

PENGARUH ADOPSI *E – COMMERCE* DAN *DYNAMIC CAPABILITIES*

TERHADAP *SME's PERFORMANCE*

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Sandhi Umaritantra

NIM: 31401700149

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEMARANG

2021

PENGARUH ADOPSI *E – COMMERCE* DAN *DYNAMIC CAPABILITIES*

TERHADAP *SME's PERFORMANCE*

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Sandhi Umaritantra

NIM : 31401700149

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEMARANG

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

PENGARUH ADOPTSI *E-COMMERCE* DAN *DYNAMIC CAPABILITIES*

TERHADAP SME's PERFORMANCE

Disusun Oleh : Sandhi Umaritantra

Nim.31.401.700149

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang
panitia ujian skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 26 Juli 2021

Pembimbing



Digitally signed by Maya
Indriastuti
DN: cn=Maya Indriastuti,
o=Universitas Sultan Agung
Semarang, ou=Fakultas Ekonomi,
email=maya@unissula.ac.id, c=ID
Date: 2021.07.26 14:31:02 +07'00'

Maya Indriastuti, S.E., M.Si., Ak., CA

NIK. 211406021

HALAMAN PERSETUJUAN

“Pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan *Dynamic Capabilities* Terhadap *SME*’s *Performance*”

Disusun oleh :

Sandhi Umaritantra

Nim.31401700149

Telah dipertahankan di depan
penguji Pada tanggal 4 Agustus
2021

Pembimbing

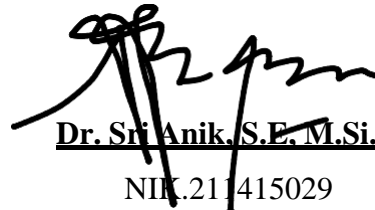


Digitally signed by Maya Indriastuti
DN: cn=Maya Indriastuti,
o=Universitas Sultan Agung
Semarang, ou=Fakultas Ekonomi,
email=maya@unissula.ac.id, c=ID
Date: 2021.08.06 13:20:45 +0700'

Maya Indriastuti, S.E., M.Si., Ak., CA

NIK. 211406021

Penguji 1



Dr. Sri Anik, S.E., M.Si.
NIK.211415029

Penguji 2

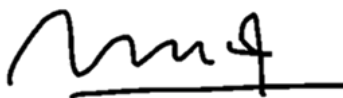


Dr. Zaenal Alim Adiwijaya, SE., M.Si

NIK.211492005

skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi Tanggal 4 Agustus 2021

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si

NIK.211415029

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sandhi Umaritantra

NIM : 31401700149

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul

**“PENGARUH ADOPSI *E-COMMERCE* DAN *DYNAMIC CAPABILITIES*
TERHDAP *SME’S PERFORMANCE*”**

Adalah hasil karya saya dan penuh kesadaran bahwa saya tidak melakukan tindakan plagiat atau mengambil alih atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Jika saya terbukti melakukan plagiarisim, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Semarang, 20 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Sandhi Umaritantra

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sandhi Umaritantra

NIM : 31401700149

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas ~~Akhir~~/ Skripsi/~~Tesis~~/~~Disertasi~~ dengan judul : “ **PENGARUH ADOPTSI E-COMMERCE DAN DYNAMIC CAPABILITIES TERHADAP SME's PERFORMANCE**” dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 20 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan

Sandhi Umaritantra

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sandhi Umaritantra

NIM : 31401700149

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul : “ **PENGARUH ADOPSI E-COMMERCE DAN DYNAMIC CAPABILITIES TERHADAP SME’s PERFORMANCE**” dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 20 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', 'METERAI TEMPEL', and the number '0E3A IX040254620'.

Sandhi Umaritantra

PERSEMBAHAN DAN MOTO

Persembahan :

Dengan mengucap rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kekuatan yang sangat luar biasa. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

“Kedua orang tua dan kaka tercinta yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat dalam setiap langkah saya dan memberikan perhatian penuh dalam setiap step yang saya lalui.”

“Sahabat dan teman-teman yang selalu mendukung, membantu saya”

“Tidak lupa terimakasih kepada dosen pembimbing saya Ibu Maya Indriastuti yang selalu sabar membimbing saya serta selalu membantumu memberikan solusi dan arahan dalam penulisan skripsi ini “

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q . S Al baqarah ayat 28)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkan jejak. ”

(Ralph Waldo Emerson)

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of e-commerce adoption and dynamic capabilities on the performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in the city of Semarang. The population in this study is 288 SMEs that use e-commerce and dynamic capabilities in the city of Semarang. The sample in this study was determined by the purposive sampling method, data collection was carried out through surveys obtained by distributing questionnaires to respondents. Respondents in this study were small and medium enterprises in the city of Semarang. The analytical technique used was multiple linear regression with SPSS 25 software. The results showed that the performance of SMEs will increase if SMEs adopt e-commerce and dynamic capabilities in running and developing their business and improvement in the work effectiveness of SMEs in the city of Semarang.

Keyword : Adopsi e – commerce, Dynamic capabilities, SME's Performance

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah 288 UKM yang menggunakan *e-commerce* dan *dynamic capabilities* di kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling*, pengumpulan data dilakukan melalui survai yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha kecil menengah di kota Semarang. Teknik analisis yang digunakan regresi linear berganda dengan software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *SME's Performance* akan semakin meningkat apabila UKM mengadopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya dan peningkatan pada efektivitas kerja UKM di kota Semarang.

Kata kunci : *Adopsi e-commerce, Dynamic capabilities, SME's Performance*

INTISARI

UKM merupakan salah satu penopang perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. Tercatat pertumbuhan UKM di Indonesia terus mengalami peningkatan, namun peningkatan pertumbuhan tersebut tidak dibarengi dengan adopsi teknologi yang tepat, persaingan pasar global dan dinamis membuat UKM mengalami kesulitan dalam mengimbangi pesaing pasar yang ketat. Hal ini membuktikan bahwa perlu diadakan inovasi, adaptasi dan pengadopsian teknologi guna mengimbangi persaingan pasar global.

Model penelitian ini merupakan penggabungan dari penelitian Alzahrani (2019) yaitu dampak adopsi *e-commerce* terhadap *SME's Performance* strategi dan Eikelenboom & deJong (2019) yaitu dampak *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*. Berdasarkan kajian teori yang mendalam dan kritis terdapat dua hipotesis yaitu sebagai berikut: 1) Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif terhadap *SME's performance*, 2) *dynamic capabilities* berpengaruh positif terhadap *SME's performance*.

Penelitian ini dilakukan pada UKM di kota Semarang. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini *purposive sampling*. Jumlah sampel yang diperoleh 288 responden yang merupakan UKM yang masih aktif lebih dari 1 tahun. Teknik analisis data yang digunakan teknik analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan IBM SPSS *statistic 26* dapat disimpulkan bahwa adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* berpengaruh positif terhadap *SME's performance*.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala limpahan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai penerang kalbu bagi umatnya. Atas doa serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH ADOPSI *E-COMMERCE* DAN *DYNAMIC CAPABILITIES* TERHADAP *SME's PERFORMANCE*”**.

Penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Hj. Olivia Fachrunnisa, SE., M.Si., PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Dr. Dra. Winarsih, M.Si., selaku ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Maya Indriastuti, S.E., M.Si., Ak., CA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dengan sangat sabar untuk memberikan bimbingan, motivasi, kritik, pengarahan dan saran yang sangat berguna bagi saya.
4. Seluruh Dosen dan Staff TU Fakultas Ekonomi Universitas Islam

Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada saya.

5. Kedua orang tua, Bapak Agus Siswanto dan Ibu Herry Purwati, kakak – kakaku serta semua keluarga yang telah memberikan do'a, semangat, dukungan, dan kasih sayang baik dalam segi moral maupun materiil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Teman-teman seperjuanganku Dimas, Nindika, Vellin, Sri Atmi, Yuni yang selalu setia memberikan do'a serta dukungannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Sahabat saya Rio, Susetyo, Renaldhi, Rizky, Siti Khodijah, Vischa, Vita, Siti Arifah, Fajar, Arif, Ferly, Nimas yang selalu memberikan doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Sodara saya Cellien dan Brigitha Bella yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini terselesaikan.
9. Kepada Tante saya, Eny yang telah memberikan tempat dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Teman-teman prodi S1 Akuntansi 2017 atas kebersamaan dan kerjasamanya.
11. Seluruh pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi dari awal hingga akhir, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

12. Kepada Kepala Kantor Pos Cabang Ambarawa ibu Diah Intan Hardiningsih beserta seluruh staff yang telah sukarela memberikan tempat untuk saya mengerjakan skripsi ini.

Semoga seluruh bantuan, bimbingan serta dukungan yang telah diberikan kepada saya tersebut mendapatkan pahala dari Allah SWT. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati, saya berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Semarang, 12 Juli 2021



Sandhi Umaritantra

NIM 31.401.700149

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
PERSEMBAHAN DAN MOTO.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
INTISARI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Teoritis	7
1.5.2 Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Perilaku Beralasan (<i>Theory of Reasoned Action</i>).....	9
2.2 Variabel Penelitian.....	10
2.2.1 Pengertian Usaha Kecil Menengah.....	10
2.2.2 Adopsi <i>e-commerce</i>	12
2.2.3 <i>Dynamic Capabilities</i>	13
2.3 Penelitian Terdahulu	14

2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis	16
2.4.1	Pengaruh Adopsi <i>E-Commerce</i> terhadap <i>SME's Performance</i>	16
2.4.2	Pengaruh <i>Dynamic Capabilities</i> terhadap <i>SME's Performance</i>	18
2.4.3	Kerangka Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		21
3.1	Jenis Penelitian.....	21
3.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.1	Populasi.....	21
3.2.2	Sampel	22
3.3	Sumber dan Jenis Data	23
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5	Variabel dan Indikator	23
3.5.1	Variabel Dependen.....	23
3.5.2	Variabel Independen	24
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1	Uji Kualitas Data.....	27
3.6.1.1	Uji Validalitas	28
3.6.1.2	Uji Reabilitas	28
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.2.1	Uji Normalitas	29
3.6.2.2	Uji Multikolenieritas.....	30
3.6.2.3	Uji Heteroskedastitas	30
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.6.3.1	Uji Kelayakan Model.....	31
3.6.3.2	Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Distribusi Obyek Penelitian	34
4.1.1	Distribusi Penyebaran Kuesioner.....	34
4.1.2	Gambaran Umum Responden	34
4.1.2.1	Distribusi Umur Perusahaan	35
4.1.2.2	Distribusi Jumlah Karyawan.....	36
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	37
4.2.1	Tanggapan Responden	37
4.3	Analisis Data	39

4.3.1 Hasil Kualitas Data	39
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	39
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	42
4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas	42
4.3.2.2 Hasil Uji Multikolerieritas	42
4.3.2.3 Hasil Uji Heterokedatisitas	43
4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	44
4.3.3.1 Hasil Uji Kelayakan Model	46
4.3.3.2 Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.4 Pembahasan	49
4.4.1 Pengaruh Adopsi <i>E-commerce</i> terhadap <i>SME's Performance</i>	49
4.4.2 Pengaruh <i>Dynamic Capabilities</i> terhadap <i>SME's Performance</i>	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Implikasi	54
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.4 Agenda Penelitian mendatang	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuesioner.....	34
Tabel 4. 2 Jenis Produk Yang Dihasilkan	34
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan umur perusahaan.....	35
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan.....	36
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Adopsi <i>E-commerce</i>	37
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Dynamic Capabilities</i>	38
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>SME's Performance</i>	39
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	41
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolenieritas.....	43
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedasitsitas	43
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier	45
Tabel 4. 14 Hasil Uji Statistik F.....	46
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Signifikansi t.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	20
---------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UKM merupakan salah satu penopang perekonomian suatu negara, termasuk di Indonesia. Tercatat pertumbuhan UKM di Indonesia terus mengalami peningkatan. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menyatakan dari tahun 2016 UKM di Indonesia tercatat sebesar 61.656.547 dan di tahun 2019 tercatat mengalami peningkatan menjadi 64.199.606. Dapat dikatakan bahwa UKM dapat bertahan dari krisis ekonomi global, meningkatnya pertumbuhan UKM di Indonesia berdampak positif terhadap perekonomian di Indonesia, dikarenakan UKM menyumbang penyerapan tenaga kerja, meningkatkan pembentukan produk domestik bruto dan, nilai ekspor nasional. UKM memainkan peran penting di sebagian besar perekonomian Negara (Awa et al., 2015). Dibalik meningkatnya pertumbuhan UKM Indonesia, ternyata masih banyak kasus yang dihadapi UKM. Akses pasar yang lemah, kurangnya berita tentang produk yang ditawarkan oleh pelanggan, serta kurangnya efektifitas dan efisiensi dalam proses penjualan, Hal ini menjadi masalah yang dihadapi oleh hampir seluruh UKM di Indonesia.

Di negara berkembang, UKM memiliki tingkat adopsi TIK yang lebih rendah dan tantangan yang berbeda dibandingkan dengan rekan-rekan mereka

di negara maju (Niebel, 2018) (Rahayu & Day, 2017). Badan Pusat Statistika (BPS) mencatat hanya 1 : 10 dari UKM yang berada di Indonesia mengadopsi TIK. Bisa dikatakan bahwa UKM Indonesia belum siap menghadapi persaingan pasar internasional yang bebas dan ketat dengan berbasis internet.

E-commerce mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). *E-commerce* didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu (Laudon & Traver, 2016). Pengadopsian *e-commerce* menjadi titik cerah bagi UKM di Indonesia, karena *e-commerce* memberikan berbagai manfaat diantaranya : akses dan jangkauan yang lebih luas, efisiensi dan efektifitas pada proses penjualan produk serta memudahkan pertukaran informasi mengenai produk yang dijual antara penjual dan pembeli. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). Pada waktunya, UKM yang sukses ditemukan dan terhubung dengan pasar *e-commerce platform* yang membuka pasar lebih besar untuk produk UKM. (Susanty et al., 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alzahrani, (2019) adopsi *e-commerce* berdampak positif pada UKM strategi. Banyak peserta yang menegaskan bahwa pengenalan *e-commerce* di pasar Saudi telah mengubah

mereka rencana dan strategi bisnis. Hal ini harus didukung dengan inovasi melalui pengembangan website dan akun *ecommerce* yang menarik agar bisa terjangkau ke pasar yang lebih luas serta Dimbangi dengan informasi produk yang memadai, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan.

Peneitian serupa juga dilakukan oleh Susanty et al., (2020) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dua faktor berpengaruh signifikan terhadap peralihan perilaku UKM batik mulai dari retail toko fisik hingga *e-commerce*. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). Darikedua penelitian terdahulu yang dijelaskan oleh Alzahrani (2019) dan Susanty et al., (2020) menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* berpengaruh positif terhadap *SME'S Performnace*.

Selain mengadopsi *e-commerce* UKM juga diharuskan berkembang dalam organisasi agar mampu bertahan dan bersaing di pasar persaingan yang ketat. dalam artian ini adalah UKM diaharpakan mengadopsi *dynamic capabilities* agar bisa meningkatkan produktifitas dan meraih penetrasi yang lebih luas. *Dynamic capabilities* pertama kali dikembangkan oleh (Teece et al., 2019), terkait dengan kemampuan organisasi untuk berkreasi; membentuk kembali; mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan; tetap terdepan dalam lingkungan kompetitif yang selalu berubah dengan cepat. Dalam pengertian

ini, kapabilitas dinamis yang kuat sangat penting bagi perusahaan untuk mempromosikan kelincahan organisasi diperlukan untuk beroperasi dalam lingkungan ketidakpastian, karena ini ketidakpastian adalah faktor yang menentukan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi dan berkreasi perubahan yang menguntungkan pasar konsumen dan tidak menguntungkan bagi (Nuruzzaman et al., 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Eikelenboom & de Jong, (2019) menyatakan ditemukan hubungan positif antara kemampuan dinamis integratif eksternal dan ketiga pilar kinerja keberlanjutan di UKM, Perusahaan dapat membuat posisi baru, jalur baru, dan basis aset melalui kapabilitas baru (*dynamic capabilities*) yang dapat mengarah pada kinerja dan perolehan yang berkelanjutan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Pavlou & El Sawy, 2011). Dapat diartikan bahwa pengadopsian *dynamic capabilities* diharapkan mampu menambah kualitas melalui peningkatan di bidang inovasi, pengembangan sumber daya agar bertahan di pasar persaingan yang ketat.

Penelitian yang dilakukan oleh Hernández-Linares et al., (2018) menyatakan sebaliknya bahwa tidak semua dimensi DC sama-sama berkontribusi pada peningkatan kinerja di UKM. Dalam penelitian ini Hernández-Linares et al., (2018) menyebut bahwa tidak ada signifikansi dalam pengideran dan kinerja UKM itu sendiri. Mengingat UKM itu cenderung memiliki kontak pribadi yang tinggi dengan mereka pelanggan (Coviello et

al., 2000).

Model ini merupakan pengembangan dari variabel-variabel penelitian jurnal pendamping utama yaitu adopsi *E-commerce* Alzahrani,(2019) dengan jurnal pendamping lainnya sebagai referensi yang telah diteliti antara lain :adopsi *e- commerce* Susanty et al.,(2020), *dynamic capabilities* Eikelenboom & de Jong, (2019), Hernández-Linares et al., (2018). Variabel- variabel tersebut akan diujiapakah terdapat hubungan antar variabel. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu adanya pengembangan atau replikasi dari penelitian sebelumnya. Variabel independen ditambahkan karena ingin mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan diuji, dimana pengadopsian *e-commecre* dibutuhkan untuk keberlangsungan dan untuk menggaet pasar yang lebihluas. Disisi lain kinerja UKM tidak lepas dari berbagai kinerja diantara lain kinerja organisasi, inovasi yang dilakukan individu maupun invoasi yang dilakukan oleh organisasi untuk UKM tersebut. Peneelitian ini memilih UKM kota Semarang disisi lain karena kota Semarang merupakan salah satu contoh UKM-UKM yang ada dijawatengah dan peneliti ingin melihat perkembangan dan dampak dari adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap *SME's performance*. Dengan harapan pelaku UKM mulai berinovasi, meningkatkan sumber daya dan meggunakan *e- commerce* sebagai salah satu alternatif pasar dimasa sekarang agar mamapu bersaing dengan persaingan pasar yang

bebas dan ketat.

1.2 Rumusan Masalah

Menjamurnya UKM di Indonesia tidak dibarengi dengan pengadopsian teknologi. BPS mencatat hanya 1 : 10 UKM di Indonesia yang sudah mengadopsi teknologi. Hal ini diperparah dengan akses pasar yang lemah dan kurangnya informasi tentang produk yang ditawarkan serta UKM masih mengandalkan sistem penjualan yang konvensional. Hal tersebut membuat kurang efisien dalam proses penjualan. Kejadian tersebut menambah permasalahan yang harus dihadapi oleh UKM agar dapat bersaing di pasar global. Digitalisasi menjadi titik cerah bangkitnya UKM Indonesia diharapkan dengan digitalisasi UKM dapat meningkatkan kinerja mereka. Oleh karena itu masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap *SME's Performance* ?
2. Bagaimana pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance* ?

1.3 Pertanyaan penelitian

Hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance* membuktikan hasil yang tidak konsisten. Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan penelitian dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah adopsi *e-commerce* berpengaruh terhadap *SME's Performance* ?
2. Apakah *dynamic capabilities* berpengaruh terhadap *SME's Performance* ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap *SME's Performance*.
2. Pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis dan empiris sebagai berikut :

1.5.1 Teoritis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan menambah pengetahuan dibidang ekonomi kreatif dan digital. Memberikan kontribusi ilmiah pada kajian bisnis di masyarakat. Dan diharapkan dari hasil penelitian ini mampu menyediakan referensi baru dengan tujuan meningkatkan kinerja keuangan UKM.

1.5.2 Praktis

a. Bagi UKM

Memberikan wacana alternatif bagi pelaku UKM dalam membangun dan mengelola usahanya dengan maksud agar meningkatkan *SME's Performance* itu sendiri untuk memaksimalkan usaha yang dilakukannya dengan menerapkan digitalisasi.

b. Bagi Masyarakat

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi berupa analisis yang bermanfaat yang nantinya berguna bagi masyarakat sebagai konsumen. Dan juga dapat menambah wawasan bagi masyarakat tentang pentingnya digitalisasi yang bertujuan peningkatan kemampuan perusahaan skala UKM.

c. Bagi Regulator

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna sebagai pertimbangan merancang kebijakan dan regulasi yang mengenai peningkatan kemampuan UKM ataupun peningkatan operasional UKM.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Perilaku Beralasan (*Theory of Reasoned Action*)

TRA yang diperkenalkan oleh Ajzen & Fishbein (1980) terdiri dari dua faktor yang terkait pengaruh pribadi dan sosial. Faktor pribadi mengacu pada sikap yang mungkin terjadi dalam evaluasi positif atau negatif melakukan perilaku. Sedangkan sosialfaktor mengacu pada norma subjektif atau secara khusus persepsi orang tentang tekanan sosial minta dia untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang dimaksud. (effendi et al., 2015).

Theory of Reasoned Action (TRA) menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena kemauan atau kemauan individu untuk melakukannya. Niat menjadi kekuatan pendorong perilaku (Bidin et al., 2016). Menurut Ajzen & Fishbein (1980), perilaku ditentukan oleh keinginan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu dinyatakan dalam teori tindakan beralasan (TRA).

Teori ini mengasumsikan bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar maupun tidak sadar dan mempertimbangkan informasi yang tersedia (Ajzen, 1985) Teori ini terhubung antara Keyakinan (keyakinan), SIKAP (sikap), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behaviour*). disebutkan bahwa TRA dapat digunakan untuk melihat berbagai perilaku pelaku UKM atas tindakan yang akan diambil. Berkenaan dengan niat, itu adalah representasi kognitif dari kesiapan seseorang melakukan

perilaku tertentu, dan prediktor perilaku terbaik adalah niat.

Teori tindakan beralasan berkaitan dengan penelitian ini yaitu niat atau kemauan seseorang untuk melakukan sesuatu ditentukan oleh keyakinan seseorang tentang dirinya. Apabila pelaku UKM memiliki keinginan maju dan bisa bersaing tergantung dengan niat, kemauan, keyakinan pada diri seseorang tersebut untuk melakukan inovasi dengan mengadopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities*.

2.2 Variabel Penelitian

2.2.1 Pengertian Usaha Kecil Menengah

Usaha Kecil Menengah (UKM) terus mengalami peningkatan, Data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menyatakan dari tahun ke tahun UKM di Indonesia terus mengalami peningkatan, tercatat pada tahun 2016 UKM di Indonesia sebesar 61.656.547 dan ditahun 2019 bertambah sebesar 64.199.606. UKM memainkan peran penting di sebagian besar perekonomian negara (Awa et al., 2015)

Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), bahwa yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK) adalah entitas usaha yang mempunyai memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000, tidak

termasuk tanah dan bangunan.

Undang-Undang No. 20 BAB IV Pasal 6 tentang Tahun 2008 mengkategorikan beberapa kriteria, disebut Usaha Kecil adalah entitas yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Sementara itu, yang disebut dengan Usaha Menengah adalah entitas usaha yang memiliki kriteria sebagai berikut: (1) memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan (2) memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Badan Pusat Statistik (BPS) mengkategorikan beberapa kriteria berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki. Adalah industri kecil dengan jumlah tenaga kerja antara lima sampai sembilan orang. Serta industri sedang/menengah apabila memiliki tenaga kerja antara 10 sampai 99 orang. Dalam konteks pengembangan ekonomi rakyat, sektor UKM menjadi titik sentral didalamnya. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM

sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha.

Penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam skala kecil hingga usaha menengah (UKM) sangat penting untuk pengembangan sosial ekonomi suatu perekonomian, terutama di negara berkembang (Rahayu & Day, 2017) (Yunis et al., 2017). UKM merupakan bagian integral dari inovasi dan pertumbuhan dalam ekonomi yang dinamis; demikian UKM memiliki peran penting dalam penciptaan lapangan kerja (Napitupulu et al., 2018).

2.2.2 Adopsi *e-commerce*

E-commerce didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu (Laudon & Traver, 2016). *E-commerce* merupakan kesempatan bagi UKM untuk mereposisi keberadaan mereka di Indonesia ke Pasar internasional dengan memfokuskan strategi mereka pada penggunaan teknologi. Sebagai Hasil Industri Transformasi 4.0, *Internet of Things* dapat digunakan oleh UKM untuk mendukung pasar mereka posisi sementara pasar baru juga ditangkap dengan berinvestasi dalam infrastruktur digital (Pereshybkina et al., 2017).

E-commerce telah menjadi bagian dari bisnis internasional untuk sekitar dua dekade, tetapi belum merambah ke semua wilayah geografis dunia dan ke semua lapisan masyarakat. Ada banyak keuntungan dalam mengadopsi *e-commerce*. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015).

Penggunaan internet bagi perusahaan saat ini sangat diperlukan, setiap perusahaan yang ingin memperluas jangkauan pemasarannya pasti memanfaatkan internet sebagai sarana promosi dan transaksi. Pimpinan organisasi, termasuk UKM, harus mengadopsi dan menggunakan TIK untuk bertahan di era baru ekonomi bisnis (Rahayu & Day, 2017). Pemimpin dari UKM secara bertahap menggunakan perdagangan elektronik berbasis TIK untuk mendapatkan keunggulan kompetitif pasar global (Rahayu & Day, 2017); (Tob-Ogu et al., 2018) (ZAFAR & MUSTAFA, 2017). Internet memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi perusahaan yang ingin mengembangkan bisnis mereka di luar negeri, dengan memungkinkan mereka untuk terlibat dengan perusahaan dan konsumen dari semua bagian dunia (Coviello et al., 2017).

2.2.3 *Dynamic Capabilities*

Dynamic capabilities pertama kali dikembangkan Teece dan Pisano (1994), terkait dengan kemampuan organisasi untuk berkreasi; membentuk kembali; mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan; tetap terdepan dalam lingkungan

kompetitif yang selalu berubah dengan cepat. Dalam pengertian ini, kapabilitas dinamis yang kuat sangat penting bagi perusahaan untuk mempromosikan kelincahan organisasi diperlukan untuk beroperasi dalam lingkungan ketidakpastian, karena ini ketidakpastian adalah faktor yang menentukan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi dan berkreasi perubahan yang menguntungkan pasar konsumen dan tidak menguntungkan bagipesaing (Teece et al., 2016; Nuruzzaman et al., 2018).

Dengan demikian, ketangkasan yang dibutuhkan dan melekat pada metode ini berkontribusi dan memudahkan pencarian dan pengambilan pengetahuan yang relevan, memungkinkan perusahaan untuk menerapkannya dengan cepat pengetahuan untuk mengembangkan solusi berkualitas tinggi atau bereaksi terhadap munculnya pesaing baru (Cegarra-Navarro et al., 2016). Menurut Jantunen et al.,(2018) kemampuan dinamis adalah penting untuk membuat perusahaan maju di pasar persaingan yang ketat. Mengingat peningkatan kemampuan organisasi untuk secara proaktif menanggapi perubahan lingkungan yang tidak terduga, dikembangkan oleh *agility* (Appelbaum et al., 2017).

2.3 Penelitian Terdahulu

Hasil dari beberapa peneliti terdahulu akan digunakan sebagai sumber referensi dan perbandingan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Variabel	Hasil penelitian
1	Eduardsen, (2018)	<p>Variabel Independen : Internasiolanisasi usaha kecil dan menengah (UKM)</p> <p>Variabel Dependen : Penggunaan <i>E-commerce</i></p> <p>Variabel control : 1. Usia perusahaan 2. Ukuran perusahaan</p>	Hasilnya menunjukkan perusahaan yang menggunakan Internet sebagai Sarana untuk memberikan informasi menunjukkan tingkat transaksi internasional yang lebih tinggi, dan berdampak positif pada rasio penjualan luar negeri
2	Alzahrani, (2019)	<p>Variabel Independen : Strategi bisnis</p> <p>Variabel Dependen : Adopsi <i>E-commerce</i></p>	Adopsi e- commerce berdampak positif pada UKM strategi. Banyak peserta yang menegaskan bahwa pengenalan e-commerce di pasar Saudi telah mengubah mereka rencana dan strategi bisnis.
3	Susanty etal., (2020)	<p>Variabel Independen : Peralihan perilaku dari retail fisik beralih ke e-commerce</p> <p>Variabel Dependen : 1. Adopsi E-commerce 2. Efek dorong perilaku pencarian informasi 3. Efek tarik / daya tarik pelanggan membeli</p>	Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dua faktor berpengaruh signifikan terhadap peralihan perilaku UKM batik mulai dari retail toko fisik hingga <i>e-commerce</i> . Faktor pertama adalah keinginan UKM mendukung perilaku pencarian informasi pelanggan mereka, dan faktor kedua adalah persepsi itu mengadopsi e-commerce dapat memberikan nilai tambah bagi para UKM

4	Eikelenboom & de Jong, (2019)	<p>Variabel Independen : Kinerja keberlanjutan UKM</p> <p>Variabel Dependen : 1. Kemampuan dinamis 2. Atribut manajerial</p>	Ditemukan hubungan positif antara kemampuan dinamis integratif eksternal dan ketiga pilar kinerja keberlanjutan di UKM
5	Ferreira & Coelho, (2020)	<p>Variabel Independen : 1. Keunggulan kompetitif 2. Kinerja UKM</p> <p>Variabel Dependen : Kemampuan dinamis</p> <p>Variabel Intervening: Kapabilitas Branding</p>	<p>Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara keunggulan kompetitif dan kinerja UKM terhadap kemampuan dinamis.</p> <p>Kapabilitas branding mampu memediasi pengaruh keunggulan kompetitif dan kinerja UKM dengan kemampuan dinamis.</p>
6	Hermawati & Gunawan, (2020)	<p>Variabel Independen : Kinerja keberlanjutan UKM</p> <p>Variabel Dependen : 1. Inovasi berbasis kemampuan dinamis 2. Pembelajaran dan inovasi di usaha kecil menengah</p>	Kapabilitas dinamis dan inovasi adalah konsep terkait. Dari bukti empiris yang disajikan, terlihat bahwa kapabilitas dinamis adalah prasyarat bagi perusahaan untuk dapat menciptakan inovasi.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis

2.4.1 Pengaruh Adopsi *E-Commerce* terhadap *SME's Performance*

E-commerce (perdagangan elektronik) adalah aktivitas jual beli produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan media internet kegiatan tersebut meliputi penjualan, pembelian, penyebaran, pemasaran produk. Ada banyak keuntungan dalam mengadopsi *e-commerce*. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015).

Theory of Rasoned Action dalam kaitannya dengan adopsi *e-commrce* menjelaskan bahwa dengan niat, baik itu dari pemilik itu sendiri ataupun dorongan dari luar, UKM dapat mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan salah satunya dengan cara mengadopsi *e-commerce* apabila pelaku usaha ingin maju dan bersaing dengan persaingan pasar yang luas maka diperlukan niat untuk mewujudkannya

Hasil Industri Transformasi 4.0, *Internet of Things* dapat digunakan oleh UKM untuk mendukung pasar merekaposisi sementara pasar baru juga ditangkap dengan berinvestasi dalam infrastruktur digital (Pereshybkina et al., 2017). UKM merupakan bagian integral dari inovasi dan pertumbuhan dalam ekonomi yang dinamis; demikian UKM memiliki peran penting dalam penciptaan lapangan kerja (Napitupulu et al., 2018; Niebel, 2015; Zafar & Mustafa, 2017). Dapat disimpulkan bahwa UKM berperan penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara, baik dalam kontribusi PDB suatu negara dan penerimaan lapangan kerja. data yang dihimpun oleh kementrian koperasi Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) pelaku UMKM Indonesia berjumlah 64,2 juta dan 117 juta pekerja yang berkecimpung di dalam UMKM hal ini berdampak terhadap kontibusi PDB sebesar 61,7 %.

Penelitan yang dilakukan oleh Alzahrani (2019) dan Susanty et al., (2020) menjukan bahwa adopsi *e-commerce* mempengaruhi *SME's Performance*. Internet memberikan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi perusahaan yang ingin mengembangkan bisnis mereka di luar negeri, dengan memungkinkan mereka untuk terlibat dengan perusahaan dan konsumen dari semua bagiandunia (Coviello et al., 2017). Dengan demikian hipotesis penelitian ini adalah :

H1 = Adopsi *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap *SME's Performance*

2.4.2 Pengaruh *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*

Kemampuan dinamis adalah "kemampuan perusahaan untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi internal dan kompetensi eksternal ke lingkungan yang berubah dengan cepat " (Teece et al., 2019), Menurut Jantunen et al., (2018) kemampuan dinamis adalah penting untuk membuat perusahaan maju di pasar persaingan yang ketat.

Theory of Rasoned Action menjadi faktor yang penting dikarenakan pelaku usaha tidak akan melakukan suatu perubahan atau adaptasi apabila tidak ada faktor yang mempengaruhinya dan menjadikan faktor tersebut sebagai alasan untuk maju dan berkembang faktor tersebut bisa didapatkan dari diri sendiri dan dari luar , dorongan luar yang membuat pelaku usaha harus beradaptasi dan melakukan inovasi agar bisa bersaing di pasar persaingan yang ketat.

Dalam pengertian ini, kapabilitas dinamis yang kuat sangat penting bagi perusahaan untuk mempromosikan kelincahan organisasi diperlukan untuk beroperasi dalam lingkungan ketidakpastian, karena ini ketidakpastian adalah faktor yang menentukan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi dan berkreasi perubahan yang menguntungkan pasar konsumen dan tidak menguntungkan bagi pesaing (Teece et al., 2016; Nuruzzaman et al., 2018). Dapat disimpulkan bahwa kapabilitas dinamis merupakan jawaban dari UKM yang ingin selangkah lebih maju kedepan, untuk mencapai hal tersebut diperlukan

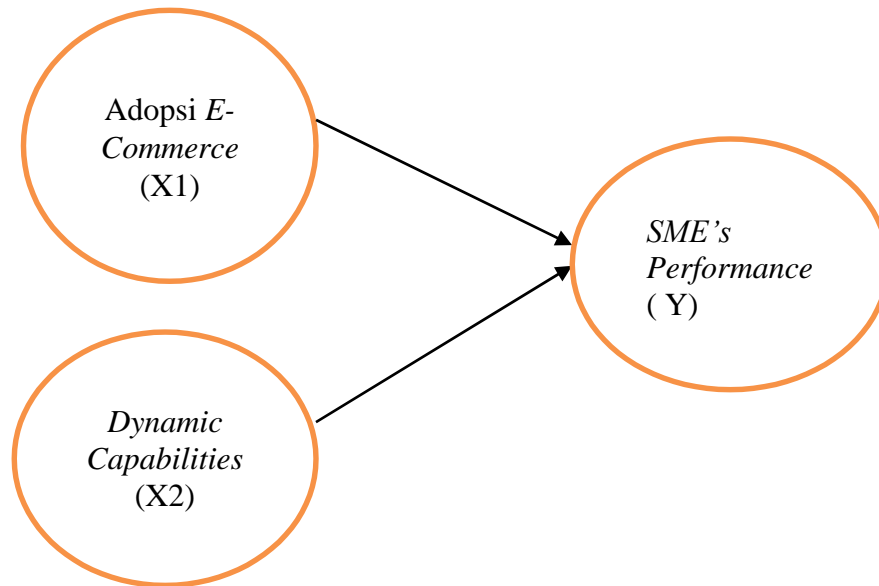
pembaharuan, adaptasi atau mengkonfigurasi ulang sumber daya agar sesuai dengan lingkungan yang berubah dengan cepat.

Penelitian yang dilakukan oleh Eduardsen (2018) dan Hermawati & Gunawan (2020) menunjukkan bahwa *dynamic capabilities* mempengaruhi *SME's Performance*. Dengan demikian, ketangkasan yang dibutuhkan dan melekat pada metode ini berkontribusi dan memudahkan pencarian dan pengambilan pengetahuan yang relevan, memungkinkan perusahaan untuk menerapkannya dengan cepat pengetahuan untuk mengembangkan solusi berkualitas tinggi atau bereaksi terhadap munculnya pesaing baru (Cegarra-Navarro et al., 2016). Dengan demikian hipotesis penelitian ini adalah :

H2 = *Dynamic capabilities* berpengaruh positif terhadap *SME's Performance*

2.4.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan uraian diatas dapat digambarkan pada kerangka penelitian sebagaiberikut :



Gambar 2.1 - Kerangka penelitian

**Pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan *Dynamic Capabilities*
terhadap *SME's Performance***

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori (*Explanatory Research*). Menurut penelitian Sugiyono (2013: 6), penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan posisi variabel yang diteliti dan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya dengan menguji hipotesis yang telah dikemukakan. Penelitian ini menguji beberapa faktor yang diduga mampu mempengaruhi *SME's Perfromance* diantaranya adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities*, pendekatan yang digunakan menggunakan metode kuantitatif, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, responden yang dimaksud adalah pemilik sekaligus pengelola UKM yang ada di kota Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti Untuk dipelajari, lalu disimpulkan. Populasi penelitian Ini adalah UKM di Kota Semarang yang mencakup berbagai bidang mulai dari Industri perdagangan, industri dan jasa sebanyak 17.603 UKM. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu pemilik sekaligus pengelola UKM di Kota Semarang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari keseluruhan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel secara sengaja dan berdasarkan kriteria tertentu yang digunakan oleh peneliti. Peneliti mengambil sampel dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Pemilik sekaligus pengelola UKM yang menjalankan usahanya lebih dari 1 tahun dan masih menjalankan usahanya.
- b. Pemilik sekaligus pengelola UKM yang bertempat di Kota Semarang
- c. Pemilik sekaligus pengelola UKM yang diteliti bergerak di bidang perdagangan.

Untuk menentukan berapa jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini maka digunakan rumus solvin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = jumlah populasi

N = Populasi

e = Tingkat *error* 6%

$$n = \frac{17603}{1 + 17603(6\%)^2}$$

$$n = 273$$

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang telah disebarakan kepada responden yaitu pemilik dan pengelola Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data yaitu kuesioner. Kuesioner adalah jenis pengumpulan data yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab. sedangkan pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada narasumber berasal dari variabel yang ada Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda.

3.5 Variabel dan Indikator

Pada penelitian ini digunakan 3 variabel, yaitu variabel independen *Adopsi E-Commerce* dan *Dynamic Capabilities* dan variabel dependen *SME's Performance*.

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah tipe variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, variabel dependen dalam penelitian ini adalah *SME's Performance*

1. SME's Performance

Esensi kinerja UKM mengacu pada hasil yang dicapai UKM dalam kurun waktu tertentu. Hasil dari pekerjaan ini biasanya terkait dengan tujuan strategis salah satunya untuk mewujudkan kesejahteraan peserta UKM. Menurut Mutegi et al., (2015). Kinerja UKM adalah hasil atau evaluasi kerja perusahaan yang digapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagian kegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaan tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja UKM yaitu :

1. Profitabilitas
2. Pertumbuhan nilai pasar
3. Kepuasan pelanggan
4. Kinerja lingkungan dan kinerja sosial
5. Kepuasan karyawan

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain (variabel dependen), dimana variabel independen dapat berdampak positif atau negatif terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel bebas (bebas) yang digunakan adalah:

1) **Adopsi E-Commerce**

E-commerce didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu (Laudon & Traver, 2016). Ada banyak keuntungan dalam mengadopsi *e-commerce*. *E-commerce* mungkin menyediakan bisnis dengan metode inovatif menggunakan sumber daya yang tersedia dan meningkatkan kinerja dan aspek operasional (Lee et al., 2015). indikator yang digunakan dalam adopsi *e-commerce* yaitu :

1. Aktifitas pemasaran umum
2. Meraih penetrasi internasional
3. Melakukan transaksi B2B
4. Melakukan transaksi B2C

2) **Dynamic Capabilities**

Dynamic capabilities pertama kali dikembangkan Teece dan Pisano (1994), terkait dengan kemampuan organisasi untuk berkreasi; membentuk kembali; mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan; tetap terdepan dalam lingkungan kompetitif yang selalu berubah dengan cepat. Dalam pengertian ini, kapabilitas dinamis yang kuat sangat penting bagi perusahaan untuk mempromosikan kelincahan organisasi diperlukan untuk beroperasi dalam lingkungan ketidakpastian, karena ini ketidakpastian adalah faktor yang menentukan kemampuan perusahaan untuk berinovasi, beradaptasi dan berkreasi perubahan yang menguntungkan pasar

konsumen dan tidak menguntungkan bagi pesaing (Teece et al., 2016)(Nuruzzaman et al., 2018) Indikator yang digunakan dalam *Dynamic Capabilities* yaitu :

1. Budaya, orientasi dan kepemimpinan
2. Pasar, teknologi dan peraturan
3. Merasakan, merebut dan mengubah
4. Mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang yang muncul
5. Integrasi keahlian individu dalam oerorganisasi

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Adopsi <i>E - Commerce</i>	Transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu (Laudon dan Traver, 2017: 8-9)	<ul style="list-style-type: none"> • Aktifitas pemasaran umum • Meraih penetrasi internasional • Melakukan transaksi B2B • Melakukan transaksi B2C 	Likerts 1-5
2	<i>Dynamic Capabilities</i>	Kemampuan organisasi untuk berkreasi; membentuk kembali; mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan; tetap terdepan dalam lingkungan kompetitif yang selalu berubah dengan cepat. (Teece et al., 1994)	<ul style="list-style-type: none"> • Budaya, oriantasi dan kepemimpinan • Pasar, teknologi dan peraturan • Mearsakan, merebut dan mengubah • Mengidentifikasi dan mengeksplorasi peluang yang muncul • Integrasi keahlian individu dalam oerorganisasi 	Likerts 1-5

3	<i>SME's Performance</i>	Tingkat target dicapai oleh yang dicapaiseorang organisasi(sloma, 1980) hasil atau evaluasikerja perusahaan yangdigapai oleh seseorang atau kelompok dengan pembagiankegiatan berupa tugas dan perannya pada periode tertentu dengan standar dari perusahaantersebut (Mutegi et al., 2015)	<ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • Pertumbuhan • Nilai pasar • Kepuasa n pelanggan • Kinerja lingkungan dan kinerjasosial • Kepuasan karyawan 	Likerts 1-5
---	--------------------------	--	--	--------------------

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor adopsi *e-commerce* dan *Dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*. Alat pengujian SPSS (Produk Statistik dan Solusi Layanan) digunakan dalam penelitian ini. SPSS merupakan aplikasi untuk mengolah, menganalisis dan menginterpretasikan data dengan menggunakan menu deskriptif dan kotak dialog sederhana, sehingga mudah untuk memahami cara pengoperasiannya.

3.6.1 Uji Kualitas Data

Pengujian kualitas data bertujuan untuk menguji keakuratan atau kelayakan variabel penelitian. Jika data valid dan reliabel pada saat pengujian, variabel tersebut dianggap layak digunakan. Dalam penelitian ini pengujian kualitas data menggunakan dua pengujian yaitu:

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur telah memenuhi fungsi pengukurannya. validitas menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam fungsi ukurnya. Untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari pengguna instrumen yang diuji validitas menggunakan koefisien produk momen

Uji validitas digunakan menguji keakuratan kuesioner dengan membandingkan r hitung (product moment) dengan r tabel (tabel product moment dengan signifikansi 5%) untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel penelitian sebanyak n responden yang memiliki r hitung untuk menilai $df = n-2$, dan suatu kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2013).

3.6.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel (Ghozali,2016:47). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat diukur dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha $>$ 0,50(Ghozali, 2016:47).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Persamaan regresi diatas harus bersifat BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), artinya pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t tidak boleh bias. Untuk menghasilkan keputusan yang BLUE maka harus dipenuhi diantaranya tiga asumsi dasar. Tiga asumsi dasar yang tidak boleh dilanggar oleh regresi linear berganda yaitu :

1. Tidak boleh ada autokorelasi
2. Tidak boleh ada multikolinieritas
3. Tidak boleh ada heteroskedasitas

Apabila salah satu dari ketiga asumsi dasar tersebut dilanggar, maka persamaan regresi yang diperoleh tidak lagi bersifat BLUE (*Best Linear Unbised Estimator*), sehingga pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t menjadi bias.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Ghozali (2016), uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendekati normal atau tidaknya suatu model regresi dapat diketahui melalui tabel *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai $Asymp.sig > 0,05$.

3.6.2.2 Uji Multikolenieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016) Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Variabel independen yang saling berkorelasi disebut sebagai variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastitas

Heteroskedastisitas adalah terjadinya ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui dan menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Alat yang digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser yaitu suatu keadaan dimana nilai probabilitas signifikansi yang diperoleh $> 0,05$ (tingkat signifikansi yang digunakan) maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara variabel dependen dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda juga digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dan variabel independen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen "*dynamic capabilities*" dan "adopsi *E-commerce* " terhadap variabel dependen *SME's Performance*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = *SME's performance*

X_1 = *Adopsi E-commerce*

X_2 = *Dynamic capabilities*

α = *Konstanta*

β_1 = *Koefesien regresi dari variabel e-commerce*

β_2 = *Koefesien regresi dari variabel dynamic capabilities*

e = *Error term*

3.6.3.1 Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda yang diperoleh dalam penelitian sesuai untuk pengujian hipotesis. Berikut merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui kelayakan model :

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan dilakukan untuk mengetahui secara signifikan pengaruh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Bentuk pengujian hipotesis:

Hipotesis nol (H_0) : $b_1=b_2=b_3=0$, dapat diartikan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatif (H_A) : $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

- a. H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $Sig F \geq \alpha$
- b. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $Sig F < \alpha$

2. Uji Koefisien Determinan

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Jika nilai adjusted R^2 nol, maka variabel independen dianggap tidak dapat memberikan penjelasan untuk variabel dependen, atau jika nilai R^2 yang disesuaikan kecil, bisa dikatakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

3.6.3.2 Uji Hipotesis

Pengujian penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan regresi berganda. Analisis regresi berganda untuk mengetahui bagaimana variabel dependen berhubungan dengan dua atau lebih variabel independen (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis pengaruh Adopsi *E-Commerce* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *SME's Performance*. Peneliti ini menguji dua hipotesis yaitu pengaruh adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*

1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji statistik-t dikenal juga dengan uji parsial (individu), uji ini digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0 : b_i = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antarvariabel independen terhadap variabel dependen.

$H_a : b_i \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

- a. H_0 diterima jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{Sig } F \geq \alpha$
- b. H_a diterima jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ atau $\text{Sig } F < \alpha$

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Diatribusi Obyek Penelitian

4.1.1 Distribusi Penyebaran Kuesioner

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil Menengah di Kota Semarang yang terdaftar di website UKM Kota Semarang. Dari data yang disebar sebanyak 300 kuesioner, kuesioner yang kembali dan diproses sebanyak 288 kuesioner. Secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Kuisitioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	300 Kuesioner
Kuesioner tidak lengkap	12 Kuesioner
Kuesioner yang digunakan	288 Kuesioner
Respon rate	96 %

Sumber : output SPSS lampiran 4

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Identitas dari 288 responden dapat dikelompokkan menurut : jenis produk yang dihasilkan, jumlah karyawan, dan umur perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Jenis Produk yang dihasilkan

No	Jenis Produk Dihasilkan	Frekuensi	Presentase
1	Makanan dan minuman	143	49,65
2	Kerajinan	39	13,54
3	Fashion	42	14,58
4	Jasa	36	12,50
5	Lain-Lain	28	9,72
	Jumlah	288	100

Sumber : output SPSS lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden dengan jenis usaha makanan dan minuman sebanyak 143 responden atau 49,65 %, jenis usaha kerajinan sebanyak 39 responden atau 13,54 % jenis usaha fashion sebanyak 42 reponden atau 14,58 % ,jenis usaha jasa sebanyak 36 responden atau 12,50% dan jenis usaha lain-lain sebanyak 28 atau 9,72 %. Data tersebut mengindikasikan bahwa responden terbanyak adalah jenis usaha makanan dan minuman

4.1.2.1 Distribusi Umur Perusahaan

Penelitian yang dilakukan kepada UKM di Semarang memiliki umur perusahaan yang berbeda-beda. Adapun hal tersebut secara rinci ditunjukkan oleh tabel 4.3.

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan

Usia	Frekuensi	Persentase
1-2 Tahun	91	31,6%
3-6 Tahun	108	37,5%
6-10 Tahun	44	15,3%
> 10 Tahun	45	15,6%
Jumlah Responden	288	100%

Sumber: *output SPSS lampiran 4*

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, usia perusahaan didominasi oleh usia 3-6 tahun dengan jumlah 108 orang (37,5%) kemudian usia 1-2 Tahun dengan jumlah 91

orang (31,6%), selanjutnya disusul perusahaan dengan usia > 10 Tahun berjumlah 45 orang (15,6%) dan usia 6-10 Tahun berjumlah 44 orang (15,3%).

4.1.2.2 Distribusi Jumlah Karyawan

Penelitian yang dilakukan kepada UKM di Semarang memiliki jumlah karyawan yang beragam. Adapun hal tersebut secara rinci ditunjukkan oleh tabel 4.4.

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase
2-5 orang	247	85,8%
6-10 orang	30	10,4%
10-30 orang	6	2,1%
30-99 orang	2	0,7%
> 100 orang	3	1,0%
Total	288	100%

Sumber: *output SPSS lampiran 4*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, UKM di Semarang yang menjadi objek penelitian ini didominasi oleh rentang jumlah karyawan 2-5 orang dengan jumlah 247 orang (85,8%) kemudian rentang 6-10 orang dengan jumlah 30 orang (10,4%), selanjutnya disusul perusahaan dengan rentang jumlah karyawan 10-30 orang sebanyak 6 orang (2,1%), dan rentang jumlah 30-99 orang sebanyak 2 orang (0,7%) dan rentang jumlah > 100 orang sebanyak 3 orang (1,0%).

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1 Tanggapan Responden

1. Adopsi *E-commerce*

Tanggapan responden tentang variabel adopsi *e-commerce* dalam penelitian inidi ukur dengan 5 indikator, sebagai berikut :

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Adopsi *E-commerce*

indikator	Jawaban Responden										Total Responden	Skor
	STS		TS		N		S		SS			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
X11	1	1	4	8	45	135	137	548	101	505	288	4,16
X12	3	3	7	14	59	177	124	496	95	475	288	4,05
X13	2	2	10	20	66	198	130	520	80	400	288	3,96
X14	3	3	8	16	50	150	144	576	83	415	288	4,03
X15	3	3	5	10	71	213	112	448	97	485	288	4,02

Sumber : *output SPSS lampiran 5*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat dikatakan bahwa jawaban responden dengan skor tertinggi adalah indikator *E-Commerce* membantu perusahaan saya untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, dengan skor 4,16. Hal ini menandakan bahwa *e-commerce* sangat membantu UKM dalam meningkatkan kinerjanya. Hasil jawaban responden yang paling rendah adalah *E- Commerce* mempermudah akses ke pasarinternasional, dengan skor 3,96 hal ini disebabkan persaingan pasar internasional yang ketat menyebabkan UKM sulit menembus pasar internasional.

2. *Dynamic Capabilities*

Tanggapan responden tentang variabel adopsi *e-commerce* dalam penelitian ini diukur dengan 5 indikator, sebagai berikut :

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel *Dynamic Capabilities*

indikator	Jawaban Responden										Total Responden	Skor
	STS		TS		N		S		SS			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
X21	5	5	14	28	46	138	110	440	113	565	288	4,08
X22	6	6	12	24	41	123	107	428	122	610	288	4,14
X23	10	10	21	42	55	165	97	388	105	525	288	3,92
X24	7	7	13	26	54	162	106	424	108	540	288	4,02
X25	8	8	19	38	44	132	114	456	103	515	288	3,99

Sumber : *output SPSS lampiran 5*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dikatakan bahwa jawaban responden dengan skor tertinggi adalah indikator Perusahaan saya memiliki pasar, teknologi, dan regulasi yang tepat, dengan skor 4,14. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan teknologi, penentuan pasar dan regulasi yang tepat maka UKM dapat meningkatkan kinerjanya. Hasil jawaban responden yang paling rendah adalah Perusahaan saya mampu merasakan, merebut, dan mentransformasikan setiap peluang yang ada, dengan skor 3,92. Hal ini mengidentifikasikan bahwa UKM belum bisa merasakan dan mentransformasikan setiap peluang yang ada dan berimbas pada kinerja UKM yang lambat.

3. *SME's Performance*

Tanggapan responden tentang variabel adopsi *e-commerce* dalam penelitian ini di ukur dengan 6 indikator, sebagai berikut :

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel *SME's Performance*

indikator	Jawaban responden										Total Responden	Skor
	STS		TS		N		S		SS			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Y11	1	1	4	8	44	132	156	624	83	415	288	4,10
Y12	0	0	8	16	51	153	142	568	87	435	288	4,07
Y13	0	0	3	6	47	141	142	568	96	480	288	4,15
Y14	1	1	2	4	19	57	151	604	115	575	288	4,31
Y15	1	1	1	2	21	63	146	584	119	595	288	4,32
Y16	0	0	3	6	32	96	137	548	116	580	288	4,27

Sumber : output SPSS lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dikatakan bahwa jawaban responden dengan skor tertinggi adalah Perusahaan saya memiliki kinerja lingkungan dan kinerja social yang baik, dengan skor 4,32. Hal ini mengidentifikasikan bahwa faktor lingkungan dan sosial sangat mempengaruhi ingkat kerja UKM. Hasil jawaban responden yang paling rendah adalah Perusahaan saya memiliki tingkat pertumbuhan yang baik dengan skor 4,07 hal ini bisa disebabkan dengan beberapa faktor seperti lingkungan, social, dan pandemi yang berimbas pada tingkat pertumbuhan yang rendah.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data

4.3.1.1 Hasil Uji Validitas

Tingkat ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur dan mengungkapkan dapat diketahui melalui uji validitas data. Alat ukur dapat dikatakan tepat untuk

mengukur sebuah data dikatakan tepat apabila instrument data memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, apabila data memiliki validitas yang rendah, menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan bisa dikatakan tidak tepat atau kurang relevan dengan data yang akan diteliti.

Uji validitas dalam penelitian ini dihitung menggunakan analisis nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dengan rumus $df = n-2$, dengan demikian maka $df = 286 (288-2)$. Indikator penentu data dinyatakan valid apabila r_{hitung} yang dihasilkan lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Berdasarkan tabel r product moment diperoleh nilai r tabel sebesar 0,138.

Berikut adalah hasil uji validitas pada penelitian ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Kesimpulan
X11	0,776	0,138	0,000	Valid
X12	0,796	0,138	0,000	Valid
X13	0,816	0,138	0,000	Valid
X14	0,796	0,138	0,000	Valid
X15	0,732	0,138	0,000	Valid
X21	0,848	0,138	0,000	Valid
X22	0,916	0,138	0,000	Valid
X23	0,879	0,138	0,000	Valid
X24	0,887	0,138	0,000	Valid
X25	0,865	0,138	0,000	Valid
Y11	0,753	0,138	0,000	Valid
Y12	0,830	0,138	0,000	Valid
Y13	0,886	0,138	0,000	Valid

Y14	0,839	0,138	0,000	Valid
Y15	0,829	0,138	0,000	Valid
Y16	0,817	0,138	0,000	Valid

Sumber : *output SPSS lampiran 6*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas diatas menunjukkan nilai untuk setiap r_{hitung} variabel *E-Commerce Adaption (X1)*, *Dynamic Capabilities (X2)*, *SME's Performance (Y)* lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan seluruh indikator pada variabel *E-Commerce Adaption (X1)*, *Dynamic Capabilities (X2)*, *SME's Performance (Y)* dinyatakan valid.

4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Ketepatan dan konsistensi ukuran instrument data yang digunakan diukur melalui uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha* untuk menguji reliabilitas instrumen data. Instrument data dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70. Berikut adalah hasil uji reliabilitas data:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

No	Indikator	Nilai r Alpha	Keterangan
1	Adopsi E-commerce	0,841	Reliabel
2	Dynamic Capabilities	0,926	Reliabel
3	SME's Performance	0,906	Reliabel

Sumber : *output SPSS lampiran 6*

Tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai masing-masing variabel antara adopsi *e-commerce*, *dynamic capabilities* dan *SME's Performance* diperoleh $\alpha > 0,70$ sehingga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data yang digunakan dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorv Smirnov* dengan kriteria signifikansi di atas 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

Uji	Sig.	Alpha	Kesimpulan
<i>Kolmogorov Smirnov</i>	0,200	0,05	Terdistribusi Normal

Sumber : *output SPSS lampiran 6*

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai sig. pada uji *Kolmogorov Smirnov* yaitu sebesar $0,200 > 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa **Ho diterima** dimana data yang akan digunakan pada model regresi memenuhi asumsi distribusi normalitas.

4.3.2.2 Hasil Uji Multikolenieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel di model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan VIF (*Variance Inflation Faktor*). Jika nilai tolerance >0.10 dan nilai VIF < 10 , maka data bebas dari gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11**Hasil Uji Multikolenieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
<i>Adopsi E-Commerce</i>	0,693	1,442	Tidak Ada Multikolinearitas
<i>Dynamic capabilities</i>	0,693	1,442	Tidak Ada Multikolinearitas

Sumber : output SPSS lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan semua variabel independen (*Adopsi E-Commerce* dan *Dynamic Capabilities*) memiliki nilai VIF < 10. Berdasarkan nilai *Tolerance* kedua indikator tersebut menunjukkan angka > 0,01. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser* yaitu dengan melihat nilai sig. pada tiap variabel. Apabila nilai sig. > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12**Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Alpha	Kesimpulan
<i>Adopsi E-Commerce</i>	0,331	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas
<i>Dynamic capabilities</i>	0,071	0,05	Tidak Ada Heteroskedastisitas

Sumber : output SPSS lampiran 6

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa nilai sig. untuk uji heteroskedastisitas pada tiap variabel mempunyai nilai $> 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4.3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan linier anataradua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = *SME's performance*

X_1 = *Adops E-commerce*

X_2 = *Dynamic capabilities*

α = *Konstanta*

β_1 = *Koefesien regresi dari variabel e-commerce*

β_2 = *Koefesien regresi dari variabel dynamic capabilities*

e = *Error term*

Tabel 4.13

Hasil Persamaan Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1. (Constant)	9.982	.970	10.296	.000
Adopsi <i>e-commerce</i>	.660	.056	11.881	.000
<i>Dynamic capabilities</i>	.094	.041	2.281	.023

a. Dependent Variable: *SME's Performance*Sumber : *output SPSS lampiran 7*

Penjelasan dari masing-masing model regresi adalah :

Berdasarkan perhitungan regresi antara Adopsi *E-commerce* dan *Dynamic Capabilities* terhadap *SME's Performance*, dengan dibantu program SPSS (Tabel 4.13), maka persamaan regresi model 1 adalah :

$$Y = 9,982 + 0,660 X1 + 0,094 X2 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 9,982 bernilai positif, dapat diartikan bahwa apabila adopsi *E-Commerce* dan *dynamic capabilities* konstan atau tetap, maka *SME'S Performance* bernilai positif.
- b. b1 (nilai koefisien regresi X1) bernilai positif sebesar 0,660, dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu satuan adopsi *e-commerce* maka akan meningkatkan *SME'S Performance*.
- c. b2 (nilai koefisien regresi X2) bernilai positif sebesar 0,094, dan nilai

signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$ mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu satuan *dynamic capabilities* maka akan meningkatkan *SME'S Performance*.

4.3.3.1 Hasil Uji Kelayakan Model

1. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terkait (dependen) digunakan pengujian dengan uji F. Hasil dari uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Uji Statistik F

F hitung	P-Value	Keterangan
127,20	0,000	Model Fit

Sumber : output SPSS lampiran 7

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai signifikan F pada model regresi sebesar $\alpha = 0,000 < 0,05$, sehingga model regresi dalam penelitian ini adalah fit/layak guna penelitian.

2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi total seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, untuk menganalisis nilai R^2 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 15

**Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.468	2.537

a. Predictors: (Constant), *dynamic capabilities*, adopsi *e-commerce*

Sumber : *output SPSS lampiran 7*

Berdasarkan tabel 4.15 koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,468 atau 46,8% ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam hal ini adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* berpengaruh sebesar 46,8% terhadap *SME's Performance* sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

4.3.3.2 Hasil Uji Hipotesis

1 Hasil Uji signifikansi t (Uji parsial)

Uji hipotesis secara parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah Variabel independen yaitu adopsi *e-commerce* (X1), *dynamic capabilities* (X2), secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen yakni *SME's Performance* (Y) yang dilakukan dengan uji statistik t. Uji t juga akan menunjukkan apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% dan tingkat kesalahan 5% dengan pengujian 1 arah sehingga tingkat signifikansi yang di pakai 5% atau 0,05, derajat kebebasan (degree of freedom) adalah (n-k) atau

(288-2=286).

Pengujian uji parsial atau uji t dengan membandingkan t statistic dengan t tabel yang harus memenuhi asumsi :

$H_0 : \beta_i = 0$, tidak ada pengaruh variabel bebas (X_i) dengan variabel terikat $H_a : \beta_i \neq 0$,

terdapat pengaruh variabel bebas (X_i) dengan variabel terikat

Tabel 4. 17

Hasil Uji Signifikansi t

Variabel bebas	t hitung	P-Value	Keterangan
<i>Adopsi E-commerce</i>	11,881	0,000	H1 diterima
<i>Dynamic Capabilities</i>	2,281	0,023	H2 diterima

Sumber : *output SPSS lampiran 7*

a. Pengujian hipotesis 1 : Pengaruh *Adopsi E-commerce terhadap SME's Performance*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang searah antara adopsi *e-commerce* terhadap *SME's Performance*. Hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} bernilai positif sebesar 11,881 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05. Sehingga **H1 diterima**, yang berarti bahwa model regresi yang digunakan sudah tepat atau fit, yaitu adopsi *e-commerce* (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance*.

b. Pengujian hipotesis 2 : Pengaruh *Dynamic Capability* terhadap *SME's Performance*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi menunjukkan nilai positif, hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang searah antara *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*. Hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} bernilai positif sebesar 2,281 dan nilai signifikansi sebesar 0,023 dimana nilai tersebut kurang dari 0,05.

Sehingga **H2 diterima**, yang berarti bahwa model regresi yang digunakan sudah tepat atau fit, yaitu *dynamic capabilities* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance*.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan penelitian diatas ditemukan bukti empiris dari pengaruh adopsi *e-commerce* dan *dynamic capabilities* terhadap *SME's Performance*. Berikut adalah pembahasan dari hasil penelitian di atas yaitu :

4.4.1 Pengaruh Adopsi *E-commerce* terhadap *SME's Performance*

Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap *SME's Performance* di Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *SME's Performance* maka UKM harus mengadopsi *e-commerce*. *E-commerce* memiliki cakupan pasar yang luas dan bebas. Sebagai contoh UKM Semarang dapat menjualkan produknya ke seluruh Indonesia maupun ke luar negeri. Luasnyacakupan pasar membuat pelaku UKM dapat menjangkau pelanggan yang sangat jauh dan

mempermudah pertukaran informasi, tidak hanya itu *e-commerce* juga mendukung berbagai sistem transaksi, dan berbagai fitur yang menarik seperti gratis ongkir dan sebagainya.

Hasil tersebut mendukung teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dapat diartikan sebagai niat pelaku usaha yang mau beradaptasi dengan perkembangan jaman dengan cara mengadopsi teknologi, pengadopsian teknologi dapat memperoleh beberapa keuntungan diantara meningkatkan penjualan dan transaksi lebih mudah dan efektif.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian dari Alzahrani (2019) menyatakan bahwa Adopsi *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *SME's performance*. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Susanty et al., (2020) juga menyebutkan bahwa adopsi *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap *SME's Performance*. Oleh karena itu, guna mengoptimalkan dan memaksimalkan *SME's Performance* sangat perlu ditingkatkan antusias dan keterlibatan UKM dalam mengadopsi *E-Commerce* sehingga dapat memaksimalkan *SME's Performance* baik melalui kualitas dan kecepatan layanan, efisiensi biaya, serta memfasilitasi akses informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Berbeda dengan penelitian Suyanto & Purwanti, (2020) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap *SME's Performance*.

4.4.2 Pengaruh *Dynamic Capabilities* terhadap *SME's Performance*

Dynamic capabilities berpengaruh positif signifikan terhadap *SME's Performance* di Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan *SME's Performance* maka UKM harus mengadopsi *Dynamic capabilities*. *Dynamic capabilities* merupakan salah satu jawaban pelaku UKM mampu bersaing di pasar global yang sangat ketat. *Dynamic capabilities* merupakan strategi yang dapat membantu mengubah dan mengeksplorasi sumberdaya perusahaan, dengan tujuan meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.

Hasil tersebut mendukung teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang dapat diartikan sebagai niat seseorang atau dorongan dari pihak luar agar mencapai tujuan tertentu yaitu mencapai keunggulan yang kompetitif. Niat dan tuntutan luar menjadi salah satu langkah dorongan bagi pelaku usaha untuk berubah menjadi unggul dan mampu bersaing kedalam persaingan pasar global yang ketat.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian dari Eikelenboom & de Jong, (2019) menyatakan bahwa *dynamic capabilities* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's performance*, hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hermawati & Gunawan, (2020) yang menyatakan bahwa *dynamic capabilities* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *SME's performance*. Berbeda dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ferreira & Coelho, (2020) yang menyatakan bahwa *dynamic capabilities* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *SME's performance*.

Temuan atas penelitian ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat integrasi kinerja pada pemilik UKM di Semarang berpotensi meningkatkan kemampuan UKM untuk bergerak maju dan melakukan perubahan penting yang dibuktikan adanya pemilik UKM yang ingin berubah dan menunjukkan pemikiran yang kreatif dan unggul dalam persaingan pasar global.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijabarkan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Adopsi *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap *SME's Performance* di Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa jika UKM mengadopsi *e-commerce* maka semakin tinggi pula kinerja UKM tersebut. *E-commerce* memiliki cakupan pasar yang luas dan bebas. Sebagai contoh UKM Semarang dapat menjualkan produknya ke seluruh Indonesia maupun ke luar negeri.
- b. *Dynamic capabilities* berpengaruh positif signifikan terhadap *SME's Performance* di Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa UKM kemampuan *Dynamic capabilities* maka akan meningkat pula *SME's Performance*. *Dynamic capabilities* merupakan strategi yang dapat membantu mengubah dan mengeksplorasi sumberdaya perusahaan, dengan tujuan meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibahas diatas, maka terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Aspek Teoritis

Melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk penelitian selanjutnya dan menambah pengetahuan dibidang ekonomi kreatif dan digital. Memberikan kontribusi ilmiah padakajian bisnis di masyarakat. Dan diharapkan dari hasil penelitian ini mampu menyediakan referensi baru dengan tujuan meningkatkan kinerja keuangan UKM.

2. Aspek praktis

- UKM

Memberikan wacana alternatif bagi pelaku UKM dalam membangun dan mengelola usahanya dengan maksud agar meningkatkan *SME's Performance* itu sendiri untuk memaksimalkan usaha yang dilakukannya dengan menrapkan digitalisasi.

- Masyarakat

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi berupa analisis yang bermanfaat yang nantinya berguna bagi masyarkat sebagai konsumen. Dan juga dapat menambah wawasan bagi masyarakat tentang pentingnya digitalaisasi yang betujuan peningkatan kemampuan perusahaan sakala UKM.

- Regulator

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan yang berguna sebagai pertimbangan merancang kebijakan dan regulasi yang mengenai peningkatan kemampuan UKM ataupun peningkatan operasional UKM.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang diharapkan dapat melengkapi dan menyempurnakan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan mengembangkan hal sebagai berikut :

1. Kemampuan variabel *adopsi e – commerce* dan *dynamic capabilities* dalam menjelaskan *SME's Performance* sebesar 46,8%
2. Adanya keterbatasan pandemi peneliti dalam pengumpulan data adalah pengumpulan data menggunakan kuesioner hanya melalui *google form* saja tanpa didampingi dengan alat pendukung lain seperti wawancara, terkadang jawaban yang diberikan tidak menjelaskan keadaan sesungguhnya
3. Terbatasnya gerak akibat pandemi membuat banyak responden yang menolak untuk tatap muka.

5.4 Agenda Penelitian mendatang

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan kesimpulan di atas maka dapat diberikan kesimpulan bagi agenda penelitian mendatang sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan *sme's performance* seperti *Cloud Service* dan *Digital Humanities and Collaboration* sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi *SME's performance*
2. Menerapkan metode wawancara (jika masa pandemi sudah berlalu) agar data yang dihasilkan mendapatkan jawaban yang sesungguhnya dan dapat dipertanggung jawabkan

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. *Action Control*, 11–39. https://doi.org/10.1007/978-3-642-69746-3_2
- 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/reps-10-2018-013>
- Appelbaum, S. H., Calla, R., Desautels, D., & Hasan, L. N. (2017). The challenges of organizational agility: part 2. *Industrial and Commercial Training*, 49(2), 69–74. <https://doi.org/10.1108/ICT-05-2016-0028>
- Awa, H. O., Baridam, D. M., & Nwibere, B. M. (2015). Demographic determinants of electronic commerce (EC) adoption by SMEs. *Journal of Enterprise Information Management*, 28(3), 326. <http://search.proquest.com/docview/1664418723?accountid=49672>
- Bidin, Z., Deraman, M. J., & Othman, M. Z. (2016). *the Relationships Among Attitude, Subjective Norm and. December*, 1–7.
- Cegarra-Navarro, J. G., Soto-Acosta, P., & Wensley, A. K. P. (2016). Structured knowledge processes and firm performance: The role of organizational agility. *Journal of Business Research*, 69(5), 1544–1549. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.014>
- Coviello, N., Kano, L., & Liesch, P. W. (2017). Adapting the Uppsala model to a modern world: Macro-context and microfoundations. *Journal of International Business Studies*, 48(9), 1151–1164. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0120-x>
- Eduardsen, J. (2018). Internationalisation through digitalisation: The impact of e-commerce usage on internationalisation in small-and medium-sized firms. *Progress in International Business Research*, 13, 159–186. <https://doi.org/10.1108/S1745-886220180000013008>
- Effendi, I., Ginting, P., Lubis, A. N., & Fachruddin, K. A. (2015). Analysis of Consumer Behavior of Organic Food in North Sumatra Province, Indonesia. *Journal of Business and Management*, 4(1), 44–58. <https://doi.org/10.12735/jbm.v4i1p44>
- Eikelenboom, M., & de Jong, G. (2019). The impact of dynamic capabilities on the sustainability performance of SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 235, 1360–1370. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.07.013>
- Ferreira, J., & Coelho, A. (2020). Dynamic capabilities, innovation and branding capabilities and their impact on competitive advantage and SME's performance in Portugal: the moderating effects of entrepreneurial orientation. *International Journal of Innovation Science*, 12(3), 255–286. <https://doi.org/10.1108/IJIS-10-2018-0108>
- Ghozali. (2016). *Daftar pustaka*. 3(April), 2010–2014.
- Hermawati, A., & Gunawan, E. (2020). The implementation of dynamic capabilities for small and medium-sized enterprises in creating innovation. *VINE Journal of*

Information and Knowledge Management Systems.
<https://doi.org/10.1108/VJKMS-08-2019-0121>

- Hernández-Linares, R., Kellermanns, F. W., & López-Fernández, M. C. (2018). Dynamic Capabilities and SME Performance: The Moderating Effect of Market Orientation. *Journal of Small Business Management*, 00, 1–26. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12474>
- Hsu, C. L., & Lin, J. C. C. (2015). What drives purchase intention for paid mobile apps?-An expectation confirmation model with perceived value. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(1), 46–57. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2014.11.003>
- Jantunen, A., Tarkiainen, A., Chari, S., & Oghazi, P. (2018). Dynamic capabilities, operational changes, and performance outcomes in the media industry. *Journal of Business Research*, 89(June 2017), 251–257. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.037>
- Lee, C.-Y., Lee, T.-R., & Kao, C.-K. (2015). Study on the Adaptation of Corporate Business Strategy to Practice. *Advances in Management & Applied Economics*, 5(6), 25–43.
- Mutegi, H., Njeru, P., & Ongesa, N. (2015). *Financial literacy and its impact on loan repayment by small and medium entrepreneurs.*
- Napitupulu, D., Syafrullah, M., Rahim, R., Abdullah, D., & Setiawan, M. I. (2018). Analysis of user readiness toward ICT usage at small medium enterprise in south tangerang. *Journal of Physics: Conference Series*, 1007(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1007/1/012042>
- Niebel, T. (2015). ICT and Economic Growth Comparing Developing, Emerging and Developed Countries. *SSRN Electronic Journal*, 14. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2560771>
- Niebel, T. (2018). ICT and economic growth – Comparing developing, emerging and developed countries. *World Development*, 104, 197–211. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.11.024>
- Nuruzzaman, N., Singh, D., & Pattnaik, C. (2018). Competing to be innovative: Foreign competition and imitative innovation of emerging economy firms. *International Business Review*, March. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.03.005>
- Pavlou, P. A., & El Sawy, O. A. (2011). Understanding the Elusive Black Box of Dynamic Capabilities. *Decision Sciences*, 42(1), 239–273. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2010.00287.x>
- Pereshybkina, A., Eugenia, M., Conde, C., & Kirner, E. (2017). How will the industry 4.0 transformations affect SMEs in Germany by 2030? *Hochschule Furtwangen University*, July, 1–72.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Susanty, A., Handoko, A., & Puspitasari, N. B. (2020). Push-pull-mooring

framework for e-commerce adoption in small and medium enterprises. *Journal of Enterprise Information Management*, 33(2), 381–406. <https://doi.org/10.1108/JEIM-08-2019-0227>.

- Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya SaingUMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>
- Teece, D. J., Peteratd, M., & Leih, S. (2016). Dynamic capabilities and organizationalagility. *California Management Review*, 58(4), 13–35.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (2009). Dynamic capabilities and strategic management. *Knowledge and Strategy*, 18(March), 77–116. <https://doi.org/10.1093/0199248540.003.0013>
- Tob-Ogu, A., Kumar, N., & Cullen, J. (2018). ICT adoption in road freight transport in Nigeria – A case study of the petroleum downstream sector. *Technological Forecasting and Social Change*, 131(November 2016), 240– 252. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.021>
- Torres, P. M., Lisboa, J. V., & Yasin, M. M. (2014). E-commerce strategies and corporate performance: an empirical investigation. *Competitiveness Review*, 24(5), 463–481. <https://doi.org/10.1108/CR-06-2013-0064>
- Yunis, M., El-Kassar, A.-N., & Tarhini, A. (2017). Impact of ICT-based innovations on organizational performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 30(1), 122–141. <https://doi.org/10.1108/jeim-01-2016-0040>
- Zafa, A., & Mustafa, S. (2017). SMEs and its Role in Economic and Socio-Economic Development of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 7(4). <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v7-i4/3484>

LAMPIRAN I INSTRUMEN PENELITIAN



YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Raya Kaligawe Km. 4 PO. Box. 1054/SM SEMARANG 50112 Telp. 6583584 (8 sal) Fax 6582455



Assalamu'alaikum wr. wb.

Kami segenap tim peneliti dari Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang sedang melakukan penelitian mengenai "Kinerja UKM di Semarang". Meminta bantuan kepada Bapak/Ibu pemilik UKM untuk meluangkan waktu sebentar untuk mengisi kuesioner yang telah kami berikan

Saat ini perkembangan zaman di dunia telah berubah secara pesat. Hal tersebut ditandai dengan penggunaan mesin-mesin digital yang otomatis terintegrasi jaringan internet (internet of things) sehingga efektif dalam mempermudah pekerjaan terutama dibidang ekonomi, maka dari itu masing-masing pelaku usaha bersaing untuk meningkatkan daya saing seiring perubahan waktu. Hal ini menjadi daya saing seiring perubahan waktu. Hal ini menjadi perhatian bagi pelaku industri yang harus mengkonfigurasi ulang strategi untuk meningkatkan kinerja UKM. Survey ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara UKM untuk meningkatkan kinerjanya dalam menghadapi era digitalisasi pada saat di tengah pandemi.

Oleh karena itu, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu sebagai pemilik UKM untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan jujur. Atas kerjasama dan partisipasi Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum wr wb

Semarang, 19 Maret 2021

Sandhi Umaritantra
Peneliti

LAMPIRAN 2 IDENTITAS RESPONDEN

Gambaran Perusahaan

Nama Pemilik :

Nama Usaha/ Bisnis :

Nomor Telepon :

Produk yang dihasilkan : 2- 5 6-10 10-30 30- 99 >100

Umur Perusahaan : 1-2 3-6 6-10 >10

Pertanyaan Untuk Responden

Berikut ini adalah pertanyaan mengenai kondisi UKM Bapak/Ibu. Dalam pernyataan ini, tidak ada pernyataan benar atau salah. Bapak/Ibu dimohon untuk memberikan jawaban dengan memilih salah satu kriteria yang sesuai dengan kondisi UKM yang sedang digeluti

1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

KUISEONER

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

No	Pertanyaan	Jawaban				
<i>Adopsi E – Commerce</i>						
Keputusan yang dibuat oleh perusahaan menggunakan aplikasi untuk mendukung kegiatan operasional, intra-firm dan inter-firm, dan inter-firm interaction, management dan proses pengambilan keputusan untuk mendukung operasional sehari-hari						
1	E-Commerce membantu perusahaan saya untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen	1	2	3	4	5
2	E-Commerce membantu perusahaan saya untuk memperluas jangkauan bisnis	1	2	3	4	5
3	E-Commerce mempermudah akses ke pasar internasional	1	2	3	4	5
4	E-Commerce membantu perusahaan saya dalam meningkatkan pertukaran informasi dengan supplier	1	2	3	4	5
5	E-Commerce membantu perusahaan saya mengurangi biaya promosi	1	2	3	4	5
<i>Dynamic Capabilities</i>						
Kemampuan organisasi untuk beradaptasi secara memadai dan tepat waktu dengan lingkungan yang berubah untuk basis sumber daya dan kemampuan mereka agar tetap kompetitif dengan menyebarkan pengetahuan kepada semua orang dalam organisasi dalam pola jangka panjang yang gigih						

6	Perusahaan saya memiliki budaya, orientasi dan kepemimpinan	1	2	3	4	5
7	Perusahaan saya memiliki pasar, teknologi, dan regulasi yang tepat	1	2	3	4	5
8	Perusahaan saya mampu merasakan, merebut, dan mentransformasikan setiap peluang yang ada	1	2	3	4	5
9	Perusahaan saya mampu mengidentifikasi dan mengeksplor setiap peluang yang muncul	1	2	3	4	5
10	Perusahaan saya mengintegrasikan keahlian masing-masing individu dalam organisasi	1	2	3	4	5
<i>SME's Performance</i>						
Tingkat target yang dicapai oleh seorang organisasi (sloma, 1980), atau sebagai evaluasi tentang efektivitas individu, kelompok, atau organisasi.						
11	Perusahaan saya memiliki kemampuan kinerja yang baik dalam memperoleh laba	1	2	3	4	5
12	Perusahaan saya memiliki tingkat pertumbuhan yang baik	1	2	3	4	5
13	Perusahaan saya memiliki nilai pasar yang baik	1	2	3	4	5
14	Perusahaan saya memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang baik	1	2	3	4	5
15	Perusahaan saya memiliki kinerja lingkungan dan kinerja social yang baik	1	2	3	4	5
16	Perusahaan saya memiliki kepuasan pekerja yang baik	1	2	3	4	5

LAMPIRAN 3 DAFTAR SAMPEL PENELITIAN & TABULASI DATA

No	Keterangan	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	300
2	Kuesioner yang lebih dari satu	12
	Kuesioner yang siap diolah	288

Adopsi *E-Commerce*

No	Adopsi <i>E-Commerce</i>					Total X1
	X11	X12	X13	X14	X15	
1	4	4	3	3	5	19
2	4	3	4	3	3	17
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	5	4	3	3	3	18
6	4	3	3	3	5	18
7	3	4	2	2	4	15
8	4	5	5	5	4	23
9	3	5	5	3	3	19
10	5	5	5	5	5	25
11	3	4	3	3	4	17
12	4	5	5	5	5	24
13	4	4	4	3	4	19
14	4	4	4	4	4	20
15	4	3	3	4	3	17
16	4	4	5	5	4	22
17	4	5	4	4	5	22
18	5	5	5	4	5	24
19	5	5	5	5	5	25
20	3	3	3	3	3	15
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	3	4	3	18
23	5	5	4	4	5	23
24	3	4	4	5	3	19
25	5	5	5	5	4	24
26	5	4	4	3	4	20

27	3	4	3	3	4	17
28	4	3	3	4	3	17
29	3	4	4	4	3	18
30	5	3	3	3	2	16
31	3	5	4	4	5	21
32	4	4	4	4	4	20
33	5	4	4	4	4	21
34	3	5	3	1	3	15
35	5	4	4	5	5	23
36	4	4	4	5	4	21
37	3	3	2	5	5	18
38	5	4	5	4	5	23
39	4	3	2	3	4	16
40	2	2	2	2	4	12
41	5	4	3	4	4	20
42	3	4	4	4	4	19
43	4	4	5	4	4	21
44	5	5	5	5	5	25
45	4	4	5	4	4	21
46	4	4	4	4	4	20
47	4	5	4	4	4	21
48	3	3	2	5	5	18
49	3	3	4	3	3	16
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	3	4	1	16
53	4	5	4	5	3	21
54	5	4	5	5	5	24
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	25
57	4	3	3	4	4	18
58	4	4	4	4	5	21
59	4	4	3	4	1	16
60	5	5	4	4	5	23
61	5	4	5	5	3	22
62	3	3	5	4	3	18
63	4	4	4	3	4	19
64	5	4	5	5	4	23

65	4	3	4	4	4	19
66	4	4	4	4	3	19
67	4	4	4	4	3	19
68	4	4	4	3	3	18
69	3	3	2	2	4	14
70	5	5	3	3	4	20
71	4	3	5	4	3	19
72	4	5	4	4	4	21
73	5	5	5	5	5	25
74	5	4	4	4	3	20
75	4	5	4	4	3	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	3	4	4	3	18
78	5	5	5	5	5	25
79	4	5	4	5	4	22
80	5	5	4	4	5	23
81	5	3	4	4	3	19
82	5	5	5	5	5	25
83	3	1	3	3	3	13
84	3	5	4	4	4	20
85	4	1	3	1	3	12
86	4	4	3	3	4	18
87	4	4	3	4	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	3	3	4	4	3	17
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	4	4	3	4	3	18
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	4	4	4	20
95	5	3	4	4	2	18
96	4	4	4	4	4	20
97	5	5	4	5	5	24
98	4	4	4	4	3	19
99	4	4	4	4	3	19
100	4	4	4	4	3	19
101	4	4	4	4	3	19
102	5	4	4	3	4	20

103	3	5	3	5	3	19
104	5	5	5	5	5	25
105	4	5	4	4	5	22
106	4	5	3	3	3	18
107	4	5	4	4	5	22
108	5	5	5	5	5	25
109	5	5	5	5	5	25
110	5	5	4	4	5	23
111	5	5	5	5	5	25
112	5	4	4	4	5	22
113	4	4	4	4	4	20
114	5	4	4	4	5	22
115	5	4	4	4	5	22
116	4	4	3	3	4	18
117	4	3	3	3	4	17
118	5	5	5	4	5	24
119	5	4	4	4	5	22
120	5	5	4	5	5	24
121	5	5	5	5	5	25
122	4	3	3	3	4	17
123	5	4	4	4	4	21
124	5	5	4	4	4	22
125	4	5	4	5	5	23
126	4	4	3	5	3	19
127	5	5	4	4	5	23
128	3	2	3	2	4	14
129	3	3	3	3	4	16
130	3	3	3	3	3	15
131	4	4	3	4	3	18
132	4	4	4	4	4	20
133	5	4	4	4	5	22
134	5	5	5	5	5	25
135	4	4	5	4	5	22
136	5	5	5	5	5	25
137	4	4	4	4	3	19
138	5	5	5	5	5	25
139	4	4	3	4	5	20
140	4	5	4	5	5	23

141	5	5	4	4	4	22
142	5	5	5	5	5	25
143	3	3	3	4	4	17
144	4	2	3	3	3	15
145	3	4	4	4	4	19
146	4	2	3	3	3	15
147	4	5	5	5	4	23
148	3	2	3	3	3	14
149	4	4	4	4	5	21
150	3	3	4	4	5	19
151	5	5	4	5	3	22
152	5	4	4	3	4	20
153	5	5	5	5	4	24
154	3	3	3	3	3	15
155	4	4	4	4	3	19
156	4	4	3	4	3	18
157	4	4	5	4	4	21
158	5	5	5	5	5	25
159	4	4	4	4	5	21
160	4	4	5	4	5	22
161	4	4	4	4	4	20
162	5	4	5	5	5	24
163	5	5	4	4	4	22
164	5	5	3	4	5	22
165	4	4	5	4	5	22
166	4	4	4	4	4	20
167	4	3	3	4	3	17
168	4	3	4	4	3	18
169	5	4	4	4	4	21
170	1	1	1	1	1	5
171	5	5	5	5	5	25
172	4	4	5	4	4	21
173	4	3	4	5	4	20
174	4	3	4	5	4	20
175	5	5	5	5	4	24
176	3	4	3	3	2	15
177	4	4	4	4	3	19
178	5	4	4	4	4	21

179	5	5	5	4	4	23
180	5	5	5	5	5	25
181	5	5	5	5	5	25
182	5	5	3	3	5	21
183	5	5	5	5	4	24
184	3	3	4	3	3	16
185	4	4	4	4	5	21
186	4	5	3	4	4	20
187	4	4	4	4	4	20
188	4	5	4	4	4	21
189	4	4	4	4	4	20
190	4	5	4	4	4	21
191	3	3	3	3	3	15
192	4	5	4	5	4	22
193	4	4	4	4	5	21
194	4	4	5	4	4	21
195	4	3	3	4	4	18
196	5	4	5	4	4	22
197	5	4	3	5	4	21
198	4	3	3	2	4	16
199	4	3	3	4	4	18
200	4	5	5	4	3	21
201	4	4	4	4	3	19
202	4	4	4	4	4	20
203	5	4	4	5	4	22
204	5	5	4	4	4	22
205	4	5	5	5	4	23
206	5	5	5	5	4	24
207	4	5	4	5	5	23
208	4	5	4	5	4	22
209	5	4	5	4	5	23
210	5	4	5	4	3	21
211	4	5	4	4	5	22
212	4	4	4	4	4	20
213	5	4	4	5	5	23
214	4	3	4	4	3	18
215	4	4	4	4	4	20
216	4	4	4	4	4	20

217	4	3	3	4	3	17
218	3	3	3	3	3	15
219	4	3	3	4	3	17
220	2	3	2	3	3	13
221	3	3	3	4	3	16
222	3	4	4	5	5	21
223	5	4	5	4	5	23
224	4	5	5	5	5	24
225	4	3	4	4	5	20
226	5	5	5	5	5	25
227	4	3	4	4	5	20
228	3	4	4	4	3	18
229	4	5	4	4	5	22
230	4	4	4	5	5	22
231	5	4	4	4	5	22
232	4	5	5	4	5	23
233	5	4	4	5	4	22
234	3	3	4	4	4	18
235	5	4	4	5	5	23
236	5	5	5	5	5	25
237	4	4	4	4	4	20
238	5	5	5	5	4	24
239	5	5	5	5	4	24
240	5	4	5	4	5	23
241	4	4	4	4	4	20
242	4	4	4	5	5	22
243	5	4	5	5	5	24
244	4	3	3	4	4	18
245	4	4	4	3	3	18
246	3	4	3	3	4	17
247	4	4	3	3	4	18
248	4	3	3	4	4	18
249	3	2	3	3	3	14
250	4	4	4	4	4	20
251	5	3	4	4	5	21
252	5	3	4	4	3	19
253	4	4	4	4	4	20
254	5	5	5	5	5	25

255	4	4	5	4	4	21
256	2	3	2	2	3	12
257	3	4	4	4	3	18
258	5	5	4	2	4	20
259	5	4	3	4	5	21
260	4	4	5	4	4	21
261	4	4	4	4	4	20
262	4	5	4	4	5	22
263	4	3	4	4	4	19
264	4	4	5	4	4	21
265	4	4	3	3	3	17
266	5	5	4	4	4	22
267	4	3	2	3	4	16
268	3	3	3	3	3	15
269	2	2	2	3	2	11
270	4	5	3	4	5	21
271	3	3	3	3	3	15
272	3	3	3	3	3	15
273	4	4	4	4	4	20
274	4	4	4	4	4	20
275	5	5	5	5	5	25
276	5	5	5	5	5	25
277	5	4	5	5	4	23
278	3	3	5	5	5	21
279	5	4	5	5	4	23
280	4	4	4	3	3	18
281	3	3	5	5	5	21
282	3	3	3	3	3	15
283	4	5	4	4	3	20
284	4	5	1	5	2	17
285	4	3	3	2	4	16
286	4	4	4	3	4	19
287	3	3	3	3	3	15
288	5	5	5	5	5	25

Dynamic Capabilities

No	<i>Dynamic Capabilities</i>					Total X2
	X21	X22	X23	X24	X25	
1	3	3	3	3	3	15
2	4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	3	4	3	18
8	5	5	2	5	3	20
9	3	3	3	3	3	15
10	3	3	3	3	3	15
11	3	5	5	4	4	21
12	3	3	4	4	3	17
13	5	5	4	4	4	22
14	4	4	5	4	4	21
15	4	4	3	3	4	18
16	5	5	4	4	4	22
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	5	25
24	3	4	3	4	4	18
25	4	4	4	4	5	21
26	4	5	3	5	4	21
27	3	4	3	3	2	15
28	1	1	1	1	1	5
29	5	5	5	5	5	25
30	3	4	3	3	3	16
31	3	3	5	4	4	19
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	5	21
34	5	3	3	4	3	18

35	5	4	4	4	4	21
36	4	5	4	4	4	21
37	2	2	2	3	2	11
38	4	5	2	4	4	19
39	5	5	5	5	5	25
40	2	2	2	2	2	10
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	3	4	4	4	3	18
44	1	1	1	1	1	5
45	3	4	4	4	3	18
46	4	4	4	4	4	20
47	5	5	5	5	5	25
48	2	2	2	3	2	11
49	3	4	2	2	4	15
50	5	5	4	5	4	23
51	5	5	4	5	4	23
52	5	2	1	1	1	10
53	3	4	5	5	5	22
54	4	4	4	5	5	22
55	5	5	5	5	5	25
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	2	4	18
59	5	2	1	1	1	10
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	5	5	4	22
62	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	4	24
65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	3	3	4	16
67	3	3	3	3	3	15
68	5	5	5	5	5	25
69	4	5	5	2	4	20
70	4	4	3	3	4	18
71	5	5	5	5	4	24
72	5	5	5	5	5	25

73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	3	4	2	17
75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	2	22
77	4	5	4	4	4	21
78	5	5	5	5	1	21
79	5	5	5	4	5	24
80	4	4	4	5	5	22
81	5	3	1	3	4	16
82	5	5	5	5	5	25
83	1	1	1	1	1	5
84	3	4	4	4	4	19
85	3	3	5	3	5	19
86	3	4	2	3	2	14
87	4	5	5	5	5	24
88	5	4	3	4	4	20
89	2	4	4	4	4	18
90	4	5	5	5	4	23
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	4	4	23
93	5	5	5	5	5	25
94	4	4	5	5	5	23
95	4	4	3	4	4	19
96	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	5	25
98	4	4	4	4	4	20
99	5	4	3	4	3	19
100	5	4	3	4	3	19
101	3	3	3	3	3	15
102	3	3	2	3	4	15
103	5	5	5	5	5	25
104	5	5	5	5	5	25
105	4	5	5	5	5	24
106	3	3	4	4	4	18
107	5	5	5	5	5	25
108	5	5	5	5	5	25
109	5	5	5	5	5	25
110	5	5	5	4	5	24

111	5	5	5	5	5	25
112	5	5	5	5	5	25
113	5	5	4	5	5	24
114	5	5	5	5	5	25
115	5	5	5	5	5	25
116	5	5	3	4	4	21
117	2	2	2	2	2	10
118	5	5	5	4	5	24
119	5	5	4	4	5	23
120	5	5	4	5	5	24
121	5	5	5	5	5	25
122	4	4	4	4	4	20
123	5	5	5	5	5	25
124	5	5	5	5	5	25
125	5	5	3	5	5	23
126	4	4	4	4	4	20
127	5	5	5	5	5	25
128	4	4	4	4	5	21
129	3	3	2	2	3	13
130	4	4	4	4	4	20
131	4	4	4	4	4	20
132	3	3	4	3	4	17
133	5	5	5	5	5	25
134	5	5	5	5	5	25
135	5	5	1	3	3	17
136	5	5	5	5	5	25
137	5	5	4	5	5	24
138	4	4	4	5	3	20
139	4	5	4	2	4	19
140	5	5	5	5	5	25
141	5	4	5	4	4	22
142	4	4	4	5	3	20
143	5	5	5	5	5	25
144	4	4	4	3	4	19
145	4	5	4	4	4	21
146	4	4	4	3	4	19
147	5	5	5	5	5	25
148	2	3	3	3	3	14

149	3	3	4	4	4	18
150	3	4	3	5	4	19
151	2	3	2	4	4	15
152	3	5	3	5	4	20
153	4	4	4	4	4	20
154	3	3	3	3	3	15
155	4	4	4	4	4	20
156	4	4	4	3	4	19
157	5	5	5	5	4	24
158	4	4	3	4	5	20
159	4	4	3	4	4	19
160	4	4	3	3	4	18
161	5	5	5	5	5	25
162	4	4	5	5	5	23
163	4	5	5	5	5	24
164	5	5	5	5	5	25
165	4	4	3	3	4	18
166	3	3	3	3	3	15
167	3	3	3	3	3	15
168	3	3	3	3	3	15
169	5	5	5	5	4	24
170	2	1	1	1	2	7
171	5	5	5	5	5	25
172	4	4	3	4	4	19
173	4	4	4	4	4	20
174	4	4	4	4	4	20
175	5	5	4	4	5	23
176	4	3	3	3	4	17
177	4	4	3	4	4	19
178	4	5	4	5	5	23
179	5	5	3	5	4	22
180	5	5	5	5	5	25
181	5	5	5	5	5	25
182	5	5	5	5	3	23
183	4	4	4	4	5	21
184	4	4	3	3	4	18
185	4	4	4	4	4	20
186	3	3	3	3	3	15

187	5	4	4	4	4	21
188	4	4	4	4	4	20
189	4	4	5	4	4	21
190	5	4	5	4	5	23
191	4	4	3	3	3	17
192	4	5	4	4	5	22
193	4	4	4	4	4	20
194	4	4	3	3	4	18
195	4	3	3	3	3	16
196	4	5	4	5	4	22
197	5	5	5	5	4	24
198	2	2	2	2	2	10
199	4	3	3	3	3	16
200	1	1	1	1	1	5
201	3	4	4	4	3	18
202	5	4	4	4	4	21
203	4	5	4	5	4	22
204	5	5	5	5	5	25
205	5	4	4	5	4	22
206	4	5	4	5	4	22
207	5	4	5	4	5	23
208	5	4	5	4	5	23
209	4	5	4	5	4	22
210	4	4	4	4	4	20
211	5	5	4	5	4	23
212	4	5	5	5	4	23
213	4	4	4	4	4	20
214	5	5	5	5	5	25
215	4	4	4	4	4	20
216	4	4	4	4	4	20
217	3	3	2	3	2	13
218	3	3	3	4	3	16
219	3	3	2	3	2	13
220	5	5	4	4	5	23
221	1	1	1	2	1	6
222	4	3	4	3	5	19
223	5	5	5	5	5	25
224	5	5	5	5	5	25

225	5	5	4	5	5	24
226	5	5	5	5	5	25
227	5	5	4	5	5	24
228	3	3	3	3	3	15
229	5	4	4	5	4	22
230	4	4	5	5	4	22
231	4	5	4	4	5	22
232	4	5	4	5	4	22
233	4	4	5	4	5	22
234	3	4	4	4	2	17
235	5	5	5	5	5	25
236	4	5	5	5	5	24
237	4	5	5	4	5	23
238	5	5	5	5	5	25
239	4	4	4	4	4	20
240	5	5	5	5	5	25
241	4	5	4	4	5	22
242	4	4	4	4	5	21
243	4	5	5	4	5	23
244	4	4	4	3	3	18
245	5	4	4	4	4	21
246	4	4	4	4	4	20
247	2	2	2	4	3	13
248	3	4	2	3	4	16
249	2	2	2	3	2	11
250	4	4	3	3	4	18
251	4	5	5	5	5	24
252	4	4	3	3	3	17
253	5	5	5	4	3	22
254	5	5	5	5	5	25
255	5	3	5	3	3	19
256	4	5	3	3	5	20
257	4	4	4	4	4	20
258	5	5	5	5	5	25
259	4	5	4	4	5	22
260	5	4	5	5	4	23
261	4	5	5	4	4	22
262	4	5	4	4	4	21

263	3	3	3	3	3	15
264	4	4	5	5	5	23
265	3	3	3	3	3	15
266	4	4	4	5	4	21
267	5	5	5	4	4	23
268	2	2	2	2	2	10
269	3	3	3	4	3	16
270	5	5	5	5	5	25
271	2	2	2	2	2	10
272	2	2	2	2	2	10
273	4	4	5	4	4	21
274	4	4	5	4	4	21
275	5	5	5	5	5	25
276	5	5	5	5	5	25
277	5	4	4	5	5	23
278	4	4	4	4	3	19
279	3	3	3	3	3	15
280	4	3	4	4	4	19
281	5	5	2	2	5	19
282	4	4	4	4	4	20
283	4	4	4	4	4	20
284	5	4	5	3	2	19
285	3	3	4	3	2	15
286	5	4	4	4	4	21
287	3	3	3	3	3	15
288	5	5	5	5	5	25

SME's Performance

NO	SME's PERFORMANCE						Total Y
	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	
1	4	3	4	4	4	4	23
2	3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	5	29
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	4	4	4	4	3	22
8	4	4	5	5	5	5	28
9	4	4	4	4	4	4	24
10	5	4	4	5	4	4	26
11	3	3	3	3	4	3	19
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	3	3	4	4	4	22
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	24
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	3	3	4	3	4	21
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	3	3	4	4	4	22
23	4	4	4	4	4	5	25
24	2	4	3	5	4	4	22
25	5	4	4	5	4	4	26
26	4	4	4	5	5	5	27
27	3	3	3	4	4	4	21
28	3	3	4	4	5	4	23
29	4	4	5	5	4	5	27
30	4	2	5	4	4	4	23
31	4	4	5	4	4	2	23
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	5	4	4	4	25
34	5	5	5	5	5	5	30

35	5	4	4	4	5	4	26
36	5	5	4	4	4	4	26
37	3	2	3	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	3	4	5	4	4	24
40	3	3	3	3	3	3	18
41	4	4	4	5	4	4	25
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	5	5	5	5	5	29
44	1	5	5	5	5	5	26
45	4	5	5	5	5	5	29
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	5	5	5	4	4	27
48	3	2	3	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	4	4	4	4	4	25
51	5	4	4	4	4	4	25
52	3	3	3	4	5	4	22
53	4	5	5	5	5	5	29
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	5	5	5	5	5	30
57	3	3	3	4	4	4	21
58	3	2	4	4	4	5	22
59	3	3	3	4	5	4	22
60	4	4	5	5	5	5	28
61	4	5	5	4	5	5	28
62	4	4	4	5	4	5	26
63	5	5	5	5	5	5	30
64	3	5	5	5	5	5	28
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	3	4	3	3	21
67	4	3	3	3	4	3	20
68	3	3	3	4	4	3	20
69	2	2	2	4	4	4	18
70	5	4	5	4	5	4	27
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	5	5	4	5	5	29

73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	5	4	5	26
75	5	5	4	5	4	3	26
76	4	4	4	4	5	5	26
77	4	5	4	4	5	4	26
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	4	5	4	5	5	28
80	4	4	4	5	5	5	27
81	4	5	4	4	5	5	27
82	5	5	5	5	5	5	30
83	3	3	3	3	3	3	18
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	3	3	5	5	5	26
86	5	3	3	4	3	4	22
87	4	4	5	4	5	3	25
88	4	4	4	5	4	5	26
89	3	3	4	4	4	4	22
90	4	5	4	4	5	4	26
91	5	5	5	5	5	5	30
92	3	3	3	4	4	4	21
93	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	4	4	5	5	26
95	3	4	4	5	5	5	26
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	5	5	5	27
98	4	4	4	4	4	3	23
99	5	4	4	4	4	3	24
100	5	4	4	4	4	3	24
101	4	4	4	4	5	5	26
102	5	4	5	5	5	5	29
103	4	4	4	4	4	4	24
104	4	4	5	5	5	5	28
105	5	5	5	5	5	5	30
106	3	3	3	5	4	5	23
107	5	5	5	5	5	4	29
108	5	5	5	5	5	5	30
109	5	5	5	5	5	5	30
110	5	5	5	5	5	5	30

111	5	5	5	5	5	5	30
112	4	4	4	4	5	5	26
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	4	4	4	5	5	26
115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	4	4	5	5	5	27
117	4	3	3	4	4	3	21
118	4	5	4	5	5	5	28
119	5	5	5	5	4	4	28
120	5	4	4	4	4	4	25
121	5	5	5	5	5	5	30
122	4	4	4	4	4	4	24
123	5	5	5	5	5	5	30
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	5	5	5	27
126	4	4	4	4	4	4	24
127	4	4	4	4	4	4	24
128	3	4	4	5	5	4	25
129	3	2	3	3	3	3	17
130	3	3	3	3	3	3	18
131	4	4	4	4	4	4	24
132	4	3	3	4	4	4	22
133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	4	4	4	4	4	24
135	5	5	5	5	5	5	30
136	5	5	5	5	5	5	30
137	4	4	5	5	4	4	26
138	5	5	5	5	5	5	30
139	4	4	4	4	4	4	24
140	4	4	5	5	5	5	28
141	4	4	5	4	5	4	26
142	5	5	5	5	5	5	30
143	4	4	4	4	4	4	24
144	4	4	4	4	4	4	24
145	2	4	4	4	4	4	22
146	4	4	4	4	4	4	24
147	4	5	5	5	5	5	29
148	3	3	3	3	3	3	18

149	4	4	4	4	4	4	24
150	4	3	4	5	5	4	25
151	5	4	5	5	5	4	28
152	4	3	4	4	4	4	23
153	3	3	4	4	4	4	22
154	3	3	3	3	3	3	18
155	4	4	4	4	4	4	24
156	4	4	4	4	4	3	23
157	4	3	4	4	5	4	24
158	5	5	5	5	5	5	30
159	4	4	4	4	4	4	24
160	3	3	3	4	4	4	21
161	5	4	4	4	4	4	25
162	5	5	5	5	5	5	30
163	4	5	4	5	5	5	28
164	4	4	4	5	5	5	27
165	3	3	3	4	4	4	21
166	4	4	4	4	4	4	24
167	4	4	4	4	4	4	24
168	4	3	4	4	3	5	23
169	5	4	5	4	5	4	27
170	2	2	2	1	1	2	10
171	5	5	5	5	5	5	30
172	4	3	4	3	4	4	22
173	4	4	4	4	4	4	24
174	4	4	4	4	4	4	24
175	4	4	5	5	5	5	28
176	4	4	4	4	3	4	23
177	5	5	5	5	5	5	30
178	5	5	5	5	5	5	30
179	5	5	5	5	5	5	30
180	5	5	5	5	5	5	30
181	5	5	5	5	5	5	30
182	4	4	5	5	4	5	27
183	4	4	4	5	5	5	27
184	4	2	4	3	4	3	20
185	4	4	4	4	4	4	24
186	4	4	4	4	4	4	24

187	4	4	4	4	4	4	24
188	4	3	3	3	4	3	20
189	4	4	4	4	5	4	25
190	4	4	4	4	4	4	24
191	3	3	3	4	4	4	21
192	4	4	3	3	3	4	21
193	4	4	4	4	4	4	24
194	4	4	4	4	4	4	24
195	4	4	4	4	4	4	24
196	4	5	4	5	4	5	27
197	4	5	5	5	5	5	29
198	3	3	3	3	3	3	18
199	4	4	4	4	4	4	24
200	4	4	4	5	5	4	26
201	3	3	4	4	4	3	21
202	5	5	5	5	5	5	30
203	4	4	4	4	4	4	24
204	4	4	4	4	4	4	24
205	5	5	5	5	5	5	30
206	4	5	4	5	4	5	27
207	5	4	5	4	5	4	27
208	4	5	4	5	4	5	27
209	4	5	4	5	4	5	27
210	3	4	4	4	4	4	23
211	4	5	4	5	5	3	26
212	5	4	4	4	4	4	25
213	5	5	5	5	5	5	30
214	4	4	4	4	4	4	24
215	5	4	4	4	4	4	25
216	4	4	4	4	4	4	24
217	4	4	4	4	4	4	24
218	3	3	3	3	3	3	18
219	4	4	4	4	4	4	24
220	3	4	2	4	4	2	19
221	5	5	5	5	5	5	30
222	5	5	5	5	5	5	30
223	5	5	5	5	5	5	30
224	5	5	5	5	5	5	30

225	4	4	4	4	4	4	24
226	5	5	5	5	5	5	30
227	4	4	4	4	4	4	24
228	4	4	4	4	4	4	24
229	4	4	5	4	5	5	27
230	4	5	5	4	4	5	27
231	4	5	4	4	5	4	26
232	4	5	4	5	5	4	27
233	5	4	5	5	4	5	28
234	4	4	4	4	4	4	24
235	4	4	4	4	5	5	26
236	5	5	5	5	5	5	30
237	4	4	4	4	4	4	24
238	5	5	5	5	5	5	30
239	4	4	4	4	4	4	24
240	5	5	5	5	5	5	30
241	4	3	4	4	4	4	23
242	4	4	5	5	5	5	28
243	4	4	4	4	4	4	24
244	3	3	3	3	3	3	18
245	4	4	4	5	4	4	25
246	3	3	3	4	3	3	19
247	4	5	5	4	5	5	28
248	3	3	3	4	4	4	21
249	4	4	3	4	4	4	23
250	4	4	4	4	4	4	24
251	4	5	5	5	5	5	29
252	3	3	3	4	4	4	21
253	4	4	4	4	4	4	24
254	5	4	4	4	4	4	25
255	5	5	5	5	5	5	30
256	3	3	4	4	4	4	22
257	4	4	4	4	4	4	24
258	5	5	5	5	5	5	30
259	4	5	4	5	4	5	27
260	5	4	5	4	5	4	27
261	4	4	4	5	4	5	26
262	4	5	4	4	5	4	26

263	4	4	3	2	3	3	19
264	3	3	3	3	3	3	18
265	4	4	3	4	4	4	23
266	5	4	4	4	4	4	25
267	4	4	4	4	4	5	25
268	4	4	4	4	5	4	25
269	3	4	3	3	3	3	19
270	5	3	5	5	5	5	28
271	4	4	4	4	5	4	25
272	4	4	5	5	4	5	27
273	4	4	4	4	4	4	24
274	4	4	4	4	4	4	24
275	5	5	5	5	5	5	30
276	5	5	5	5	5	5	30
277	3	5	5	4	4	5	26
278	5	4	5	4	4	5	27
279	5	5	5	5	5	5	30
280	4	4	4	4	4	4	24
281	5	5	5	5	5	5	30
282	3	3	3	4	4	3	20
283	4	4	4	5	5	5	27
284	3	5	3	2	2	5	20
285	4	3	3	4	4	4	22
286	4	3	4	4	4	4	23
287	3	3	3	3	3	3	18
288	5	5	5	5	5	5	30

LAMPIRAN 4

DISTRIBUSI OBJEK PENELITIAN

1. Distribusi Penyebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	300 Kuesioner
Kuesioner tidak lengkap	12 Kuesioner
Kuesioner yang digunakan	288 Kuesioner
Respon rate	96

2. Gambaran Umum Responden

No	Jenis Produk Dihasilkan	Frekuensi	Presentase
1	Makanan dan minuman	143	49,65
2	Kerajinan	39	13,54
3	Fashion	42	14,58
4	Jasa	36	12,50
5	Lain-Lain	28	9,72
	Jumlah	288	100

3. Distribusi Umur Perusahaan

Usia	Frekuensi	Persentase
1-2 Tahun	91	31,6%
3-6 Tahun	108	37,5%
6-10 Tahun	44	15,3%
> 10 Tahun	45	15,6%
Jumlah Responden	288	100%

4. Distribusi Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Frekuensi	Persentase
2-5 orang	247	85,8%
6-10 orang	30	10,4%
10-30 orang	6	2,1%
30-99 orang	2	0,7%
> 100 orang	3	1,0%
Total	288	100%

LAMPIRAN 5

DISKRIPSI VARIABEL PENELITIAN

1. Adopsi E-commerce

indikator	Jawaban Responden										Total Responden	Skor
	STS		TS		N		S		SS			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
X11	1	1	4	8	45	135	137	548	101	505	288	4,16
X12	3	3	7	14	59	177	124	496	95	475	288	4,05
X13	2	2	10	20	66	198	130	520	80	400	288	3,96
X14	3	3	8	16	50	150	144	576	83	415	288	4,03
X15	3	3	5	10	71	213	112	448	97	485	288	4,02

2. Dynamic Capabilities

indikator	Jawaban Responden										Total Responden	Skor
	STS		TS		N		S		SS			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
X21	5	5	14	28	46	138	110	440	113	565	288	4,08
X22	6	6	12	24	41	123	107	428	122	610	288	4,14
X23	10	10	21	42	55	165	97	388	105	525	288	3,92
X24	7	7	13	26	54	162	106	424	108	540	288	4,02
X25	8	8	19	38	44	132	114	456	103	515	288	3,99

3. SME's Performance

indikator	Jawaban responden										Total Responden	Skor
	STS		TS		N		S		SS			
	F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		
Y11	1	1	4	8	44	132	156	624	83	415	288	4,10
Y12	0	0	8	16	51	153	142	568	87	435	288	4,07
Y13	0	0	3	6	47	141	142	568	96	480	288	4,15
Y14	1	1	2	4	19	57	151	604	115	575	288	4,31
Y15	1	1	1	2	21	63	146	584	119	595	288	4,32
Y16	0	0	3	6	32	96	137	548	116	580	288	4,27

LAMPIRAN 6
HASIL UJI KUALITAS DATA

1. Hasil Uji Validitas X1

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X1
X11	Pearson Correlation	1	.552**	.558**	.506**	.463**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X12	Pearson Correlation	.552**	1	.546**	.548**	.462**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X13	Pearson Correlation	.558**	.546**	1	.619**	.470**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X14	Pearson Correlation	.506**	.548**	.619**	1	.447**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X15	Pearson Correlation	.463**	.462**	.470**	.447**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	288	288	288	288	288	288
X1	Pearson Correlation	.776**	.796**	.816**	.796**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	288	288	288	288	288	288

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas X2

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X25	X2
X21	Pearson Correlation	1	.791**	.648**	.664**	.646**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X22	Pearson Correlation	.791**	1	.725**	.780**	.746**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X23	Pearson Correlation	.648**	.725**	1	.757**	.705**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X24	Pearson Correlation	.664**	.780**	.757**	1	.697**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
X25	Pearson Correlation	.646**	.746**	.705**	.697**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	288	288	288	288	288	288
X2	Pearson Correlation	.848**	.916**	.879**	.887**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	288	288	288	288	288	288

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Y

Correlations

		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16
Y11	Pearson Correlation	1	.593**	.657**	.496**	.502**	.454**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
Y12	Pearson Correlation	.593**	1	.714**	.602**	.573**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
Y13	Pearson Correlation	.657**	.714**	1	.662**	.689**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
Y14	Pearson Correlation	.496**	.602**	.662**	1	.724**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288
Y15	Pearson Correlation	.502**	.573**	.689**	.724**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	288	288	288	288	288	288
Y16	Pearson Correlation	.454**	.585**	.657**	.709**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	288	288	288	288	288	288
Y	Pearson Correlation	.753**	.830**	.886**	.839**	.829**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	288	288	288	288	288	288

Correlations

		Y
Y11	Pearson Correlation	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	288
Y12	Pearson Correlation	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	288
Y13	Pearson Correlation	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	288
Y14	Pearson Correlation	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	288
Y15	Pearson Correlation	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	288
Y16	Pearson Correlation	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	288
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	288

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Reabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	288	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	288	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X11	16,06	7,251	,651	,809
X12	16,17	6,808	,661	,805
X13	16,25	6,733	,694	,796
X14	16,18	6,931	,668	,803
X15	16,19	7,122	,564	,833

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	288	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	288	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	16,07	12,960	,766	,916
X22	16,02	12,376	,867	,897
X23	16,23	11,984	,798	,911
X24	16,13	12,442	,820	,906
X25	16,17	12,453	,784	,913

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	288	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	288	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y11	21,12	8,839	,638	,904
Y12	21,15	8,260	,737	,890
Y13	21,07	8,176	,826	,875
Y14	20,91	8,696	,767	,885
Y15	20,90	8,749	,753	,887
Y16	20,95	8,628	,730	,890

LAMPIRAN 6

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		288
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,52790467
Most Extreme Differences	Absolute	,040
	Positive	,040
	Negative	-,039
Test Statistic		,040
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
1 (Constant)	9.982	.970		10.296	.000	
X1	.660	.056	.614	11.881	.000	.693
X2	.094	.041	.118	2.281	.023	.693

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	VIF	
1 (Constant)		
X1		1.442
X2		1.442

a. Dependent Variable: Y

3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.566	.590		6.040
	X1	-.033	.034	-.068	-.974
	X2	-.045	.025	-.127	-1.814

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	X1	.331
	X2	.071

a. Dependent Variable: ABS

LAMPIRAN 7
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil Uji Kelayakan Model

1. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1637.202	2	818.601	127.208	.000 ^b
Residual	1834.017	285	6.435		
Total	3471.219	287			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.468	2.537

a. Predictors: (Constant), *dynamic capabilities*, *adopsi e-commerce*

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	.472	.468	2.537

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

3. Hasil Uji Hipotesis Hasil Uji t

**Hasil Uji Signifikansi t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.982	.970		10.296	.000
Adopsi e-commerce	.660	.056	.614	11.881	.000
dynamic capabilities	.094	.041	.118	2.281	.023

a. Dependent Variable: *SME's Performance*

