

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Letak Geografis Kota Yogyakarta

Kota Yogyakarta merupakan ibu kota dari Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak Kota Yogyakarta berada di antara 110°24'19"-110°28'53" Bujur Timur serta 07°15'24"-07°49'26" Lintang Selatan, dengan luasnya mencapai 32,5 km² atau 1,02% dari luas provinsi DIY. Kota Yogyakarta didapati tiga sungai yakni sungai winongo, code, serta sungai gajah wong. Kota Yogyakarta memiliki kecamatan sebanyak 14 kecamatan yang terdiri atas Mantrijeron, Kraton, Mergangsan, Umbulharjo, Kotagede, Gondokusuman, Danurejan, Pakualaman, Gondomanan, Ngampilan, Wirobrajan, Gedong Tengen, Jetis, Dan Tegal Rejo, dengan 45 jumlah kelurahan serta memiliki 616 rukun warga (RW) dan rukun tetangga (RT) sebanyak 2532 RT.

2. Perkembangan UMKM di Kota Yogyakarta

UMKM merupakan salah satu promotor penting dalam perekonomian di Indonesia. Fajar (2016) menyebutkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UU UMKM, dimana usaha mikro adalah suatu usaha produktif yang memiliki asset neto paling banyak Rp. 50.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki omzet

tidak lebih besar dari Rp. 300.000.000. Jumlah UMKM Kota Yogyakarta terus mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Badan Pusat Statistik kota Yogyakarta mencatat jumlah UMKM yang ada di kota Yogyakarta berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4.1.
Jumlah UMKM Kota Yogyakarta

Tahun	Jumlah (Unit)	Presentase
2012	16.152	8,86%
2013	17.671	8,75%
2014	20.091	9,20%
2015	22.916	10,3%
2016	23.604	10,65%

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta, 2016

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tabel diatas, menunjukkan bahwa jumlah UMKM Kota Yogyakarta setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Pada tahun 2016 tercatat sebanyak 23.604 UMKM yang terdapat di Kota Yogyakarta, dimana jumlah UMKM tersebut meningkat 10,65 % dibanding tahun 2015.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini ialah para pelaku usaha atau pemilik usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berada di kota Yogyakarta. Berdasarkan jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak 120 kuisisioner, ada sebanyak 105 jumlah kuisisioner yang kembali dan layak uji serta dapat

digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, diperoleh respon rate sebesar 87% sesuai dengan perhitungan (Martono, 2014):

$$\frac{\text{jumlah kuisisioner disebar}}{\text{jumlah kuisisioner kembali}} \times 100\% = \frac{105}{120} \times 100 = 87\%$$

Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup kategori UMKM, jenis kelamin, umur responden, jenis usaha, lama usaha, lama penggunaan *E-commerce* serta pendidikan akhir responden. Sampel sebanyak 105 pemilik atau pengelola usaha yang terletak di Kota Yogyakarta dan menggunakan *E-commerce* sebagai penunjang aktifitas bisnisnya.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori UMKM

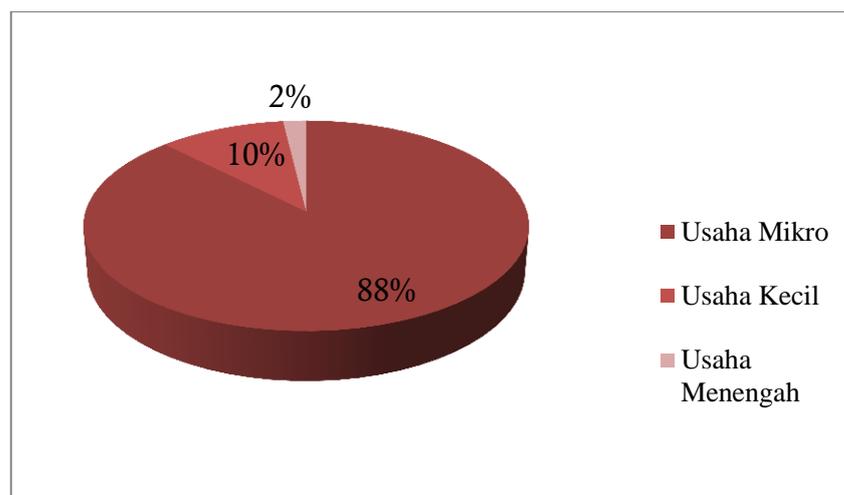
Karakteristik responden terkait kategori UMKM digambarkan seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori UMKM

NO	Kategori	Jumlah
1	Usaha Mikro (memiliki aset <50 juta dan omzet <300 juta/tahun)	92
2	Usaha Kecil (memiliki aset >50 juta dan omzet 300 juta - 2,5 milyar/tahun)	11
3	Usaha Menengah (memiliki aset 500 - 10 milyar juta dan omzet >2,5 milyar - 50 milyar/tahun)	2

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang diperoleh pada table diatas menunjukkan bahwa dari sebanyak 105 responden, responden terbanyak ada pada kategori usaha mikro dengan jumlah 92 orang, atau sebesar 88%. Dan untuk responden dengan jumlah yang sedikit adalah kategori usaha menengah yang berjumlah 2 orang atau sebesar 2%. Hasil perhitungan jumlah responden berdasarkan ketogori UMKM juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori UMKM

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden terkait jenis kelamin digambarkan seperti pada tabel berikut:

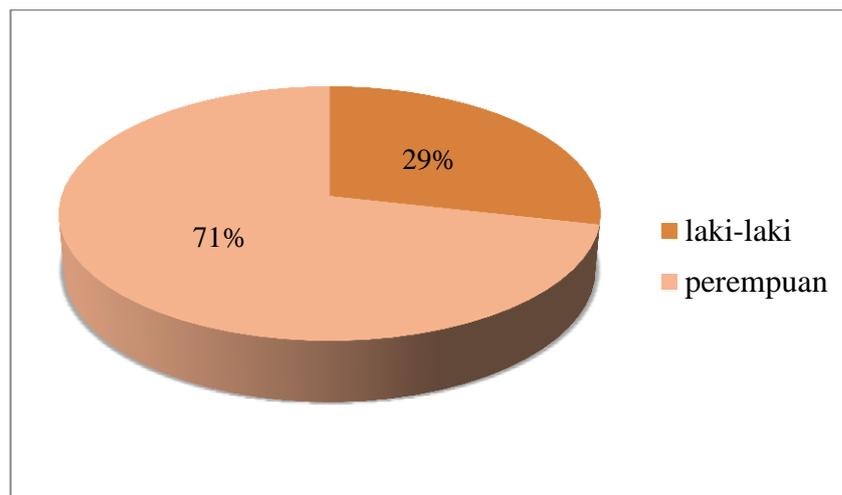
Tabel 4.3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	30	29%
2	Perempuan	75	71%

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang diperoleh pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari sebanyak 105 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, perempuan lebih mendominasi sebagai responden dengan jumlah 75 orang atau sebesar 71%. Hasil perhitungan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.2.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

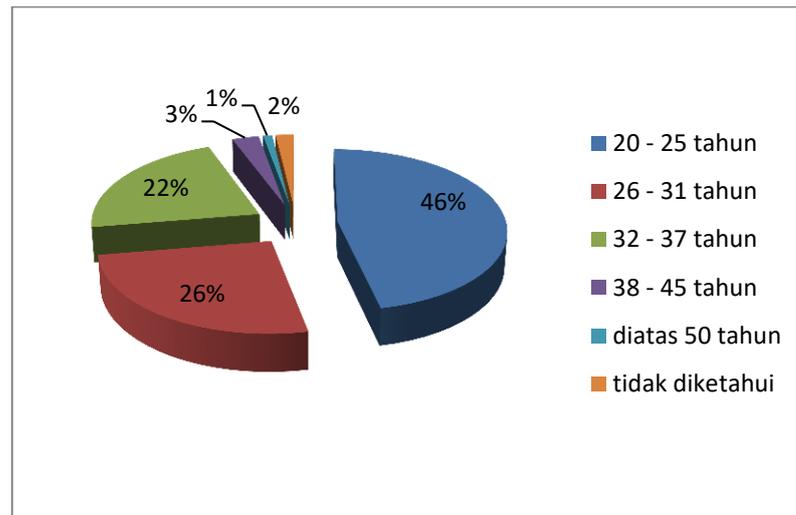
Karakteristik responden terkait umur responden digambarkan seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.4.
Kategori Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	20 - 25 tahun	49	46%
2	26 - 31 tahun	27	26%
3	32 - 37 tahun	23	22%
4	38 - 45 tahun	3	3%
5	Diatas 50 tahun	1	1%
6	Tidak diketahui	2	2%

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang diperoleh pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari sebanyak 105 responden, jumlah responden terbanyak yang mendominasi adalah usia 20-25 tahun sebanyak 49 orang atau senilai 46%. Dalam tabel diatas responden berusia 50 tahun ke atas adalah jumlah responden yang paling sedikit, hanya sebanyak 1 orang atau senilai 1%. Hasil perhitungan kategori responden berdasarkan jenis kelamin dapat juga dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.3.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

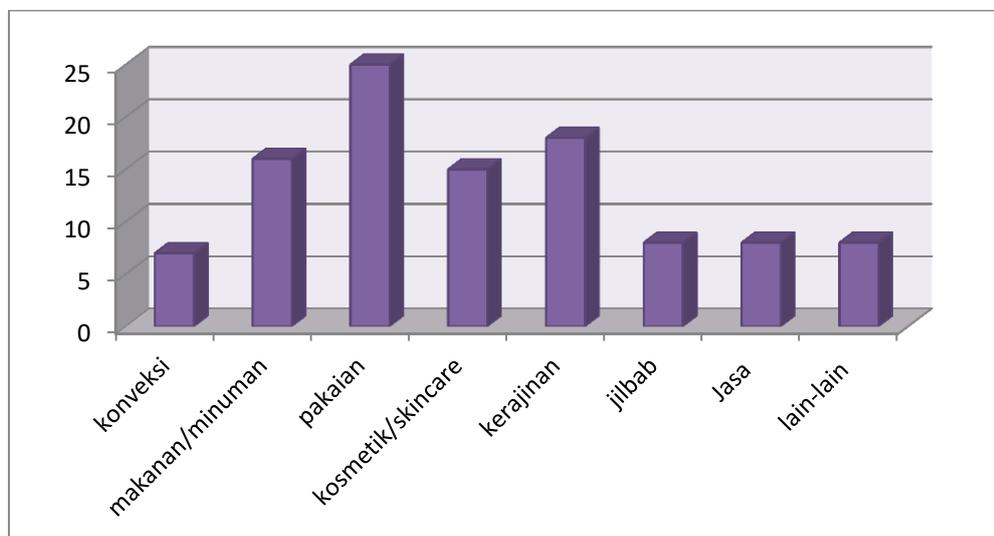
Karakteristik responden terkait jenis usaha digambarkan seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Katakarakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Kategori Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
Konveksi	7	7%
Makanan/Minuman	16	15%
Pakaian	25	24%
Kosmetik/Skincare	15	14%
Kerajinan	18	17%
Jilbab	8	7%
Jasa	8	8%
Lain-Lain	8	8%

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang diperoleh pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari sebanyak 105 responden, jenis usaha yang mendominasi dalam penelitian ini adalah jenis usaha pakaian dengan jumlah sebanyak 24 pelaku usaha atau senilai 24%, jenis usaha kerajinan adalah jenis usaha terbanyak setelah pakaian dengan jumlah 18 pelaku usaha atau senilai 17%. Sedangkan untuk jenis usaha jilbab adalah jenis usaha yang paling sedikit hanya sebanyak 8 pelaku usaha atau 7% saja. Hasil perhitungan katakteristik responden berdasarkan jenis usaha juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.4.
Katakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik responden terkait lama usaha digambarkan seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.6

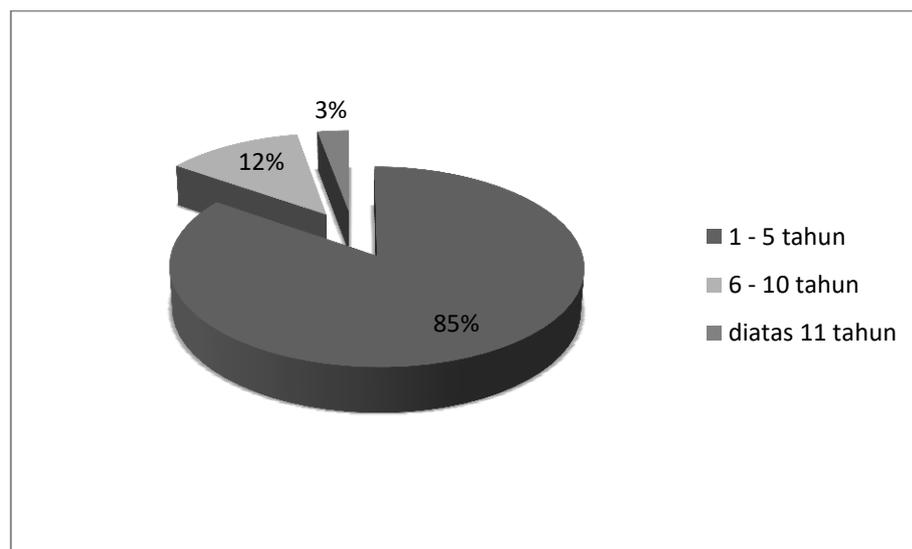
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Presentase
1 - 5 tahun	89	85%
6 - 10 tahun	13	12%
Diatas 11 tahun	3	3%

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang telah diperoleh pada tabel diatas menunjukkan dari sebanyak 105 responden, untuk lama usaha 1 – 5 tahun merupakan jumlah terbanyak dengan 89 responden atau senilai 85%, sedangkan untuk lama usaha diatas 11 tahun merupakan jumlah yang paling sedikit, hanya sebanyak 3 responden atau senilai 3%.

Hasil perhitungan karakteristik responden berdasarkan lama usaha juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.5.

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan E-Commerce

Karakteristik responden terkait lama usaha digambarkan seperti pada tabel berikut:

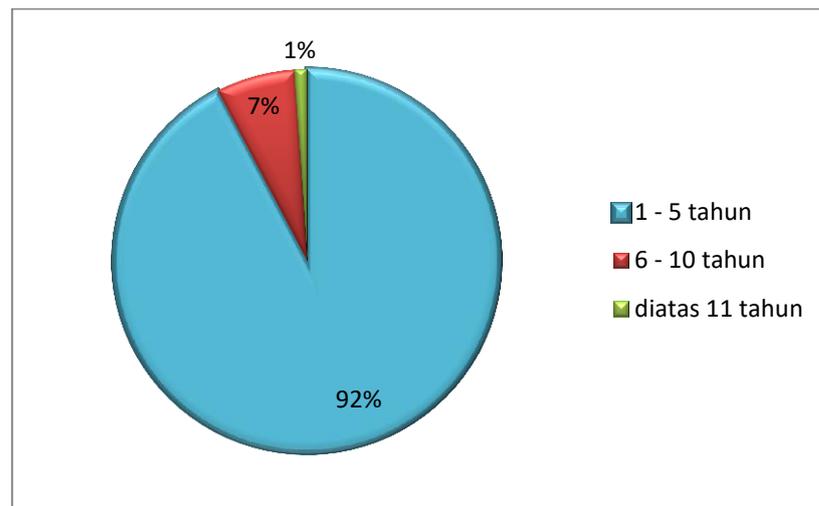
Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *E-commerce*

Lama Penggunaan	Jumlah	Presentase
1 - 5 tahun	97	92%
6 - 10 tahun	7	7%
Diatas 11 tahun	1	1%

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang diperoleh pada table diatas menunjukkan bahwa dari sebanyak 105 responden, jumlah responden yang menggunakan E-commerce 1- 5 tahun memegang jumlah terbanyak dengan 97 responden atau senilai 92%, sedangkan untuk responden yang menggunakan E-commerce diatas 11 tahun adalah yang paling sedikit hanya 1 responden atau senilai 1 %. Hasil perhitungan karakteristik responden berdasarkan lama usaha juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.6.
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *E-commerce*

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir

Karakteristik responden terkait pendidikan akhir digambarkan seperti pada tabel berikut:

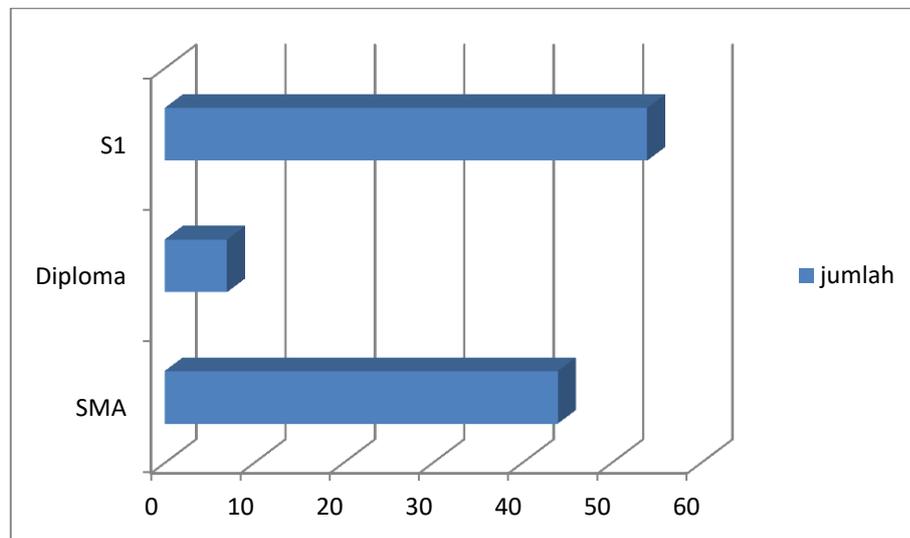
Tabel 4.8.
Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir

No	Pendidikan Akhir	Jumlah	Presentase
1	SMA	44	42%
2	Diploma	7	7%
3	S1	54	51%

Sumber: Data primer diolah

Hasil yang diperoleh pada table diatas menunjukkan bahwa dari sebanyak 105 responden, responden dengan tingkat pendidikan S1 merupakan jumlah responden terbanyak dengan jumlah 54 responden atau senilai 51%, sedangkan

responden dengan tingkat pendidikan akhir Diploma merupakan jumlah terendah hanya sebesar 7 responden atau senilai 7%. Hasil perhitungan kategori responden berdasarkan pendidikan akhir juga dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 4.7.
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

C. Deskripsi Variabel

1. Penentuan Kategori

Penelitian ini menggunakan instrument skala likert, yang mana penulis menyediakan pertanyaan dengan skala 1-5 dan responden diminta untuk menjawab sesuai dengan kode yang telah disediakan.

Menurut Martono (2014), dalam menentukan batas terlebih dahulu lakukan perhitungan untuk menentukan interval dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 I &= \frac{R}{\sum \text{kategori}} \\
 &= \frac{\text{data tertinggi} - \text{data terendah}}{5} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= \frac{4}{5} \\
 &= 0,8
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan pada rumus di atas menunjukkan interval yang dapat digunakan untuk menentukan batas adalah 0,8 dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 4.9.
Penentuan Kategori

Rata-Rata	Kategori
4,2 - 4,9	Sangat Tinggi
3,4 - 4,1	Tinggi
2,6 - 3,3	Sedang
1,8 - 2,5	Rendah
1,0 - 1,7	Sangat Rendah

Sumber: Data primer diolah

Pada tabel menunjukkan bahwa jika jawaban responden dengan rata-rata 4,2 – 4,9 maka dikategorikan sangat tinggi, dan jika jawaban responden

dengan rata-rata 3,4 – 4,1 maka dikategorikan tinggi dan jika jawaban responden dengan rata-rata 1,0 – 1,7 dikategorikan sangat rendah.

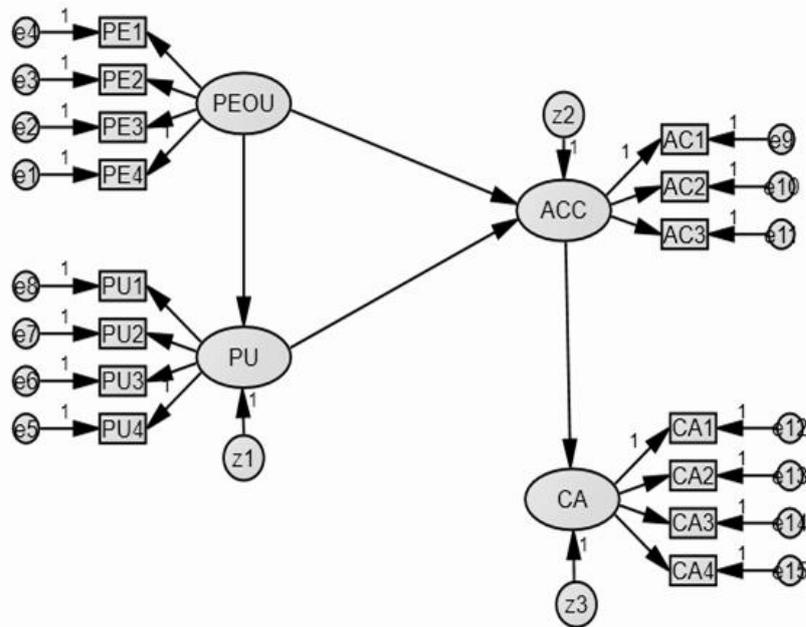
Tabel 4.10.

Kategori Variabel

Variabel	Rata-Rata	Kategori
PEOU1	4,68	Sangat Tinggi
PEOU2	4,26	Sangat Tinggi
PEOU3	3,91	Tinggi
PEOU4	4,10	Tinggi
PU1	4,33	Sangat Tinggi
PU2	4,62	Sangat Tinggi
PU3	4,28	Sangat Tinggi
PU4	4,31	Sangat Tinggi
AC1	4,06	Tinggi
AC2	4,26	Sangat Tinggi
AC3	4,00	Tinggi
CA1	3,91	Tinggi
CA2	4,37	Sangat Tinggi
CA3	4,37	Sangat Tinggi
CA4	4,64	Sangat Tinggi

Sumber: Data primer diolah

Hasil pada table diatas menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada dalam kategori sangat tinggi dengan rata-rata 4,2 – 4,9. Berdasarkan data hasil jawaban responden tersebut dapat di input ke dalam SPSS lalu diolah dengan menggunakan program AMOS v.18 yang dapat tergambar pada model sebagai berikut:



Sumber: Pebruati dkk (2012)

Gambar 4.8.

Model Awal SEM (*structural equation modeling*)

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Analisa Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)

Tabel 4.11
Frekuensi Variabel Kemudahan Penggunaan

Indikator	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata-Rata
PEOU1	0	0	3	27	72	4,68
PEOU2	0	0	10	58	37	4,26
PEOU3	0	2	27	53	23	3,91
PEOU4	0	1	14	63	27	4,10
TOTAL						16,95
Rata-Rata						4,24

Sumber: Data primer diolah

Hasil pada table diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata perhitungan tertinggi adalah 4,68 pada indikator PEOU1, dimana mayoritas responden setuju bahwa *E-commerce* memudahkan untuk berinteraksi.Sedangkan untuk rata-rata terendah berada pada PEOU3, yakni tentang kemudahan *E-commerce* untuk dipahami.

b. Analisa Deskripsi Variabel Persepsi Manfaat (PU)

Tabel 4.12
Frekuensi Variabel Presepsi Manfaat (PU)

Indikator	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5	Rata-Rata
PU1	0	0	6	58	41	4,33
PU2	0	0	0	40	65	4,62
PU3	0	0	10	55	40	4,28
PU4	0	0	10	52	43	4,31
				TOTAL		17,54
				Rata-Rata		4,38

Sumber: Data primer diolah

Hasil pada table diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata perhitungan tertinggi adalah 4,62 pada indikator PU2, dimana mayoritas responden setuju bahwa *E-commerce* dapat meningkatkan efektifitas kerja. Sedangkan untuk rata-rata terendah berada PU3, yakni tentang *E-commerce* membantu dalam meningkatkan kinerja UMKM.

c. Analisa Deskripsi Variabel Penerimaan *E-commerce* (ACC)

Tabel 4.13

Frekuensi Variabel Penerimaan *E-commerce* (ACC)

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	
AC1	0	0	17	64	24	4,06
AC2	0	0	8	61	36	4,26
AC3	0	0	20	65	20	4,00
				TOTAL		12,32
				Rata-Rata		4,11

Sumber: Data primer diolah

Hasil pada table diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata perhitungan tertinggi adalah 4,26 pada indikator AC2, dimana mayoritas responden setuju bahwa mereka bersedia menggunakan *E-commerce* untuk menunjang aktivitas bisnisnya. Sedangkan untuk rata-rata terendah berada pada AC3 yakni tentang frekuensi penggunaan *E-commerce* dalam menjalankan bisnis sehari-hari.

d. Analisa Deskripsi Variabel Daya Saing (CA)

Tabel 4.14

Frekuensi Variabel Daya Saing (CA)

Indikator	STS	TS	N	S	SS	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	
CA1	0	0	30	54	21	3,91
CA2	0	0	8	50	47	4,37
CA3	0	0	9	48	48	4,37
CA4	0	0	1	36	68	4,64
				TOTAL		17,29
				Rata-Rata		4,32

Sumber: Data primer diolah

Hasil pada table diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata perhitungan tertinggi adalah 4,64 pada indikator CA4, dimana mayoritas responden setuju bahwa melalui *E-commerce* mereka dapat memperkenalkan segala produk baru ke pelanggan. Sedangkan untuk rata-rata terendah berada pada CA1 yakni tentang dengan menggunakan *E-commerce* pekerjaan lebih cepat terselesaikan.

D. Uji Kualitas Instrumen dan data

1. Uji Validitas

Kuisisioner dapat dikatakan valid apabila kuisisioner tersebut dapat merepresentasikan sesuatu yang hendak diukur dalam kuisisioner. Kuisisioner yang memenuhi kriteria $C.R > 2$ dan $P < 0,05$ maka dapat dikatakan valid. Hasil dari uji validitas melalui program AMOS v. 18 dapat terlihat pada table berikut ini:

Tabel 4.15.
Hasil Uji Validitas

	Estimate	S.E.	C.R.	P
PE4 <--- PEOU	1.000			
PE3 <--- PEOU	.976	.190	5.132	***
PE2 <--- PEOU	.840	.199	4.216	***
PE1 <--- PEOU	.675	.158	4.256	***
PU4 <--- PU	1.000			
PU3 <--- PU	.812	.147	5.527	***
PU2 <--- PU	.603	.113	5.337	***
PU1 <--- PU	.843	.134	6.314	***
AC1 <--- ACC	1.000			
AC2 <--- ACC	.805	.113	7.114	***

Lanjutan Tabel 4.15.

	Estimate	S.E.	C.R.	P
AC3 <--- ACC	.248	.132	1.873	.061
CA1 <--- CA	1.000			
CA2 <--- CA	.977	.201	4.866	***
CA3 <--- CA	1.027	.207	4.971	***
CA4 <--- CA	.793	.164	4.837	***

Sumber: Data primer diolah

Hasil uji validitas pada table diatas menunjukkan bahwa indikator AC3 tidak memenuhi syarat $C.R > 2$ dan $P < 0,05$, untuk itu peneliti menghapus AC3 untuk memperoleh validitas yang memenuhi syarat, dapat dilihat seperti pada tabel berikut:

Table 4.16.
Hasil Uji Validitas 2

	Estimate	S.E.	C.R.	P
PE4 <--- PEOU	1.000			
PE3 <--- PEOU	.976	.190	5.132	***
PE2 <--- PEOU	.840	.199	4.216	***
PE1 <--- PEOU	.675	.158	4.256	***
PU4 <--- PU	1.000			
PU3 <--- PU	.812	.147	5.527	***
PU2 <--- PU	.603	.113	5.337	***
PU1 <--- PU	.843	.134	6.314	***
AC1 <--- ACC	1.000			
AC2 <--- ACC	.805	.113	7.114	***
CA1 <--- CA	1.000			
CA2 <--- CA	.977	.201	4.866	***
CA3 <--- CA	1.027	.207	4.971	***
CA4 <--- CA	.793	.164	4.837	***

Sumber: Data primer diolah

Hasil uji validitas pada table diatas menunjukkan bahwa semua variabel telah memenuhi syarat $C.R > 2$ dan $P < 0,05$, oleh sebab itu penelitian layak untuk dilanjutkan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian. Reliabilitas dapat ditentukan menggunakan *construct reliability* dengan *cut off value* minimal 70. Uji reliabilitas dalam SEM (Ghozali, 2011) diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{construct reliability} = \frac{(\sum \text{Std. Loading})^2}{(\sum \text{StdLoading})^2 + \sum \epsilon.j}$$

- *Standardized loading* diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator.
- $\epsilon.j$ adalah *measurement error* = $1 - (\text{standardized loading})^2$

Pengujian hipotesis dari masing-masing variabel dapat terlihat pada table berikut ini:

Tabel 4.17.

Uji Reliabilitas Presepsi Kemudahan Penggunaan (PEOU)

PEOU			Estimate	$\sum \text{loading}^2$	$1 - \sum \text{loading}^2$	CR
PE4	<---	PEOU	0,673	0,453	0,547	0,693
PE3	<---	PEOU	0,574	0,329	0,670	
PE2	<---	PEOU	0,592	0,350	0,649	
PE1	<---	PEOU	0,562	0,315	0,684	
Jumlah			2,401	1,449	2,551	

Sumber: Data primer diolah

Hasil perhitungan pada table diatas menunjukkan bahwa nilai C.R pada variabel PEOU adalah sebesar 0,69, sedangkan dalam uji reliabilitas nilai C.R adalah ≥ 70 . Namun hasil C.R pada variabel PEOU tersebut masih dapat digunakan karena mendekati ≥ 70 , sehingga dapat dianggap cukup reliable.

Tabel 4.18.

Uji Reliabilitas Pada Presepsi Manfaat (PU)

PU			Estimate	Σ loading2	$1-\Sigma$ loading2	CR
PU4	<---	PU	0,717	0,514	0,486	0,73
PU3	<---	PU	0,590	0,348	0,652	
PU2	<---	PU	0,567	0,321	0,678	
PU1	<---	PU	0,664	0,441	0,559	
Jumlah			2,538	1,625	2,375	

Sumber: Data primer diolah

Hasil perhitungan pada table diatas menunjukkan bahwa nilai C.R pada variabel PU adalah sebesar 0,73, sedangkan dalam uji reliabilitas nilai C.R adalah ≥ 70 . Dengan demikian variabel PU dianggap reliable karena nilai C.R ≥ 70 .

Tabel 4.19.

Uji Reliabilitas Pada Penerimaan *E-commerce* (ACC)

ACC			Estimate	Σ loading2	$1-\Sigma$ loading2	CR
AC2	<---	ACC	0,676	0,457	0,543	0,71
AC1	<---	ACC	0,797	0,635	0,365	
Jumlah			1,473	1,092	0,908	

Sumber: Data primer diolah

Hasil perhitungan pada table diatas menunjukkan bahwa nilai C.R pada variabel ACC adalah sebesar 0,71. Sedangkan dalam uji reliabilitas nilai C.R adalah ≥ 70 . Dengan demikian variabel ACC dianggap reliable karena nilai C.R ≥ 70 .

Tabel 4.20.
Uji Reliabilitas Pada Daya Saing (CA)

CA			Estimate	Σ loading2	$1-\Sigma$ loading2	CR
CA4	<---	CA	0,656	0,430	0,569	0,74
CA3	<---	CA	0,663	0,439	0,560	
CA2	<---	CA	0,647	0,419	0,581	
CA1	<---	CA	0,594	0,353	0,647	
JUMLAH			2,560	1,641	2,359	

Sumber: Data primer diolah

Hasil perhitungan pada table diatas menunjukkan bahwa nilai C.R pada variabel CA adalah sebesar 0,74, sedangkan dalam uji reliabilitas nilai C.R adalah ≥ 70 . Dengan demikian variabel Acceptance TI dianggap reliable karena nilai C.R ≥ 70 .

E. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

1. Tahapan langkah-langkah SEM (*Structural Equation Modeling*)

Analisis pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) program AMOS v.18. dalam proses analisis data serta pengujian terhadap model penelitian menjelaskan tentang langkah-langkah analisis dalam penelitian ini.

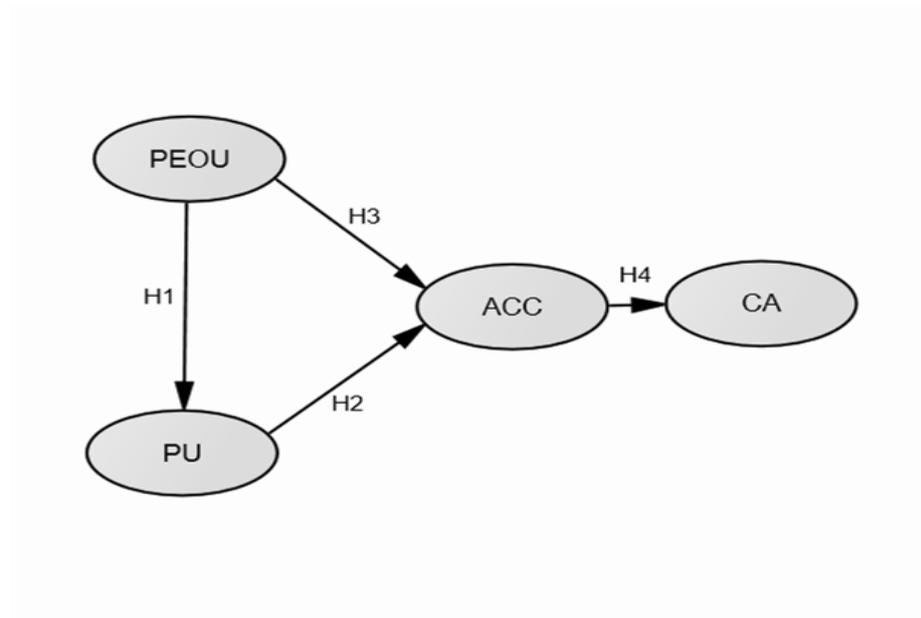
Menurut Hair *et al* dalam Ghozali (2011) menyebutkan langkah-langkah analisis dalam SEM sebagai berikut:

Langkah 1: Pengembangan Model Berdasarkan Teori

Pengembangan model ini berdasarkan konsep analisis data yang telah diterangkan pada Bab sebelumnya. Secara umum model tersebut terdiri atas 4 variabel diantaranya variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU), persepsi manfaat (PU), penerimaan *E-commerce* (ACC), serta daya saing (CA).

Langkah 2: Menyusun Diagram Jalur

Setelah selesai dengan langkah 1, maka langkah selanjutnya adalah menyusun model dalam wujud diagram jalur, hal ini dilakukan guna mempermudah dalam melihat hubungan-hubungan kausalitas yang hendak diuji. Hubungan antar variabel dalam diagram jalur digambarkan dengan anak panah. Anak panah lurus menggambarkan hubungan kausalitas langsung antara variabel satu dengan lainnya. Selain itu, garis melengkung menunjukkan hubungan antar variabel dan setiap ujung anak panah menunjukkan korelasi antar variabel. Berdasarkan landasan teori, maka diagram jalur SEM dibuat sebagai berikut:

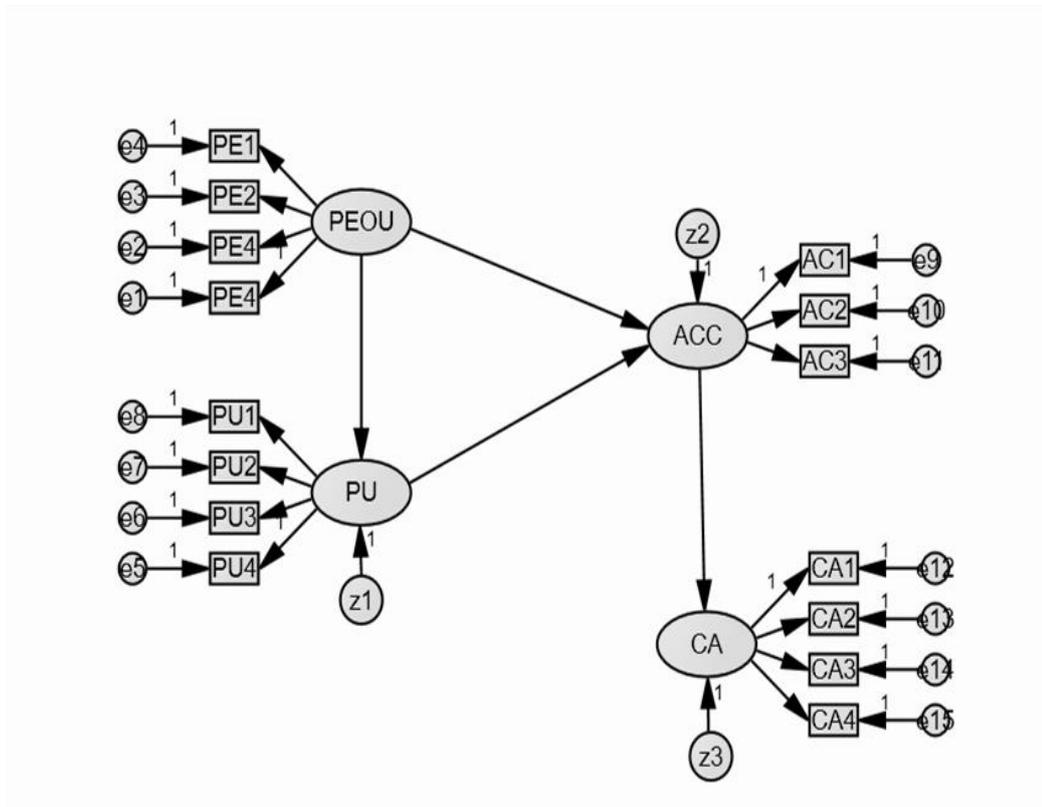


Sumber: Pebruati dkk (2012)

Gambar 4.9.
Diagram Jalur SEM

Langkah 3: Konversi Diagram

Setelah dinyatakan dalam diagram jalur, model selanjutnya dinyatakan dalam persamaan struktural. Hasil olahan AMOS v.18 menggambarkan Persamaan struktural seperti pada gambar sebagai berikut:



Sumber: Data primer diolah, AMOS v. 18

Gambar 4.10.
Model Persamaan Struktural

Langkah 4: Memilih Jenis Input Matrik Dan Estimasi Model Yang Diusulkan

Jenis input matrik dalam SEM hanya berupa matrik kovarian dan matrik korelasi, dengan model estimasi yang digunakan adalah Maximum Likelihood (ML).

Langkah 5: Menilai Identifikasi Model Struktural

Identifikasi model struktural terlihat pada hasil variabel *count* dengan membandingkan antara jumlah data kovarian dengan jumlah parameter yang akan diestimasi. Hasilnya dapat terlihat pada tabel output berikut:

Tabel 4.21.
Notes For Model Computation of DF

Number of distinct sample moments	120
Number of distinct parameters to be estimated	34
Degrees of freedom (120 - 34)	86

Sumber: Data primer diolah

Tabel 4.22.
Result (Default model)

Minimum Was Achieved	
Chi-square	154,058
Degrees of freedom	86
Probability	0,000

Sumber: Data primer diolah

Hasil perhitungan pada table output diatas, dengan jumlah sampel $N= 105$, jumlah kovarian adalah 120, dan jumlah parameter yang akan diestimasi adalah 34. Dengan demikian *degrees of freedom* yang dihasilkan adalah 86, dan karena $86 > 0$ (df positif) dan dinyatakan dengan kalimat "*minimum was achieved*", untuk itu estimasi *maximum likelihood* dapat dilakukan serta diidentifikasi sehingga menghasilkan data yang berdistribusi normal. Selanjutnya yang harus dilakukan adalah menganalisis hubungan antara indikator dengan variabelnya yang ditunjukkan dengan *loading factor*.

Hasil output hubungan antara indikator dengan variabel dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.23.

Hubungan Antara Variabel Dengan Indikator

	Estimate
PE4 <--- PEOU	.673
PE3 <--- PEOU	.574
PE2 <--- PEOU	.592
PE1 <--- PEOU	.562
PU4 <--- PU	.717
PU3 <--- PU	.590
PU2 <--- PU	.567
PU1 <--- PU	.664
AC1 <--- ACC	.797
AC2 <--- ACC	.676
AC3 <--- ACC	.199
CA1 <--- CA	.594
CA2 <--- CA	.647
CA3 <--- CA	.663
CA4 <--- CA	.656

Sumber: Data promer diolah

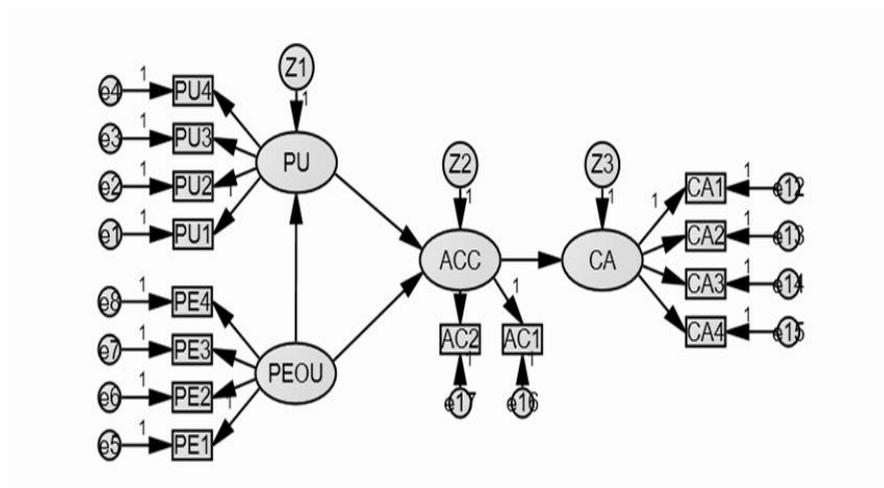
Hasil perhitungan *standardized regression weight* pada table diatas, pada kolom estimate menunjukkan loading faktor dari setiap indikator terhadap variabel terkait. Nilai *loading factor* harus $> 0,50$ dan karena *loading factor* pada indikator AC3 hanya sebesar 0,199, maka indikator AC3 di drop dari analisis guna mendapatkan hasil loading factor yang memenuhi kriteria seperti pada table berikut:

Tabel 4.24.
Hubungan Antara variabel dengan Indikator 2

	Estimate
PE4 <--- PEOU	.673
PE3 <--- PEOU	.574
PE2 <--- PEOU	.592
PE1 <--- PEOU	.562
PU4 <--- PU	.717
PU3 <--- PU	.590
PU2 <--- PU	.567
PU1 <--- PU	.664
AC1 <--- ACC	.797
AC2 <--- ACC	.676
CA1 <--- CA	.594
CA2 <--- CA	.647
CA3 <--- CA	.663
CA4 <--- CA	.656

Sumber: Data primer diolah

Setelah indikator AC3 di drop dalam analisis maka semua loading factor telah memenuhi kriteria $>0,50$. Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah, AMOS v. 18

Gambar 4.11.
Model SEM Tahap 1

Langkah 6: Menilai Kriteria *Goodness of fit*

Sebelum menguji hipotesis, langkah yang harus dilakukan adalah menilai kesesuaian *goodness of fit*. Hasil pengujian *goodness of fit* dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25.
Output Awal *Goodness-Of-Fit*

No	<i>Goodness Of Fit Index</i>	Hasil Awal	Nilai Rekomendasi	Keterangan
1	<i>Chi-Square</i>	154,058	$\geq 108,648$	Buruk
2	<i>Probability</i>	0,000	$\geq 0,05$	Marginal
3	CMIN/Df	1,793	$\leq 2,00$	Baik
4	GFI	0,859	$\geq 0,90$	Marginal
5	AGFI	0,798	$\geq 0,90$	Marginal
6	TLI	0,856	$\geq 0,90$	Marginal
7	CFI	0,884	$\geq 0,90$	Marginal
8	RMSEA	0,087	$\leq 0,08$	Marginal

Sumber: Data primer diolah

Hasil uji kelayakan *goodness of fit* menunjukkan bahwa nilai *chi-square* 154,058 lebih besar dari *chi-square distribution table* pada df 86 dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai probabilitas 0,000 menunjukkan kriteria yang belum fit, sedangkan untuk kriteria lainnya berada di posisi marginal.

Langkah 7: interpretasi dan modifikasi model

Modifikasi dilakukan untuk menurunkan nilai *chi-square* agar sesuai dengan kriteria fit. Hasil modifikasi model dapat terlihat pada *output modification indices* dalam AMOS v.18, yang akan menunjukkan hubungan-hubungan yang perlu diestimasi pada table berikut:

Tabel 4.26.
Modification Indices

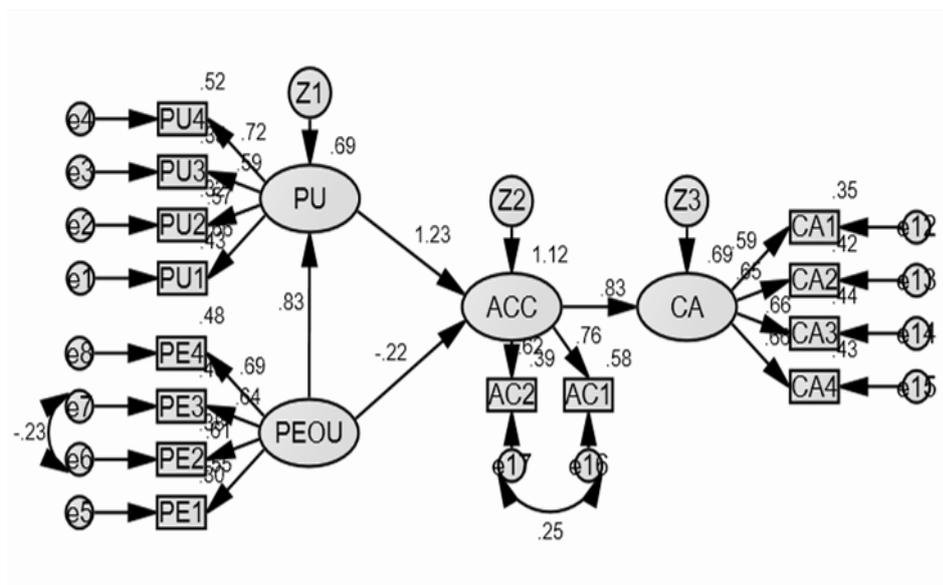
			M.I.	Par Change
e16	<-->	e17	2.450	.029
e14	<-->	e16	4.982	-.047
e12	<-->	e16	2.853	.041
e8	<-->	Z3	2.165	.027
e8	<-->	e14	4.803	.058
e7	<-->	Z1	2.456	-.026
e7	<-->	Z3	2.317	.034
e7	<-->	e17	2.160	-.042
e7	<-->	e12	4.835	.081
e7	<-->	e8	13.506	.120
e6	<-->	Z3	7.500	-.051
e6	<-->	e17	2.656	.039
e6	<-->	e15	4.728	-.046
e6	<-->	e7	2.227	-.049
e5	<-->	e15	3.196	.032
e5	<-->	e12	3.252	-.047
e4	<-->	Z3	8.827	.049
e4	<-->	e14	2.484	.038
e4	<-->	e13	6.359	.060
e3	<-->	Z1	4.068	-.028
e3	<-->	Z2	3.708	-.034
e3	<-->	e17	2.617	-.038
e3	<-->	e14	2.600	-.042
e3	<-->	e6	7.423	.073
e3	<-->	e5	5.451	.054
e2	<-->	e12	3.386	-.043
e2	<-->	e5	3.711	.035
e1	<-->	e16	2.495	.029

Sumber: data primer diolah

Sesuai dengan teori, untuk menurunkan nilai *chi-square* adalah dengan menghubungkan antara *error* dengan *error* dalam satu variabel laten seperti berikut:

- 1) Apabila e16 dihubungkan dengan e17, maka nilai *chi-square* akan turun sebesar 2,450.
- 2) Apabila e6 dihubungkan dengan e7, maka nilai *chi-square* akan turun sebesar 2,227.

Hasil modifikasi model dapat terlihat pada gambar berikut:



Sumber: Data primer diolah, AMOS v. 18

Gambar 4.12.

Full Model Structural

Setelah model di modifikasi, hasil dari perhitungan *modification indices* menunjukkan hasil *goodness of fit* pada tabel berikut:

Tabel 4.27.
Output *Goodness Of Fit* Setelah Modifikasi

No	<i>Goodness Of Fit Index</i>	Hasil Awal	Nilai Rekomendasi	Hasil Modifikasi	Ket	Sumber
1	<i>Chi-Square</i>	154,058	$\leq 108,648$	124,045	Buruk	Imam Ghozali, (2011)
2	<i>Probabiity</i>	0,000	$\geq 0,05$	0,000	Marginal	Imam Ghozali, (2011)
3	CMIN/DF	1,791	$\leq 2,00$	1,747	Fit	Imam Ghozali, (2011)
4	GFI	0,850	$\geq 0,90$	0,868	Marginal	Imam Ghozali, (2011)
5	AGFI	0,791	$\geq 0,90$	0,805	Marginal	Imam Ghozali, (2011)
6	TLI	0,838	$\geq 0,90$	0,864	Marginal	Imam Ghozali, (2011)
7	CFI	0,867	$\geq 0,90$	0,894	Marginal	Imam Ghozali, (2011)
8	RMSEA	0,087	$\leq 0,08$	0,085	Marginal	Imam Ghozali, (2011)

Sumber: Data primer diolah

Hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa model layak uji pada tahap full model, hal ini ditunjukkan dengan hasil output yang sesuai dengan kriteria model. Hasil *chi-square* full model menunjukkan nilai 124,045 dimana nilai *chi-square* tersebut lebih besar dari *chi-square distribution table* pada Df 86, dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai probabilitas 0,000 masih berada dibawah kriteria. Kriteria lain seperti GFI, TLI, CFI, AGFI, dan RMSEA ada pada posisi marginal, sedangkan untuk CMIN/DF telah memenuhi kriteria dan berada di posisi *good fit*.

Hasil tersebut menunjukkan mayoritas kriteria yang digunakan memiliki kriteria yang memadai, selanjutnya model yang digunakan adalah memastikan hasil kesesuaian teoritis dengan pengujian secara empiris (Sinuraya, 2009).

2. Uji Asumsi SEM

a. Uji Asumsi SEM (*Structural Equation Modeling*)

1) Jumlah Sampel

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 105 sampel, dengan jumlah tersebut, kriteria penelitian dalam AMOS telah terpenuhi yakni jumlah sampel sebanyak 100-400.

2) Normalitas

a) Normalitas *Univariate*

Sebuah data dikatakan berdistribusi normal secara *univariate* jika nilai *critical ratio skewness value* berada dibawah angka mutlak 2,58 (signifikan pada 1%). Hasil output dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.28.
Assessment of Normality

Variable	Min	Max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
AC2	3.000	5.000	-.149	-.625	-.537	-1.122
AC1	3.000	5.000	-.045	-.189	-.430	-.898
CA4	3.000	5.000	-.849	-3.552	-.727	-1.521
CA3	3.000	5.000	-.508	-2.127	-.662	-1.385
CA2	3.000	5.000	-.458	-1.916	-.659	-1.379
CA1	3.000	5.000	.115	.480	-.913	-1.910
PE4	2.000	5.000	-.314	-1.314	.158	.331
PE3	2.000	5.000	-.161	-.674	-.516	-1.080

Lanjutan Tabel 4.28.

Variable	Min	max	Skew	c.r.	kurtosis	c.r.
PE2	3.000	5.000	-.230	-.961	-.612	-1.279
PE1	3.000	5.000	-1.388	-5.806	.962	2.012
PU4	3.000	5.000	-.385	-1.610	-.697	-1.459
PU3	3.000	5.000	-.306	-1.279	-.669	-1.399
PU2	4.000	5.000	-.490	-2.051	-1.760	-3.680
PU1	3.000	5.000	-.206	-.862	-.664	-1.388
Multivariate					25.457	6.162

Sumber: Data primer diolah

Hasil *output assessment of normality* secara *univariate* menghasilkan *critical skewness* yang telah memenuhi kriteria dibawah 2,58, untuk itu data tersebut secara *univariate* berdistribusi normal.

b) Normalitas *Multivariate*

Berdasarkan hasil *output assessment of normality* pada tabel diatas, hasil *multivariate* menunjukkan angka 6,212, artinya secara *multivariate* data tidak berdistribusi normal karena tidak memenuhi kriteria *multivariate critical ratio* kuartosis diatas angka mutlak 2,58. Jika data dinyatakan tidak berdistribusi normal (Ghozali,2011) maka solusi yang dilakukan adalah melakukan estimasi dengan prosedur *bootstraping*. Hasil yang diperoleh dari estimasi prosedur *bootstraping* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.29.
Bootstrap Distributions

	139.969	*
	150.884	**
	161.800	*****
	172.715	*****
	183.630	*****
	194.545	*****
	205.460	*****
N = 500	216.375	*****
Mean = 211.877	227.290	*****
S. e. = 1.266	238.205	*****
	249.120	*****
	260.035	*****
	270.950	*
	281.865	**
	292.780	*

Sumber: Data primer diolah

Chi-square 211.877 yang diperoleh dari hasil estimasi *bootstrapping* menunjukkan nilai kluster di pusat *multivariate* normal 200, distribusi *chi-square* adalah normal, karena didapati beberapa nilai >200 dan <200 yang sebanding.

3) Evaluasi *Outlier*

Evaluasi *outlier* diperoleh dengan melakukan deteksi *multivariate outlier* yang dilakukan dengan melihat nilai *mahalanobis distance*. Hasil output mahalanobis distance dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.30.
Output Mahalanobis Distance

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
16	33.982	.002	.196
9	32.365	.004	.054
5	30.452	.007	.033
72	29.965	.008	.009
48	29.293	.010	.003
7	27.295	.018	.011
3	27.262	.018	.003
86	26.105	.025	.005
17	25.543	.030	.004
53	25.155	.033	.003
47	24.761	.037	.002
24	24.194	.043	.002
26	23.638	.051	.003
96	23.484	.053	.001
66	21.497	.090	.048
95	21.235	.096	.042
54	21.051	.100	.033
88	20.540	.114	.051
37	19.712	.139	.140

Lanjutan Tabel 4.30.

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
29	18.910	.168	.310
105	18.578	.182	.351
25	18.343	.192	.358
19	18.310	.193	.284
63	17.980	.208	.335
23	17.840	.214	.310
58	17.777	.217	.257
38	17.620	.225	.244
99	17.525	.229	.211
18	17.473	.232	.168
57	17.455	.233	.122
75	17.357	.238	.103
51	17.097	.251	.125
73	16.540	.282	.259
35	16.535	.282	.197
43	16.513	.283	.150
55	16.497	.284	.111
11	16.278	.297	.127
104	16.060	.310	.147
10	15.859	.322	.164
91	15.568	.340	.219
33	15.419	.350	.221
62	15.298	.358	.213
6	14.999	.378	.285
42	14.848	.389	.293
4	14.832	.390	.236
84	14.732	.397	.221
52	14.550	.410	.243
89	14.521	.412	.198
46	14.492	.414	.158
2	14.411	.420	.141
70	14.363	.423	.115
81	14.179	.436	.132
97	12.794	.543	.811

Lanjutan Tabel 4.30.

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
101	12.577	.560	.851
22	12.477	.568	.845
82	12.122	.597	.921
98	12.094	.599	.897
68	12.014	.605	.886
100	11.411	.653	.980
32	11.290	.663	.980
60	11.056	.682	.989
76	11.040	.683	.982
102	11.016	.685	.974
40	10.884	.695	.976
71	10.884	.695	.962
50	10.284	.741	.996
78	10.155	.751	.996
61	10.005	.762	.997
77	9.878	.771	.997
36	9.785	.778	.997
65	9.750	.780	.995
28	9.733	.781	.992
12	9.673	.786	.989
14	9.271	.813	.998
103	9.080	.826	.998
90	9.033	.829	.998
56	9.009	.830	.996
93	8.813	.843	.997
59	8.525	.860	.999
85	8.126	.883	1.000
1	8.086	.885	1.000
79	7.891	.895	1.000
27	7.825	.898	1.000
74	7.762	.901	.999
49	7.755	.902	.999
41	7.753	.902	.997
44	7.601	.909	.997

Lanjutan Tabel 4.30.

<i>Observation number</i>	<i>Mahalanobis d-squared</i>	p1	p2
94	7.449	.916	.997
15	7.437	.917	.994
21	6.961	.936	.999
67	5.930	.968	1.000
64	5.758	.972	1.000
30	5.754	.972	1.000
34	5.754	.972	1.000
45	5.564	.976	1.000
92	5.564	.976	1.000
13	4.471	.992	1.000
20	4.471	.992	1.000
31	4.471	.992	1.000
39	4.471	.992	1.000

Sumber: Data primer diolah

Kriteria yang digunakan dalam melihat hasil output *mahalanobis distance* adalah berdasarkan nilai *chi-square* pada df 71, yaitu jumlah variabel indikator dengan tingkat signifikansi $p < 0,001$. Hasil pada tabel diatas menunjukkan nilai *mahalanobis distance* pada X^2 (14, 0,001) sebesar 36,123. Keseluruhan hasil *mahalanobis distance* tidak ada yang menunjukkan nilai $>36,123$, maka data dinyatakan bebas *outlier*.

4) Evaluasi Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2011) multikolonieritas dapat dilihat dengan *sample correlation* antar variabel. Apabila nilai korelasi antar variabel diatas 0,90, maka data dinyatakan terdapat multikolonieritas. Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa nilai korelasi antar variabel berada di bawah 0,90, hal ini menandakan bahwa data terbebas dari multikolonieritas. Hasil *output* AMOS menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.31.
Output Sample Corelation

	AC2	AC1	CA4	CA3	CA2	CA1	PE4	PE3	PE2	PE1	PU4	PU3	PU2	PU1
AC2	1.000													
AC1	.601	1.000												
CA4	.320	.446	1.000											
CA3	.396	.347	.414	1.000										
CA2	.276	.380	.455	.470	1.000									
CA1	.336	.479	.328	.397	.384	1.000								
PE4	.401	.410	.322	.438	.259	.340	1.000							
PE3	.199	.301	.290	.202	.290	.378	.575	1.000						
PE2	.439	.427	.140	.242	.148	.230	.338	.251	1.000					
PE1	.272	.358	.380	.351	.213	.163	.323	.308	.339	1.000				
PU4	.487	.549	.470	.511	.523	.407	.336	.293	.375	.297	1.000			
PU3	.308	.464	.322	.211	.289	.232	.349	.272	.523	.477	.490	1.000		
PU2	.355	.431	.391	.365	.216	.186	.340	.264	.390	.429	.356	.326	1.000	
PU1	.464	.599	.374	.310	.264	.404	.313	.237	.372	.314	.438	.366	.451	1.000

Sumber: data primer diolah, AMOS v.18

3. Uji Hipotesis

Setelah semua asumsi SEM telah terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk melihat signifikan atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel adalah dengan membandingkan nilai P (*p-value*) dengan probabilitas kritis ($\alpha= 5\%$) dan nilai CR dengan dengan nilai kritis $\pm 1,96$. Jika $P < 0,05$ dan $CR > 1,96$ maka hipotesis diterima begitu sebaliknya (Sinuraya, 2009). Hasil uji hipotesis dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.32.
Hasil Uji Hipotesis *Standardized Regression Weight*

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label	Ket
PU <--- PEOU	1.107	.249	4.444	***	par_13	Signifikan
ACC <--- PU	1.527	.478	3.194	.001	par_10	Signifikan
ACC <--- PEOU	-.362	.563	-.644	.520	par_11	Tidak signifikan
CA <--- ACC	.717	.143	5.028	***	par_12	Signifikan

Sumber: Data primer diolah

Pengujian hipotesis akan dijelaskan dengan lebih rinci sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Terdapat empat hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini, yang mana hipotesis tersebut akan disajikan dan dibahas seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.33.
Kesimpulan Hipotesis

	Hipotesis	Hasil
H1	Kemudahan penggunaan <i>E-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap manfaat <i>E-commerce</i> pada UMKM di Kota Yogyakarta	0,000 (diterima)
H2	Manfaat <i>E-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan <i>E-commerce</i> pada UMKM di Kota Yogyakarta	0,001 (diterima)
H3	Kemudahan penggunaan <i>E-commerce</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan <i>E-commerce</i> pada UMKM di Kota Yogyakarta	0,520 (ditolak)
H4	Keputusan penerimaan penggunaan <i>E-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM di Kota Yogyakarta	0,000 (diterima)

Sumber : Data primer diolah

Hasil kesimpulan hipotesis pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengaruh Persepsi kemudahan penggunaan *E-commerce* terhadap persepsi manfaat *E-commerce*.

Hasil pengujian antara variabel persepsi kemudahan penggunaan *E-commerce* terhadap persepsi manfaat *E-commerce* diperoleh P sebesar 0,000, oleh karena $P < 0,05$ maka hipotesis diterima, hasil ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan *E-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi manfaat dari *E-commerce*.

Artinya Semakin mudah suatu system digunakan maka akan dapat memberikan manfaat dan memudahkan pekerjaan bagi pelaku UMKM.

- b. Pengaruh manfaat *E-commerce* terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*.

Hasil pengujian antara variabel persepsi manfaat *E-commerce* terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* diperoleh P sebesar 0,001, oleh karena $P < 0,05$ maka hipotesis diterima, dan hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pengaruh persepsi manfaat *E-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*. Artinya Seberapapun besarnya manfaat yang dihasilkan akan mempengaruhi keputusan penerimaan terhadap penggunaan *E-commerce*.

- c. Pengaruh kemudahan penggunaan *E-commerce* terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*.

Hasil pengujian antara variabel Persepsi kemudahan penggunaan *E-commerce* terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* diperoleh P sebesar 0,520, oleh karena $P > 0,05$ maka hipotesis ditolak, dan hasil ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi kemudahan penggunaan *E-commerce* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*. Artinya semakin mudah *E-commerce* digunakan maka tidak berpengaruh terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*.

- d. Pengaruh keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* terhadap daya saing.

Hasil pengujian antara variabel Keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* terhadap daya saing diperoleh P sebesar 0,000. Oleh karena $P < 0,05$ maka hipotesis diterima, dan hasil ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing. Artinya apabila suatu UMKM menggunakan *E-commerce* dalam segala aktivitas bisnisnya maka pelaku UMKM dapat dengan mudah memasarkan produknya sehingga volum penjualan dan pendapatan akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya pendapatan tentunya dapat merangsang UMKM untuk semakin tumbuh dan berkembang.

F. Pembahasan

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian pada variabel kemudahan penggunaan *E-commerce* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap manfaat *E-commerce*. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Pebruati dkk (2012) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi manfaat. Semakin mudah suatu system digunakan maka akan dapat memberikan manfaat dan memudahkan pekerjaan bagi pelaku UMKM .

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Santoso (2014) yang menyatakan variabel persepsi kemudahan penggunaan-*E-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi manfaat, tentunya hal ini menunjukkan bahwa manfaat dapat diperoleh karena dipengaruhi oleh lama usaha dan penggunaan *E-commerce*. Hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan periode penggunaan *E-commerce* oleh pelaku UMKM Kota Yogyakarta lebih dari 1 tahun telah cukup memberikan manfaat bagi pelaku UMKM Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini sebanyak 105 UMKM Kota Yogyakarta yang telah menggunakan *E-commerce* dalam menjalankan aktivitas bisnis sehari-hari dan menjadikannya sebagai ruang utama guna mempertahankan eksistensinya. *E-commerce* akan memberikan segudang manfaat apabila mudah untuk dioperasionalkan, Schneider (2002) menyebutkan beberapa manfaat atas penggunaan *E-commerce* diantaranya adalah:

- a. *E-commerce* membantu meningkatkan penjualan dan memangkas biaya operasional.
- b. Memudahkan dalam memperoleh mitra bisnis.
- c. Mendekatkan diri kepada para pelanggan.

2. Hasil pengujian pada variabel manfaat *E-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Pebruati dkk (2012) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penerimaan *E-commerce*. Seberapapun besarnya manfaat yang dihasilkan akan mempengaruhi keputusan penerimaan terhadap penggunaan *E-commerce*.

Menurut Prabandari dan Azzuhri (2008), ketika para pelaku UMKM telah memiliki pengetahuan tentang manfaat dari *E-commerce* dan cara menggunakannya, tentunya hal ini menjadikan *E-commerce* sebagai sesuatu yang istimewa yang dapat digunakan untuk menunjang aktifitas bisnis. Berdasarkan hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa keputusan seseorang untuk menerima *E-commerce* juga dipengaruhi oleh usia responden dan tingkat pendidikan responden, dimana mayoritas responden pelaku UMKM Kota Yogyakarta berada pada usia produktif, dan tingkat pendidikan yang tinggi yakni S1, yang mana menyebabkan mereka mudah terbuka terhadap teknologi dan sesuatu yang baru.

3. Hasil pengujian pada variabel kemudahan penggunaan *E-commerce* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian Pebruati dkk (2012) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap penarimaan *E-commerce* (ACC). Artinya semakin mudah *E-commerce* digunakan maka tidak mempengaruhi keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce*.

Berbeda halnya pada penelitian Santoso (2014) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan (PEOU) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penerimaan *E-commerce* (ACC), dimana semakin mudah suatu sistem untuk digunakan maka keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* akan semakin baik.

Dalam penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa keputusan penerimaan penggunaan *E-commerce* sendiri dipengaruhi oleh aspek intrinsik pribadi pelaku UMKM Kota Yogyakarta, hal ini tercermin dari frekuensi penggunaan *E-commerce* dalam menjalankan bisnis sehari-hari. Mayoritas pelaku UMKM Kota Yogyakarta menggunakan *E-commerce*, namun jarang diaplikasikan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, hal ini dikarenakan kurangnya sumber daya yang mampu mengoperasionalkan dan mengoptimalkan penggunaan *E-commerce*.

4. Hasil pengujian pada variabel keputusan penarimaan penggunaan *E-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Pebruati dkk (2012),

yang menunjukkan bahwa variabel penerimaan *E-commerce* (ACC) memiliki pengaruh signifikan terhadap daya saing (CA). Ketika pelaku UMKM menggunakan *E-commerce* dalam segala aktivitas bisnisnya maka pelaku UMKM dapat dengan mudah memasarkan produknya sehingga volum penjualan dan pendapatan akan semakin meningkat.

Dengan meningkatnya pendapatan tentunya dapat merangsang UMKM untuk semakin tumbuh dan berkembang. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukkan bahwa dengan menggunakan *E-commerce* maka para pelaku UMKM Kota Yogyakarta dapat memperkenalkan segala produk baru ke pelanggan, hal ini tentunya akan semakin meningkatkan kepercayaan diri UMKM apabila mereka dapat terus melakukan inovasi-inovasi yang nantinya dapat digunakan untuk bersaing dengan berbagai perusahaan kecil atau perusahaan besar lainnya.

Frances (2011) menyatakan bahwa dalam upaya peningkatan daya saing suatu perusahaan dibutuhkan suatu teknologi baru dan kemampuan perusahaan dalam menyerap dan memanfaatkan teknologi tersebut secara optimal. Perusahaan dapat dikatakan berdaya saing tinggi apabila perusahaan tersebut melibatkan teknologi dalam proses produksinya, system pemasaran dan aspek bisnis lainnya.