

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI ADOPSI E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN UMKM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA UMKM DI KOTA PONTIANAK)

¹Dila April Yani, ²M.Khairul Anwari, ³Aiyub Anshori

^{1,2,3} Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Pontianak, Pontianak, Indonesia

²akhkhair@unmuhpnk.ac.id

ABSTRACT

In carrying out business activities, the use or adoption of e-commerce is expected to help in generating income to meet the living needs of MSMEs, especially in the city of Pontianak. For this reason, it is necessary to know the factors that can influence e-commerce adoption, namely technological factors, organizational factors, environmental factors on income in micro, small and medium enterprises. The aim of this research is to determine the effect of e-commerce adoption on the income of micro, small and medium enterprises from an Islamic economic perspective. This research uses quantitative data analysis with the aim of testing predetermined hypotheses and the data collection method used in this research is a questionnaire using a Likert scale. Determining the sample of micro, small and medium business actors uses purposive sampling, which is a sample collection technique with certain criteria as a sample if all members of the population are used as samples. The variables used in this research are the independent variable (X) to the dependent variable (Y), there are 3 independent variables, namely technological factors (X1), environmental factors (X2), organizational factors (X3) while the dependent variables are micro and small business income and intermediate. Based on the results of data research conducted by researchers, the results of this research are that technological factors and organizational factors have a significant positive influence on the income of micro, small and medium enterprises. Meanwhile, environmental factor variables do not have a significant influence on the income of micro, small and medium enterprises. The importance of obtaining income for your business requires adaptation adjustments by using technology adoption in carrying out business activities in the digital era like today.

Keywords: *income, technological factors, environment, organizational.*

ABSTRAK

Dalam menjalankan kegiatan usaha, penggunaan atau adopsi e-commerce diharapkan dapat membantu dalam memperoleh pendapatan agar dapat memenuhi kebutuhan hidup bagi UMKM khususnya di kota Pontianak. Untuk itu diperlukan dalam mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi e-commerce yaitu faktor teknologi, faktor organisasional, faktor lingkungan terhadap pendapatan pada usaha mikro kecil menengah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh adopsi e-commerce terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah perspektif ekonomi islam. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang menggunakan skala likert. Penentuan sampel pelaku usaha mikro kecil dan menengah menggunakan purposive sampling yaitu yang

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

merupakan teknik pengumpulan sampel dengan kriteria tertentu sebagai sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), variabel bebas ada 3 yaitu faktor teknologi (X1), faktor lingkungan (X2), faktor organisasional (X3) sedangkan variabel terikatnya adalah pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Berdasarkan hasil penelitian data yang telah dilakukan peneliti, hasil penelitian ini adalah variabel faktor teknologi dan faktor organisasional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Sedangkan variabel faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah. Pentingnya memperoleh pendapatan bagi usahanya, diperlukanya penyesuaian adaptasi dengan menggunakan sebuah adopsi teknologi dalam menjalankan kegiatan usaha pada era digital seperti saat ini .

Kata Kunci: *Pendapatan, Faktor Teknologi, Lingkungan, Organisasional.*

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan internet memberi dampak pada berbagai macam pola kehidupan manusia. Dampak yang dialami setiap manusia berbeda-beda. ada yang dapat beradaptasi secara cepat, namun masih harus mempelajari tentang perkembangan internet. Salah satu bentuk dari perkembangan internet yaitu jual beli dengan cara *online* yang masih didominasi oleh perusahaan yang memakai internet dengan baik namun disisi lain UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) masih mempunyai keterbatasan dalam kemampuan menggunakan internet. (Kamal, 2015: 2451).

Terdapat beberapa UMKM di kota Pontianak masih menggunakan teknologi yang masih sederhana. Serta UMKM belum mampu mengimbangi selera konsumen yang dapat cepat berubah. Perlunya dukungan kebijakan pemerintah seperti dalam mendukung keterkaitan perlindungan pada transaksi yang dilakukan secara online dan fitur kemudahan pada penggunaannya terutama bagi pelaku UMKM dalam mendukung perkembangan UMKM. Hambatan dan kendala tersebut akan dapat mempengaruhi perkembangan UMKM khususnya bagi pendapatan UMKM yang menjadi sumber pendapatan masyarakat apabila pelaku UMKM belum mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM melalui adopsi *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* merupakan sebuah keharusan dalam dunia usaha, mengingat masalah yang semakin kompleks, kompetitor yang semakin menjamur dan tuntutan untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global yang mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif. Beberapa faktor yang mendorong para pelaku usaha dalam memanfaatkan penggunaan *e-commerce*, penggunaan komputer dan teknologi informasi oleh pelaku usaha, penerapan *e-commerce* saat ini dan rencana di masa yang akan datang, kendala dalam penggunaan *e-commerce* keahlian dari staff teknologi informasi.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

E-commerce bisa dijadikan salah satu langkah pengembangan dan pemberdayaan untuk UMKM. Adapun pelaku UMKM di wilayah Kalimantan Barat telah mencapai 196.656 unit, terdiri atas 168.623 unit usaha mikro, 26.328 unit usaha kecil, dan 1.705 unit usaha menengah yang mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi Kalimantan Barat. UMKM Kalimantan Barat. jumlah UMKM yang ada di kota Pontianak tahun 2022 sebesar 41,573 Dikutip dari data.kalbarprov.go.id . hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas kinerja, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan usaha. Dikutip dari data.kalbarprov.go.id . hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas kinerja, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan usaha. Pertumbuhan pendapatan merupakan salah satu ciri dalam perkembangan usaha kecil. Peningkatan pendapatan itu termasuk dalam kesejahteraan perekonomian UMKM (Hendrawan & Sucahyowati, 2018: 55). Oleh karena itu *e-commerce* menjadi salah satu *online shop* yang berfokus terhadap kegiatan jual beli berbentuk transaksi perdagangan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun periklanan suatu produk barang atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi (Nurlaela,2018:153)

Islam menerima *e-commerce* sebagai metode baru dalam memfasilitasi transaksi ekonomi. Islam tidak melarang *e-commerce* sebaliknya, Islam pada dasarnya mendukung *e-commerce* sebagai salah satu cara dalam melakukan usaha nya karena sebenarnya, transaksi tradisional yang dilakukan secara langsung kini dapat dilakukan via *computer* . (Telsy Fratama Samad,2019:59)

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan teori TOE (*Technology Organization Environment*) Model yang dikembangkan oleh Tornatzky dan Fleischer pada tahun 1990 yang menekankan pada adopsi inovasi teknologi. Kerangka teori mengidentifikasi tiga dimensi konteks organisasi yang mempengaruhi adopsi dan implementasi pada inovasi teknologi : konteks teknologi, konteks organisasi, dan konteks lingkungan. Tiga dimensi tersebut kemudian menjadi fokus dalam penelitian ini yang diduga memiliki pengaruh terhadap adopsi *e-commerce*. Terdapat beberpa penelitian yang menggunakan pendektan teori yang berbeda namun, dengan tujuan yang sama yaitu untuk mengetahui pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM seperti penelitian yang dilakukan oleh Helmalia dan Afrinawati, 2018 yang berjudul Pengaruh *E-commerce* terhadap peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

Padang. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan *teori Technology Acceptance Model* (TAM). Hasil penelitian diperoleh variabel X yaitu *e-commerce* berpengaruh terhadap variabel Y yaitu pendapatan umkm. Umkm pada penelitian ini merupakan salah satu umkm binaan Rumah Kreatif BUMN. Terdapat salah satu umkm yang dibina oleh Rumah Kreatif BUMN memperoleh omset Rp 50.000.000 per bulan. Rumah Kreatif BUMN memberikan arahan dan binaan kepada pelaku umkm agar dapat meningkatkan kapasitas dan kapabilitas pengusaha umkm dalam menguasai *e-commerce*.

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM Di Kota Pontianak).**”

2. TELAAH TEORITIS

Kajian literatur dituliskan dalam paragraf mengalir. Kajian literatur memaparkan tentang telaah dari berbagai referensi yang bersumber dari buku ilmiah umum, buku-buku teoritis, tesis, disertasi dan jurnal ilmiah yang erat hubungannya dengan penelitian ataupun penelitian sebelumnya berkaitan dengan judul penelitian, hipotesis penelitian. Selain itu kajian literatur berisi landasan teori yang ditampilkan dalam kalimat-kalimat lengkap, ringkas, serta benar-benar relevan dengan pendahuluan dan tujuan penelitian.

Sebagai contoh:

Teori kelembagaan dalam suatu organisasi telah menempatkan lembaga sebagai inti dari analisis *design* dan perilaku organisasi, dimana organisasi dikatakan sebagai institusi lokal dari institusi yang lebih luas sebagai bentuk kepercayaan, aturan, dan norma yang diterima (Berthod, 2016).

New Institutional Theory (NIT) merupakan salah satu pendekatan dari bagian ilmu sosiologi yang mempelajari institusi dan organisasi (dua entitas yang dibedakan). Teori ini berusaha menjelaskan variasi dan kesamaan dari organisasi-organisasi dalam hal struktur dan perilaku seseorang, serta menentang suatu pandangan yang menyebutkan perkembangan organisasi hanyalah proses teknis untuk memperbaiki efisiensi sebagai konsekuensi dari rasionalitas aktor-aktor yang menjalankan organisasi tersebut. Bentuk organisasi (struktur, sistem pengendalian dan aktivitas) dan aktor (termasuk tindakannya)

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

sedikit banyak berakar dari dibentuknya dan ditransformasikannya oleh lingkungan eksternal (Efferin, 2008).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, menurut Sugiyono (2017:8) definisi metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media *online*. Teknik pengumpulan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Seluruh data dianalisis menggunakan bantuan aplikasi *smart PLS 4.0*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penyebaran kuesioner didapatkan data sebanyak 120 responden dengan jenis usaha yang berbeda seperti usaha makanan, minuman, *fashion*, *accessories*, dan jasa. Dari 120 data tersebut kemudian dianalisis menggunakan *smart PLS*. Dalam *smart PLS* dilakukan beberapa evaluasi model pengukuran yaitu model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*inner model*). Dalam evaluasi *outher model* ini ingin menguji *covergent validity* dan *discriminant validity* dengan melihat Uji *Covergent validity* dengan melihat nilai *loading factor* $> 0,70$ dan *average variance extracted* (AVE) $> 0,50$ dan uji *discriminant validity* dengan melihat nilai *cross loading* $> 0,70$ dan *fornel lacker criterion*. Kemudian uji *reliability* (reliabilitas) dengan melihat nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha criterion* 0,70. Dalam model struktural (*inner model*) terdiri dari uji kebaikan model dan uji hipotesis. Uji kebaikan model dilakukan dengan memerhatikan nilai (*R-square*) dan Goodness of Fit (GoF) indeks. Kemudian Uji hipotesis secara parsial dilakukan dengan memerhatikan nilai signifikansi dari hubungan antar variabel (Ghozali & Latan, 2015:74).

Evaluasi *outher model* dalam penelitian ini dikatakan valid karena menyukupi syarat dan evaluasi model struktural (*inner model*) dengan nilai *R-square* 0,327 yang berarti variabel independen memiliki pengaruh sebesar 32,7 % terhadap variabel dependen dan masuk dalam katagori sedang sedangkan sisanya di pengaruhi variabel lain di luar penelitian. Uji Goodness of Fit (GoF) indeks ditemukan nilai sebesar 0,564 yang termasuk dalam kategori GOF tinggi. Kemudian pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil pada Uji Hipotesis penelitian ini di peroleh hasil T Statistic

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

pengaruh faktor teknologi terhadap pendapatan UMKM sebesar 3,393 sehingga T Statistic $< 1,96$. Nilai P Values Faktor teknologi terhadap pendapatan UMKM sebesar 0,000 sehingga P Value $> 0,05$. Hal ini menunjukkan variable X1 faktor teknologi berpengaruh dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di kota Pontianak. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian Berliana Prahesti (2022) Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kuliner Taman Pkor Kecamatan Way halim. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyak teknologi maka pendapatan UMKM yang diterima juga dapat semakin meningkat. Berdasarkan faktor yang mempengaruhi pada teori adopsi *e-commerce*.

Berdasarkan hasil pada Uji Hipotesis penelitian ini di peroleh hasil T Statistic pengaruh faktor lingkungan terhadap pendapatan UMKM sebesar 0,426, sehingga T Statistic $< 1,96$. Nilai P Values Faktor terhadap pendapatan UMKM sebesar 0,670 sehingga P Value $> 0,05$. Hal ini menunjukkan variable X2 faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM di kota Pontianak. Berdasarkan faktor yang tidak mempengaruhi pada teori adopsi *e-commerce*, lingkungan adalah keadaan sekitar yang memiliki karakteristik, keunikan, perbedaan, potensi, ancaman dan fungsi yang bermacam macam di mana keadaan ini dapat memberikan timbal balik sesuai dengan apa yang terjadi, baik secara langsung. Hasil baik secara langsung atau tidak langsung. Hasil pengujian menyatakan bahwa faktor lingkungan tidak pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Keadaan dari suatu lingkungan tidak menjadi pendorong beberapa UMKM di kota Pontianak.

Berdasarkan hasil pada Uji Hipotesis penelitian ini di peroleh hasil T Statistic pengaruh faktor Organisasi terhadap pendapatan UMKM sebesar 2,246 sehingga T Statistic $< 1,96$. Nilai P Values Faktor Organisasi terhadap pendapatan UMKM sebesar 0,025 sehingga P Value $> 0,05$. Hal ini menunjukkan variable X3 faktor organisasi positif berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di kota Pontianak. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Nurlinda dan Vidya Fathimah (2019) “Determinan Adopsi *E-commerce* dan Dampaknya pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel kesediaan organisasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *e-commerce*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, pendapatan UMKM yang di peroleh

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

pada UMKM di Kota Pontianak memiliki penilaian yang baik terhadap adopsi *e-commerce*. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan kuesioner yaitu. Pelaku UMKM Sebagian besar memberikan penilaian yang baik terhadap faktor yang mempengaruhi adopsi *e-commerce*. Karena dapat membantu meningkatkan pendapatan usaha, agar usaha tersebut dapat terus berjalan. Pelaku UMKM diharapkan dapat terus berinovasi dengan menerima dan memahami perubahan era digital saat ini sehingga pendapatan yang diperoleh dapat meningkat dan dapat mempertahankan usaha nya dalam jangka Panjang.

Dalam perspektif ekonomi Islam, Al-Qur'an memberikan syarat boleh dilangsungkannya perdagangan, pertama perdagangan harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Kedua, tidak boleh saling merugikan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Dan ditegaskan dalam QS. An-Nisa:29 Artinya:” *dalam tahap kehidupan manusia yang telah tertulis pada lauhul mahfudz dengan melewati berbagai peristiwa kehidupan yang tidak mudah, perlu dijadikan pemahaman bahwa manusia untuk tunduk, taat dan patuh kepada ketentuan dan ketetapan (qadha dan qadar) yang ditentukan Allah SWT.* Bagi manusia yang memiliki keimanan yang kuat akan merasakan kedekatan dengan Allah SWT melalui prilakunya yang dikerjakan sesuai dengan perintah Allah SWT.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah penulis lakukan melalui penyebaran kuisisioner kepada pelaku UMKM di Kota Pontianak maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Faktor Teknologi Terhadap Pendapatan UMKM.

Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel faktor teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan umkm. Berdasarkan pada teori adopsi *e-commerce* teknologi berbasis informasi merupakan pemanfaatan dalam perkembangan teknologi, pengetahuan atau pemahaman teknologi informasi yang disediakan dalam kegiatan perdagangan dengan mengharapkan peningkatan pendapatan usaha secara berkelanjutan. Dalam ekonomi Islam, transaksi tercermin adanya sikap tolong menolong sehingga tidak ada pihak yang dapat merugikan siapapun.

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

2. Pengaruh Faktor Lingkungan Terhadap Pendapatan UMKM.

Hal tersebut diartikan bahwa variabel faktor lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan umkm. Berdasarkan teori adopsi *e-commerce* lingkungan yang kompetitif merupakan lingkungan yang memiliki tingkat persaingan tinggi yang akan mempengaruhi keputusan dalam mengadopsi suatu inovasi dalam mencapai keunggulan kompetitif. Etika bekerja dalam Islam memiliki orientasi memajukan kesejahteraan masyarakat dan menegaskan kekuatan iman yang diperoleh melalui orientasi di mana bekerja merupakan sarana dalam meningkatkan kepentingan diri secara ekonomi, sosial dan psikologis, serta untuk mempertahankan prestise social.

3. Pengaruh Faktor Organisasional Terhadap Pendapatan UMKM

Hal tersebut diartikan bahwa variabel faktor organisasional memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pendapatan umkm. Berdasarkan teori adopsi *e-commerce* bahwa umkm perlu memiliki kesiapan yang salah satunya kesiapan *financial*. Dengan diharapkannya pelaku umkm telah mengadopsi suatu teknologi, maka pelaku umkm akan mengetahui apa saja yang perlu dipersiapkan dengan inovasi yang dimiliki pada setiap pelaku umkm.

4. Adopsi *E-Commerce* berpengaruh terhadap Pendapatan UMKM perspektif ekonomi Islam.

Dalam perspektif ekonomi Islam, Al-Qur'an memberikan syarat boleh dilangsungkannya perdagangan, pertama perdagangan harus dilakukan atas dasar saling rela antara kedua belah pihak. Kedua, tidak boleh saling merugikan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Bagi manusia yang memiliki keimanan yang kuat akan merasakan kedekatan dengan Allah SWT melalui perilakunya yang dikerjakan sesuai dengan perintah Allah SWT. Manusia yang menginginkan hasil dengan cara yang cepat di era globalisasi dapat menjerumuskan manusia ke dalam tindakan yang gegabah dan tidak sesuai dengan syariat Islam.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Latan (2015). *Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP UNDIP.Semarang:
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Laras, T. (2020). Pengaruh Stress Kerja Terhadap Kreativitas Pada Tenaga Kerja Pada UMKM Di Wilayah

DOI: <https://doi.org/10.30596/almultazim.v4i2.2184>

- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237-246.
- Kamal, R. M., & Azis, E. (2015). Adopsi Teknologi Internet Oleh Konsumen Umkm Untuk Berbelanja Online (studi Pada Situs Tokopedia. com Tahun 2015). *eProceedings of Management*, 2(3).
- Nurlaela, N. (2018, September). Efektifitas Penggunaan Media E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Depok Dilihat Dari Etika Bisnis. In *Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018* (Vol. 1, No. 1).
- 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).
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Samad, T. F. (2019). Konsep E-Commerce Perspektif Ekonomi Islam. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, 4(1), 59-72.
- <https://data.kalbarprov.go.id/dataset/90d3c635-b986-4282-bb64-2e4f50c8940a/resource/8af536c9-4669-4c4d-a33b-3723e87d2bf7/download/laporan-perkembangan-koperasi-umkm-per-28-februari-2022.pdf>