanfaatkan adopsi E-commerce telah terbukti dapat meningkatkan maupun berdampak positif terhadap pendapatan usaha lebih tinggi dari masa ke masa berikutnya (Ningsih, 2024).

Meskipun UMKM di Kota Batam sudah mengalami banyak kemajuan, tekanan eksternal tetap ada, terutama dalam hal persaingan yang semakin ketat. Akan tetapi UMKM di Kota Batam juga memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui sektor-sektor tersebut. Semakin ke depan perkembangan UMKM Di Kota Batam akan semakin bergantung pada kemampuan pelaku untuk

beradaptasi dengan teknologi dan memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Selain itu dukungan dari pemerintah daerah dan sektor swasta akan sangat penting untuk memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM di Kota Batam. Untuk kedepan UMKM di Kota Batam diharapkan dapat terus beradaptasi dan berinovasi untuk berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian Batam dan Indonesia secara keseluruhan.

KAJIAN TEORI

2.1 Kesiapan Organisasi

Teori kesiapan organisasi mengacu pada komitmen sumber daya manusia dan organisasi untuk merubah dirinya untuk melaksanakan perubahan organisasi yang ditentukan dalam sebuah usaha (Lele, 2020). Kesiapan organisasi adalah kesamaan rasa individu dalam organisasi dengan adanya proses interaksi sosial yang menciptakan kesatuan pemikiran, yang dapat mempengaruhi fenomena kolektif secara keseluruhan. Berdasarkan pemahaman tersebut, bahwa kesiapan organisasi ini merupakan sistem yang dimiliki oleh kelompok orang dalam organisasi atau lembaga menentukan kesiapan organisasi atau lembaga itu sendiri. Keyakinan anggota organisasi akan pentingnya perubahan dan tingkat motivasi, kemampuan, dan penyesuaian organisasi dalam menghadapi lingkungan yang dinamis menunjukkan kapasitas organisasi untuk berubah.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kesiapan organisasi, antara lain (Lele, 2020):

- Dinamika hubungan
- Pola pikir
- Iklim dan budaya organisasi
- Penguasaan teknologi

Dimesi yang dapat mempengaruhi kesiapan organisasi untuk melakukan perubahan, sebagai berikut (Ningsih, 2024):

- Kesiapan finansial
- Kesiapan teknologi

Syarat yang dapat mempengaruhi kesiapan organisasi, sebagai berikut (Riinawati, 2019):

- Pemimpin yang baik
- Motivasi atau dukungan anggota
- Komitmen kuat
- Keterbukaan
- Kemampuan belajar dan adaptasi

Indikator kesiapan organisasi pada penelitian, yaitu (Lele, 2020):

- Komitmen untuk berubah
- Keyakinan untuk berubah

2.2 Tekanan Eksternal

Teori tekanan eksternal merujuk pada faktor-faktor yang berasal dari luar terhadap individu, organisasi, maupun usaha lainnya, di mana dapat berpengaruh dampak terhadap tekanan eksternal dalam keberlanjutan usaha tersebut (Nawawi, 2024). Tekanan eksternal selalu berkaitan dengan segala hal yang terhubung dengan lingkungan di luar baik tekanan formal maupun informal dalam menjalankan sebuah usaha. Pada tekanan eksternal dapat mempengaruhi struktur organisasi maupun kegiatan organisasi dalam sebuah usaha. Tekanan eksternal dapat berasal dari ekonomi, sosial, politik, ataupun lingkungan yang dapat mempengaruhi bagaimana usaha beroperasi.

Faktor -faktor yang mempengaruhi dalam menjalankan sebuah usaha di luar kendali, sering disebut sebagai tekanan eksternal. Faktor utama

Pada tekanan eksternal ini terdapat beberapa indikator tekanan eksternal, sebagai berikut (Maghfiroh, 2022):

- a. Dorongan pelanggan
- b. Dorongan pemasok
- c. Dorongan pesaing
- d. Dorongan pemerintah
- e. Dorongan perkembangan usaha

2.3 Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM

Teori adopsi E-commerce ini merupakan aplikasi yang digunakan untuk aktivitas perdagangan secara online dengan pemanfaatan internet (Ningsih, 2024). Akan tetapi untuk pengertian E-commerce terkadang membuat terjadinya kesalahpahaman antara e-commerce dengan marketplace, yang di mana marketplace merupakan model dari e-commerce yang berfungsi sebagai media perantara antara penjual dan pembeli (Ningsih, 2024). Pengadopsian E-commerce didorong oleh konektivitas baik antara pelaku usaha dengan konsumen yang dilihat dari keterampilan konsumen dalam mengecek ketersediaan produk maupun harga, mencari dan melakukan perbandingan, serta membuat pesanan dengan waktu dan lokasi produk. Adanya tujuan pengembangan e-commerce yaitu

Pada manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM ini terdapat beberapa indikator, sebagai berikut (Aprilia, 2024):

- a. Akses internet

2.4 Pendapatan operasional

Teori pendapatan merupakan sebagai keuntungan ekonomi yang dihasilkan suatu entitas selama periode akuntansi yang menunjukkan arus kas masuk, penurunan kewajiban yang harus

yang mempengaruhi tekanan eksternal, sebagai berikut (Wardhana, 2024):

- a. Faktor politik
- b. Faktor ekonomi
- c. Faktor sosial

Pada tekanan eksternal ini terdapat beberapa unsur yang dapat mempengaruhi, sebagai berikut (Margaretha, 2024):

- a. Pelanggan
- b. Pemasok
- c. Pemerintah
- d. Kelompok khusus
- e. Lembaga konsumen
- f. Media
- g. Serikat pekerja
- h. Lembaga keuangan
- i. Pesaing

untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dalam melakukan sebuah usaha yang prosesnya hanya menggunakan informasi dan teknologi dalam membangun sebuah usaha (Maghfiroh, 2022).

Manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM terdapat beberapa faktor antara lain, sebagai berikut (Ausat, 2021):

- a. *Technology Acceptance Model* (TAM)
- b. *Theory of Planned Behaviour* (TPB)
- c. *Theory Reasoned Action* (TRA)
- d. *Diffusion of Innovation* (DOI)
- e. *Technology, Organization, Environment* (TOE)

Manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM terdapat beberapa jenis yang mempengaruhi, sebagai berikut (Ningsih, 2024):

- a. *Business to business E-commerce* (B2B E-commerce)
- b. *Business to consumer* (B2C E-commerce)
- c. *Business to Government* (B2G E-commerce)
- d. *Consumer to business* (C2B)
- e. *Consumer to Consumer* (C2C)
- f. *Online to Offline* atau *Offline to Online* (O2O)
- b. Kemudahan informasi
- c. Kemampuan SDm
- d. Tanggung jawab manjerial

dibayarkan, dan berdampak pada laba yang akan diperoleh (Masitoh, 2020). Definisi pendapatan operasional adalah kenaikan atau penambahan asset dan berkurangnya atau penurunan kewajiban

yang merupakan akibat dari aktivitas beroperasi barang atau jasa kepada konsumen (Hartono, 2019). Sebuah usaha selain memperoleh pendapatan yang berasal dari kegiatan utama juga memperoleh

Pendapatan operasional ini terdapat beberapa faktor yang berhubungan dengan UMKM antara lain, sebagai berikut (Aliyansyah, 2020):

- a. Permintaan
- b. Penawaran
- c. Perubahan penawaran
- d. Modal
- e. Biaya produksi
- f. Pasar dan pemasara

Pada pendapatan operasional ini terdapat beberapa sumber yang mempengaruhi, sebagai berikut (Hasibuan, 2021):

- a. Penjualan kotor
- b. Penjualan bersih

Pada pendapatan operasional ini terdapat beberapa indikator, sebagai berikut (Hasibuan, 2021):

- a. Keuntungan
- b. Kepuasan
- g. Kemampuan membalas jasa

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini meliputi sebuah fenomena maupun aturan terhadap kasus penelitian untuk diuji yang menggunakan statistika dan metode tepat (Yam & Taufik, 2021). Pada gambar kerangka

pendapatan yang berasal dari kegiatan transaksi lainnya (Harnanto, 2019).

berfikir di atas, hipotesis penelitian dapat dinyatakan, sebagai berikut:

- H1: Kesiapan organisasi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional.
- H2: Tekanan eksternal berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional.
- H3: Manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional.
- H4: Kesiapan organisasi, tekanan eksternal, dan manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan operasional.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner. Di mana pada penelitian ini berfokus pada variabel yang diukur dan hasil ditentukan oleh data terukur melalui metode menyebarkan kuesioner kepada responden Di Kecamatan Batam Kota untuk mengumpulkan data mengenai pengaruh kesiapan organisasi, tekanan eksternal, dan manfaat dirasakan pada adopsi e-commerce UMKM terhadap pendapatan operasional. Penelitian ini juga menggunakan program SPSS untuk menindaklanjuti analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada analisis digunakan untuk pada setiap variabel yang terdiri dari variabel Kesiapa Organisasi (X1), Tekanan Eksternal (X2), Manfaat Dirasakan

pada Adopsi E-commerce UMKM (X3), dan Pendapatan Operasional (Y), ditinjau pada table berikut:

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kesiapan Organisasi (X1)	X1.1	0,495	0,154	Valid
	X1.2	0,457	0,154	Valid
	X1.3	0,552	0,154	Valid
	X1.4	0,665	0,154	Valid
Tekanan Eksternal (X2)	X2.1	0,630	0,154	Valid
	X2.2	0,365	0,154	Valid
	X2.3	0,454	0,154	Valid
	X2.4	0,525	0,154	Valid
	X2.5	0,189	0,154	Valid
Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM (X3)	X3.1	0,646	0,154	Valid
	X3.2	0,284	0,154	Valid
	X3.3	0,378	0,154	Valid
	X3.4	0,449	0,154	Valid

Pendapatan Operasional (Y)	Y.1	0,622	0,154	Valid
	Y.2	0,473	0,154	Valid
	Y.3	0,263	0,154	Valid

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian validitas dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ialah valid. Dalam hasil pengujian validitas nilai r_{hitung} diperoleh melalui SPSS dan nilai r_{table} diperoleh dari

derajat kebebasan pada rumus $(N-2)$, sehingga $163 - 2$ sama dengan 161 . Dengan rumus tersebut dapat diperoleh r_{table} sebesar $0,154$.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ketentuan	Keterangan
Kesiapan Organisasi (X1)	0,843	0,60	Reliabel
Tekanan Eksternal (X2)	0,823	0,60	Reliabel
Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM (X3)	0,848	0,60	Reliabel
Pendapatan Operasional	0,775	0,60	Reliabel

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa pada variabel Kesiapan Organisasi (X1) memiliki Cronbach Alpha lebih besar daripada ketentuan sebesar $0,843$, hasil ini dapat dikatakan telah reliabel. Selanjutnya pada variabel Tekanan Eksternal (X2) memiliki Cronbach Alpha lebih besar daripada ketentuan sebesar $0,823$, hasil

ini dapat dikatakan telah reliabel. Selanjutnya pada variabel Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM (X3) memiliki Cronbach Alpha lebih besar daripada ketentuan sebesar $0,848$, hasil ini dapat dikatakan telah reliabel. Dan yang terakhir pada variabel Pendapatan Operasional (Y) memiliki Cronbach Alpha lebih besar daripada ketentuan sebesar $0,775$, hasil ini dapat dikatakan telah reliabel.

Tabel 3 Uji One-sample Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		163
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	0.666027
	Absolute	0.205
Most Extreme Differences	Positive	0.188
	Negative	-0.205
Test Statistic		0.205
Asymp. Sig. (2-tailed)		.114 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Dari tabel diatas diketahui bahwa Asymp. Sig (2-tailed) memiliki nilai sebesar 0,114 yang dimana nilai ini lebih besar daripada 0,05. Sehingga

dapat dinyatakan bahwa data pengujian tersebut telah berdistribusi dengan normal.

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.847	1.815		8.731	0	
	Kesiapan Organisasi	0.056	0.047	0.094	1.194	0.234	0.998
	Tekanan Eksternal	0.07	0.047	0.116	1.482	0.14	0.991
	Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM	0.042	0.06	0.056	0.712	0.477	0.989

a. Dependent Variable: Pendapatan Operasional

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance pada variabel Kesiapan Organisasi (X1) sebesar 0,998, pada variabel Tekanan Eksternal (X2) sebesar 0,991, dan pada variabel Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM sebesar 0,989, di mana ketiga variabel tersebut telah lebih daripada 0,10 yang dapat dinyatakan bahwa ketiga variabel tersebut tidak ada tanda multikolinearitas. Pada nilai VIF dari variabel Kesiapan Organisasi (X1) sebesar 1,002, pada variabel Tekanan Eksternal (X2) sebesar 1,009, dan pada variabel Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM sebesar 1,011, di mana ketiga variabel tersebut telah lebih kecil dari 10 yang dapat dinyatakan bahwa ketiga variabel tersebut tidak ada tanda multikolinearitas.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.186	1.386		1.577	0.117
1	Total_X1	0.03	0.036	0.066	0.844	0.4
	Total_X2	-0.019	0.037	-0.04	-0.51	0.611
	Total_X3	-0.101	0.043	-0.183	-2.34	0.121

a. Dependent Variable: abs_RES

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa memiliki nilai sig pada variabel Kesiapan Organisasi (X1) sebesar 0,400, pada variabel Tekanan Eksternal (X2) sebesar 0,611, dan pada variabel Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-

commerce UMKM sebesar 0,121, di mana ketiga variabel tersebut telah memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05 yang dapat dinyatakan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadinya heteroskedastisitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 6 Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15.847	1.815		8.731	0
1 Kesiapan Organisasi	0.056	0.047	0.094	2.194	<0.001
Tekanan Eksternal	0.07	0.047	0.116	2.482	<0.001
Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM	0.042	0.06	0.056	1.982	<0.001

a. Dependent Variable: Pendapatan Operasional

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan pengujian tersebut dapat dijelaskan, sebagai berikut:

- Variabel Kesiapan Organisasi memiliki nilai t-hitung sebesar 2,194, yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,975. Serta memiliki nilai sig <0,001, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, disimpulkan bahwa variabel Kesiapan Organisasi berpengaruh signifikan Pendapatan Operasional. Hipotesis pertama diterima.
- Variabel Tekanan Eksternal memiliki nilai t-hitung sebesar 2,482, yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,975. Serta memiliki nilai
-
-

sig <0,001, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, disimpulkan bahwa variabel Tekanan Eksternal berpengaruh signifikan Pendapatan Operasional. Hipotesis kedua diterima.

- Variabel Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM memiliki nilai t-hitung sebesar 1,982, yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,975. Serta memiliki nilai sig <0,001, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. disimpulkan bahwa variabel Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM berpengaruh signifikan Pendapatan Operasional. Hipotesis ketiga diterima.

Tabel 7 Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1.917	3	0.639	1.414	<0.001 ^b
Residual	71.862	159	0.452		
Total	73.779	162			

a. Dependent Variable: Pendapatan Operasional

b. Predictors: (Constant), Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM, Kesiapan Organisasi, Tekanan Eksternal

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan pengujian simultan (Uji F) dapat diketahui nilai f-tabel sebesar 3,05, f-hitung sebesar 1,414, dan nilai signifikan yang diperoleh sebesar <0,001 yang dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat dikatakan

bahwa variabel Kesiapan Organisasi (X1), Tekanan Eksternal (X2), dan Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional (Y) Hipotesis keempat diterima.

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.161 ^a	0.986	0.765	0.672

a. Predictors: (Constant), Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM, Kesiapan Organisasi, Tekanan Eksternal

b. Dependent Variable: Pendapatan Operasional

Sumber: diolah dengan SPSS 25, 2025

Berdasarkan pengujian tersebut dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,765 atau 76,5%. Dapat dilihat dari nilai R square sebesar 76,5% pada variabel Kesiapan Organisasi (X1), Tekanan

Eksternal (X2), dan Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM (X3), sedangkan sisa nilai R square sebesar 23,5% pada variabel Pendapatan Operasional (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan dari berbagai pengujian yang telah diperoleh, sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian dan hipotesis, sebagai berikut:

- 1) Kesiapan Organisasi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ hipotesis pertama diterima.
- 2) Tekanan Eksternal berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ hipotesis kedua diterima.
- 3) Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ hipotesis ketiga diterima.
- 4) Pengaruh Kesiapan Organisasi, Tekanan Eksternal, dan Manfaat Dirasakan pada Adopsi E-commerce UMKM berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ hipotesis keempat diterima.

Daftar Pustaka

- Aliyansyah, I. (2020). *ANALISIS PERAN USAHA MIKRO DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Alzahrani, J. (2019). The impact Of E-Commerce Adoption On Business Strategy In Saudi Arabian Small And Medium Enterprises

- (SMEs). *Review of Economics and Political Science*, 4(1), 73–88. <https://doi.org/10.1108/rep-10-2018-013>.
- Aprilia, Windi. dkk. (2024). *Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Situbondo* (Vol. 1, Nomor 1). Januari-Juni. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/JDBR>
- Ausat, A. M. A. (2021). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-COMMERCE DAN DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA UKM*.
- Ayem, Sri. dkk. (2024). Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap UMKM: Tinjauan Literature Sistematis. *Pendidikan Akuntansi*.
- Ayodya. (2020). *UMKM 4.0 Strategi UMKM Memasuk Era Digital 4.0*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Budiarto. (2021), Maintaining the Performance and sustainability of MSMEs with E-commerce: Research during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Venturn*, 23(3).
- Darmika. (2021) Pengaruh Financial Technology Terhadap perkembangan UMKM Di Kota Palopo. *Jurnal UMKM Dewantara*, 1(1), 20-28.
- Effendi, A. Prameswari. dkk. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption Factors by Micro, Small, and Medium Enterprise, and Its Effect on Operating Revenue. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 250–265. <https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.16667>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*.

- Hamdan. (2020). Penyuluhan tentang Financial Technology Di Desa. *Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 1-8.
- Hanny. (2020). Analisis Penggunaan E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kuliner Kecamatan Sawangan-Depok.
- Hasiah, Khusnul. dkk. (2023). Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 23–34. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i1.676>
- Hasibuan, D. A. L. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REALISASI PEMBIAYAAN MIKRO SYARIAH PADA USAHA*.
- Idawati. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM Di Kota Denpasar, *Warmadewa Management and Business Jorunal (WMBJ)*, 2(1), 1-9.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/capital>
- Lele, J. Isak. dkk. (2020). Analisis Tingkat Kesiapan Organisasi untuk Berubah (Transformasi Menuju IAKN Kupang). *BIA': Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen Kontekstual*, 3(1), 61–75. <https://doi.org/10.34307/b.v3i1.137>
- Maghfiroh, L. (2022). Adopsi E-Commerce Memediasi Hubungan Kesiapan Teknologi, Lingkungan Eksternal dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 32.
- Margaretha, Cecilia. dkk. (2024). Analisis Proses Manajemen Strategik Pada PT Campina Ice Cream. *Jurnal Ilmiah Multidisplin*, 3. <https://www.researchgate.net/publication/378040106>
- Masitoh, Itoh. dkk. (2020). *Pengembangan Kompetensi Pendapatan Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19 (Di Perumahan Deltamas Cluster Zona Eropa)* (Vol. 2).
- Mursito. (2020). Social Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM
- Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2).
- Nawawi, A. M. (2024). *PENGARUH ELEMEN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI KOTA BANDAR LAMPUNG*.
- Ningsih, S. A. (2024). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-COMMERCE PADA UMKM DAN DAMPAKNYA TERHADAP SISTEM INFORMASI AKUNTANSI*.
- Prasetyo, T. D. (2020). KEPUTUSAN PEMBELIAN E-COMMERCE SHOPEE DITINJAU DARI WEBSITE QUALITY, INOVASI PRODUK, DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta). *Edunomika*, 04(02).
- Rianty, Martha. dkk. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi dan Manajemen*, 16(2), 153–167. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
- Riinawati. (2019). *Syarat Kesiapan Organisasi Untuk Berubah*. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/syarat-kesiapan-organisasi-untuk-berubah-ketahui-hal-ini-21VmQdGYpsD/full>
- Saputro. (2020). Pemanfaatan E-commerce Business To Customer (B2C) Marketplace Untuk Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(1), 1-10.
- Tedjasuksmana. (2020) Membangun Lingkungan Bisnis UMKM dalam Pemanfaatan Digital Financial Technology. PROSIDING Seminar Teknologi Kebumihan Dan kelautan (SEMITAN II), *Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya (ITATS)* 387-390.
- Wardhana, A. (2024). *BUSINESS STRATEGY & POLICY IN THE DIGITAL ERA-EDISI INDONESIA PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA* (M. Pradana, Ed.).
- Yam, J. H. & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*.
- Yani, D. April. dkk. (2024). *ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN UMKM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK)*. 4(2).