

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Kesiapan Organisasi**

###### **2.1.1.1 Pengertian Kesiapan Organisasi**

Teori kesiapan organisasi mengacu pada komitmen sumber daya manusia dan organisasi untuk merubah dirinya untuk melaksanakan perubahan organisasi yang ditentukan dalam sebuah usaha (Lele, 2020). Kesamaan pendapat orang dalam organisasi dengan adanya proses interaksi sosial yang menghasilkan kesatuan pikiran yang dapat mempengaruhi fenomena kolektif secara keseluruhan dikenal sebagai kapasitas organisasi. Berdasarkan pemahaman ini, kesiapan organisasi ini dapat didefinisikan sebagai sistem yang dimiliki oleh kelompok individu yang menentukan kesiapan organisasi atau lembaga itu sendiri. Anggota organisasi percaya bahwa perubahan penting, dan bahwa tingkat motivasi, kemampuan, dan kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang dinamis menunjukkan kemampuan organisasi untuk berubah.

###### **2.1.1.2 Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Kesiapan Organisasi**

Pada kesiapan organisasi terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi antara lain (Lele, 2020):

- a. Dinamika hubungan

Dinamika hubungan dalam organisasi, sebuah organisasi harus membangun dinamika hubungan secara transparansi di dalam berbagai kebijakan dapat mendorong setiap anggota bersikap positif satu sama lain. Oleh karena itu, sebagai pemimpin harus membangun dinamika hubungan yang baik dan terbuka terhadap anggota untuk menjalani sebuah usaha agar organisasi dapat berjalan dengan lancar. Hal ini agar menghindar timbul ketidakpercayaan, kesalahpahaman, dan kekurangannya keharmonisan antara para anggota maupun dengan pemimpin.

b. Pola pikir

Pola pikir tidak up to date, sebuah organisasi ketika perubahan itu terjadi, baik anggota maupun pemimpin harus mengubah pola pikir atau mindset sendiri untuk beradaptasi dengan perubahan terbaru. Dalam pola pikir selain dapat melalui pengalaman anggota pada masa lampau ini bisa secara positif maupun negatif untuk memengaruhi pemikiran terkait yang dijalankan maupun perubahan terjadi. Ketika anggota dalam organisasi tersebut tidak adaptif terhadap perubahan-perubahan yang terjadi, maka akan terjadi penurunan atau kemunduran pada sebuah usaha. Kebiasaan pola pikir yang kurang up to date harus diubah dari biasa saling tertutup berubah menjadi terbuka atau transparansi terhadap organisasi satu sama lain untuk dapat melakukan perubahan pada organisasi dalam berbagai kebijakan dan keputusan di dalam usaha.

c. Iklim dan budaya organisasi

Iklm dan budaya organisasi, pada iklim dan budaya organisasi ini termasuk salah satu penentu berjalan baik maupun lancar sebuah usaha. Iklim dan budaya organisasi terdapat beberapa karakteristik yang akan berhasil diterapkan untuk perubahan seperti, jelasnya misi dan tujuan sebuah organisasi, kompaknya anggota, hidup mandiri anggota, dan saling terbuka maupun transparansi dalam penerapan perubahan. Dalam karakteristik tersebut dapat mengetahui bahwa iklim dan budaya organisasi apakah telah berjalan dengan baik maupun tidak baik.

d. Penguasaan teknologi

Penguasaan teknologi, teknologi pada era digital ini sangat penting pada sebuah organisasi untuk meningkatkan usaha yang dijalankan. Keberhasilan sebuah usaha dapat berasal dari teknologi untuk mengembangkan dan melakukan perubahan kesiapan organisasi.

Oleh karena itu, untuk menjadi siap, organisasi harus mampu menginisiasi perubahan dan terus bekerja sama dalam setiap upaya pelaksanaan (Lele, 2020). Kesiapan organisasi merujuk pada konsep yang seberapa siap suatu organisasi dalam menghadapi tantangan, perubahan, atau inisiatif baru. Kesiapan organisasi sangat penting dalam proses perubahan, seperti kesiapan perubahan, inovasi, dan budaya organisasi.

Faktor kesiapan perubahan ini berfokus seberapa siap individu, kelompok, maupun organisasi secara keseluruhan dalam menghadapi perubahan yang tidak hanya melibatkan kesiapan teknis tetapi juga kesiapan mental atau sosial. Adanya teori

kesiapan inovasi mengarah pada kesiapan organisasi dalam mengadopsi inovasi baik dalam hal produk, proses, maupun teknologi, di mana melibatkan sumber daya manusia, infrastruktur teknologi, dan budaya organisasi yang mendukung inovasi. Pada teori kesiapan budaya organisasi tersebut berfokus pada seberapa jauh nilai, norma, dan perilaku dalam organisasi mendukung perubahan. Budaya organisasi ini berperan penting dalam kesiapan organisasi untuk proses perubahan yang di mana pemimpin memiliki peran besar dalam pembentukan dan arahan dalam mendukung kesiapan budaya organisasi.

#### **2.1.1.3 Dimensi yang Dapat Mempengaruhi Kesiapan Organisasi**

Pada kesiapan organisasi ini terdapat beberapa dimensi untuk melakukan perubahan, sebagai berikut (Ningsih, 2024):

a. Kesiapan finansial

Kesiapan finansial ini berasal dari sumber daya keuangan yang tersedia untuk teknologi informasi dalam hal pembayaran atau pemasangan, pengeluaran berkelanjutan selama penggunaan, dan implementasi perbaikan selanjutnya.

b. Kesiapan teknologi

Kesiapan teknologi ini berkaitan dengan tingkat kecanggihan penggunaan TI dan manajemen TI dalam suatu organisasi. Pengusaha atau Perusahaan yang canggih biasanya cenderung merasa terintimidasi oleh teknologi, memiliki data yang unggul sebagai integral dari manajemen informasi

secara keseluruhan, memiliki akses terhadap sumber daya teknologi yang dibutuhkan, dan manajemen TI yang mengelola teknologi informasi.

#### **2.1.1.4 Syarat yang Dapat Mempengaruhi Kesiapan Organisasi**

Pada kesiapan organisasi ini terdapat beberapa syarat kesiapan organisasi untuk diubah, sebagai berikut (Riinawati, 2019):

a. Pemimpin yang baik

Pemimpin pada sebuah organisasi yang kurang baik atau tidak efektif dalam mengatur kinerja organisasi akan menghancurkan anggota organisasi, oleh karena itu dalam sebuah organisasi harus memiliki pemimpin yang baik atau efektif dalam mengatur kinerja.

b. Motivasi atau dukungan anggota

Motivasi atau dukungan anggota ini dapat berbentuk penyampaian atau dukungan antar anggota untuk membangun kesadaran pada perubahan untuk menghadapi tantangan atau peluang yang akan terjadi.

c. Komitmen kuat

Dengan hanya motivasi tidak akan cukup pada sebuah organisasi, diperlukan tekad maupun komitmen yang kuat dari setiap anggota agar dapat mempertahankan kinerja hingga tujuan bersama tercapai.

d. Keterbukaan

Dalam sebuah organisasi harus saling terbuka satu sama lain terhadap ide baru maupun inovasi baru, agar dapat terus membawa perubahan positif pada organisasi tersebut.

e. Kemampuan belajar dan adaptasi

Tidak hanya saling terbuka, akan tetapi perlu diimbangi dengan kemampuan belajar dan adaptasi yang cepat. Kemampuan ini akan memungkinkan organisasi menghadapi perubahan secara fleksibel dalam mengambil langkah yang tepat untuk mencapai tujuan.

#### **2.1.1.5 Indikator yang Dapat Mempengaruhi Kesiapan Organisasi**

Pada kesiapan organisasi ini terdapat beberapa indikator kesiapan organisasi, sebagai berikut (Lele, 2020):

1) Komitmen untuk berubah

Daya dorong karyawan untuk berkomitmen untuk menerapkan perubahan adalah bagian dari indikator komitmen untuk berubah.

2) Keyakinan untuk berubah

Keyakinan kolektif tentang kapasitas mereka untuk mengatasi perubahan merupakan komponen indikator keyakinan untuk berubah.

### **2.1.2 Tekanan Eksternal**

#### **2.1.2.1 Pengertian Tekanan Eksternal**

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

kegiatan organisasi dalam sebuah usaha. Tekanan eksternal dapat berasal dari ekonomi, sosial, politik, ataupun lingkungan yang dapat mempengaruhi bagaimana usaha beroperasi.

### **2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Tekanan Eksternal**

Tekanan eksternal terdiri dari kekuatan, faktor, dan Lembaga yang harus dihadapi oleh para pengusaha untuk mencapai tujuan usaha. Aspek ini berada di luar kontrol lingkungan internal sebuah usaha dan mencakup berbagai faktor yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi usaha. Tekanan eksternal melibatkan berbagai pihak terhadap organisasi, di mana yang dimaksud seperti konsumen, pesaing, investor, pemerintah, dan pihak lainnya (Wardhana, 2024). Sebuah organisasi selalu dapat mempengaruhi lingkungan eksternal yang menghasilkan berbagai efek dalam sebuah usaha.

Faktor yang mempengaruhi dalam menjalankan sebuah usaha di luar kendali, sering disebut sebagai tekanan eksternal. Faktor utama yang mempengaruhi tekanan eksternal, sebagai berikut (Wardhana, 2024):

a. Faktor politik

Faktor politik ini mencakup elemen kebijakan pajak, stabilitas politik, regulasi, kebijakan perdagangan, dan ketentuan atau ketertiban hukum.

b. Faktor ekonomi

Faktor ekonomi ini mencakup elemen suku bunga, Tingkat inflasi atau pengangguran, kurs mata uang, pertumbuhan ekonomi, dan kondisi pasar saham.

c. Faktor sosial

Faktor sosial ini mencakup elemen perubahan gaya hidup, perilaku konsumen, dan budaya konsumen.

### **2.1.2.3 Unsur yang Dapat Mempengaruhi Tekanan Eksternal**

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

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

### **2.1.2.4 Indikator yang Dapat Mempengaruhi Tekanan Eksternal**

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

- a. Dorongan pelanggan
- b. Dorongan pemasok
- c. Dorongan pesaing
- d. Dorongan pemerintah

- e. Dorongan perkembangan usaha

### **2.1.3 Manfaat Dirasakan Pada Adopsi E-commerce UMKM**

#### **2.1.3.1 Pengertian Adopsi E-commerce UMKM**

Teori adopsi E-commerce ini merupakan aplikasi yang digunakan untuk aktivitas perdagangan secara online dengan pemanfaatan internet (Ningsih, 2024). Namun, ketika orang memahami e-commerce, mereka kadang-kadang salah mengartikannya dengan marketplace, yang merupakan model e-commerce yang berfungsi sebagai perantara antara penjual dan pembeli (Ningsih, 2024). Pengadopsian E-commerce didorong oleh konektivitas baik antara pelaku usaha dengan konsumen yang dilihat dari keterampilan konsumen dalam mengecek ketersediaan produk maupun harga, mencari dan melakukan perbandingan, serta membuat pesanan dengan waktu dan lokasi produk. Tujuan pengembangan e-commerce adalah untuk membuat bisnis lebih efisien dan efektif dengan menggunakan teknologi dan informasi (Maghfiroh, 2022).

Definisi e-commerce merupakan penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan menggunakan teknologi elektronik (Kala'lembang, 2020). Ketika e-commerce diadopsi, ini juga mencakup transfer dana elektronik, sistem manajemen otomatis, pertukaran data, dan sistem pengumpulan data otomatis. Di sisi lain, e-commerce adalah satu set aplikasi ekonomi, proses bisnis, dan aplikasi yang dapat menghubungkan masyarakat dan bisnis tertentu melalui perdagangan barang, layanan jasa, dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Ningsih, 2024).

### **2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Manfaat Dirasakan Pada Adopsi E-commerce UMKM**

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

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

### **2.1.3.3 Jenis-jenis E-commerce**

Manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM terdapat beberapa jenis yang mempengaruhi, sebagai berikut (Saputro, 2020):

- a. *Business to business E-commerce (B2B E-commerce)*

Jenis E-commerce ini dilakukan perusahaan dengan Perusahaan atau pengusaha dengan pengusaha. Kebanyakan pedagang tradisional lebih sering menggunakan jenis ini. Pada jenis ini transaksi yang digunakan adalah EDI (*Electronic Data Interchange*) dan email.

- b. *Business to consumer (B2C E-commerce)*

Jenis E-commerce ini dilakukan perdagangan antara Perusahaan atau pengusaha dengan konsumen. Pada jenis ini penjualan dilakukan secara eceran dari Perusahaan atau pengusaha langsung ke konsumen akhir.

- c. *Business to Government (B2G E-commerce)*

Jenis E-commerce ini dilakukan perdagangan antar Perusahaan atau pengusaha dengan pemerintah atau sektor publik. Di mana terdapat dua syarat pada jenis ini, sebagai berikut:

- 1) Sektor publik atau pemerintah diasumsikan sebagai pemegang kendali utama dalam menjalankan E-commerce.
- 2) Diasumsikan bahwa sektor publik atau pemerintah sangat membutuhkan sistem pengadaan yang lebih efektif.

d. *Consumer to business (C2B)*

Jenis E-commerce ini dilakukan perdagangan antara konsumen atau individu dengan pengusaha atau Perusahaan, di mana konsumen atau individu bertindak sebagai pencipta nilai dari barang dan pihak Perusahaan atau pengusaha yang akan menjadi konsumen yang dilakukan secara online.

e. *Consumer to Consumer (C2C)*

Jenis E-commerce ini dilakukan perdagangan antar individu dengan konsumen, yang dapat diartikan juga sebagai transaksi dimana konsumen menjual produk secara langsung kepada konsumen lainnya. Transaksi seperti ini melibatkan lelang terbalik di mana pelanggan memiliki otoritas untuk melakukan proses transaksi. Pihak ketiga melakukan transaksi melalui aplikasi atau platform online, yang memungkinkan penjual dan pembeli untuk langsung menjual atau membeli barang melalui platform atau aplikasi pihak ketiga.

f. *Online to Offline* atau *Offline to Online (O2O)*

Jenis ini dilakukan perdagangan melalui layanan via online atau aplikasi kemudian di eksekusi jasa atau layanan secara offline.

g. *Mobile Commerce (M-Commerce)*

Jenis ini dilakukan pembelian dan penjualan barang maupun jasa melalui teknologi. Pengusaha yang dapat dipengaruhi oleh M-commerce, yakni:

- 1) *Financial Services* (mobile banking)
- 2) Telekomunikasi (perubahan, pembayaran, maupun penilaian)
- 3) Layanan informasi (entertainment)

#### **2.1.3.4 Indikator Adopsi E-commerce UMKM**

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

a. Akses internet

Akses internet yang cepat meningkatkan daya saing, karena pelanggan akan tertarik dengan layanan yang ditawarkan dan berusaha membeli produk yang dibuat.

b. Kemudahan Informasi

Jumlah informasi yang didistribusikan juga akan meningkat seiring kemajuan teknologi. Akibatnya, sumber daya manusia dapat menggunakan informasi ini untuk membuat inovasi yang lebih menarik dan memahami e-commerce.

c. Kemampuan SDM

Dengan perkembangan yang berfokus pada teknologi, sumber daya manusia harus dapat memanfaatkan berbagai teknologi informasi tentang permintaan pelanggan dan proses produksi.

d. Tanggung jawab manajerial

Untuk membangun daya saing, manajemen harus membuat keputusan tentang proses bisnis.

## **2.1.4 Pendapatan Operasional**

### **2.1.4.1 Pengertian Pendapatan Operasional**

Pendapatan operasional adalah kenaikan atau peningkatan aset dan penurunan atau penurunan kewajiban yang dihasilkan dari operasi barang atau jasa kepada pelanggan. Dalam periode akuntansi, keuntungan ekonomi yang dihasilkan oleh suatu entitas menunjukkan arus kas masuk, penurunan kewajiban yang harus dibayarkan, dan dampak pada laba yang akan diperoleh (Masitoh, 2020). Sebuah usaha tidak hanya menghasilkan uang dari kegiatan utamanya, tetapi juga menghasilkan uang dari kegiatan transaksi lainnya.

### **2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Dapat Mempengaruhi Pendapatan Operasional**

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

- a. Permintaan
- b. Penawaran
- c. Perubahan penawaran
- d. Modal

- e. Biaya produksi
- f. Pasar dan pemasaran

#### **2.1.4.3 Sumber yang Dapat Mempengaruhi Pendapatan Operasional**

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

- a. Penjualan kotor

Jumlah penjualan atau tagihan awal sebelum dikurangi retur penjualan dan potongan penjualan.

- b. Penjualan bersih

Penjualan kotor dikurangi pendapatan penjualan ditambah potongan penjualan lainnya.

#### **2.1.4.4 Indikator yang Dapat Mempengaruhi Pendapatan Operasional**

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

- a. Keuntungan

Keuntungan, yaitu pendapatan yang diperoleh memberikan keuntungan bagi pengusaha sehingga seluruh biaya yang dikeluarkan dapat ditutupi dan mampu mengembangkan usahanya.

- b. Kepuasan

Kepuasan, yaitu pendapatan yang diperoleh memberikan kepuasan bagi pengusaha ataupun perusahaan.

- c. Kemampuan membalas jasa

Kemampuan membalas jasa, yaitu pendapatan yang diperoleh sesuai dengan jerih payah yang telah dilakukan.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Berikut mencantumkan hasil dari penelitian sebelumnya yang diambil sebagai referensi dan digunakan kembali dalam konteks penelitian saat ini, sebagai berikut:

Penelitian yang dibuat oleh (Effendi, 2021) dengan judul penelitian Analisis E-Commerce Faktor-Faktor Adopsi Oleh Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Operasional hasil penelitian menyatakan bahwa tekanan eksternal dan manfaat yang dirasakan memengaruhi adopsi e-commerce tidak meningkatkan pendapatan operasional UMKM.

Penelitian yang dibuat oleh (Aprilia, 2024) dengan judul penelitian Pengaruh E-commerce terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Situbondo hasil penelitian menyatakan bahwa E-commerce sangat penting bagi UMKM untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar untuk terus mengembangkan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan teknologi lebih besar untuk terus mengembangkan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan daya saingannya di era digital ini.

Penelitian yang dibuat oleh (Nawawi, 2024) dengan judul penelitian Pengaruh Elemen E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bandar Lampung hasil penelitian menyatakan bahwa dukungan organisasi berpengaruh signifikan, serta kompetensi teknologi dan lingkungan eksternal berpengaruh positif dan signifikan dalam kinerja usaha terhadap pendapatan.

Penelitian yang dibuat oleh (Hasiah, 2023) dengan judul penelitian Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital hasil penelitian menyatakan bahwa adanya peningkatan signifikan dalam jumlah UMKK di Indonesia pada kuartal tahun pertama 2020, di mana saat pandemi COVID-19 pendapatan UMKM mengalami penurunan sehingga E-commerce berdampak positif terhadap pendapatan UMKM, karena e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar UKM dan mampu menjangkau lebih banyak konsumen.

Penelitian yang dibuat oleh (Ayem, 2024) dengan judul penelitian Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis hasil penelitian menyatakan Bahwa Sebagian besar studi menyimpulkan e-commerce dapat meningkatkan pendapatan UMKM, yang mencakup peningkatan omzet penjualan, akses pasar yang lebih luas, serta peningkatan daya saing.

Penelitian yang dibuat oleh (Rianty, 2021) dengan judul penelitian Pengaruh E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19 hasil penelitian menyatakan Bahwa munculnya e-commerce telah menciptakan peluang pasar yang luas bagi para pengecer dan penyedia layanan logistik, sehingga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Sumatera Selatan selama masa pandemi Covid-19.

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Effendi, 2021)	Analisis E-Commerce Faktor-Faktor Adopsi	Bahwa tekanan eksternal dan manfaat yang dirasakan

		Oleh Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Operasional	memengaruhi adopsi e-commerce tidak meningkatkan pendapatan operasional UMKM.
2.	(Aprilia, 2024)	Pengaruh E-commerce terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Situbondo	Bahwa E-commerce sangat penting bagi UMKM untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar untuk terus mengembangkan strategi pemasaran digital dan memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan daya saingannya di era digital ini.
3.	(Nawawi, 2024)	Pengaruh Elemen E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah di Kota Bandar Lampung	Bahwa dukungan organisasi berpengaruh signifikan, serta kompetensi teknologi dan lingkungan eksternal berpengaruh positif dan signifikan dalam kinerja usaha terhadap pendapatan.
4.	(Hasiah, 2023)	Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Era Bisnis Digital	Bahwa adanya peningkatan signifikan dalam jumlah UMKK di Indonesia pada kuartal tahun pertama 2020, di mana saat pandemi COVID-19 pendapatan UMKM mengalami penurunan sehingga E-commerce berdampak positif terhadap pendapatan UMKM, karena e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar UKM dan mampu menjangkau lebih banyak konsumen.
5.	(Ayem, 2024)	Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM: Tinjauan Literature Sistematis	Bahwa Sebagian besar studi menyimpulkan e-commerce dapat meningkatkan pendapatan UMKM, yang mencakup peningkatan omzet penjualan, akses pasar yang lebih luas, serta peningkatan daya saing.

6.	(Rianty, 2021)	Pengaruh E-commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19	Bahwa munculnya e-commerce telah menciptakan peluang pasar yang luas bagi para pengecer dan penyedia layanan logistic, sehingga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Sumatera Selatan selama masa pandemi Covid-19.
----	----------------	--	---

**Sumber:** Data Sekunder, 2025

### 2.3 Kerangka Berfikir

Definisi kerangka berfikir merupakan model konseptual mengenai teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono & Lestari, 2021). Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kerangka berfikir adalah model konseptual yang menjelaskan hubungan antara teori.

#### 2.3.1 Kesiapan Organisasi Terhadap Pendapatan Operasional

Kesiapan organisasi mengacu pada komitmen sumber daya manusia maupun sebuah organisasi untuk merubah dirinya untuk melaksanakan perubahan organisasi yang ditentukan dalam sebuah usaha (Lele, 2020). Kesiapan organisasi merujuk pada konsep yang seberapa siap suatu organisasi dalam menghadapi tantangan, perubahan, atau insiatif baru. Kesiapan organisasi sangat penting dalam proses perubahan, seperti kesiapan perubahan, inovasi, dan budaya organisasi. Kesiapan perubahan ini berfokus seberapa siap individu, kelompok, maupun organisasi secara keseluruhan dalam menghadapi perubahan yang tidak hanya melibatkan kesiapan teknis tetapi juga kesiapan mental atau sosial. Di mana sumber daya manusia merupakan faktor sentral

dalam sebuah organisasi untuk kelancaran maupun kesuksesan sebuah organisasi (Effendi, 2021). Kesiapan organisasi harus dapat mempersiapkan diri dan merencanakan strategi untuk menghasilkan dan mengelola dengan baik pendapatan operasional, agar keuangan dalam sebuah usaha dapat berjalan secara stabil dan berkelanjutan dalam meningkatkan kapabilitas sumber daya manusia. Dukungan organisasi berpengaruh signifikan berpengaruh positif dan signifikan dalam kinerja usaha terhadap pendapatan (Nawawi, 2024). Kesiapan organisasi terhadap pendapatan operasional pada umumnya di mana sebuah organisasi harus dapat mempersiapkan diri untuk mencapai dalam meningkatkan pendapatan operasionalnya. Dengan pembahasan sebelumnya dapat menyatakan bahwa adanya bukti kesiapan organisasi memiliki pengaruh terhadap pendapatan operasional.

### **2.3.2 Tekanan Eksternal Terhadap Pendapatan Operasional**

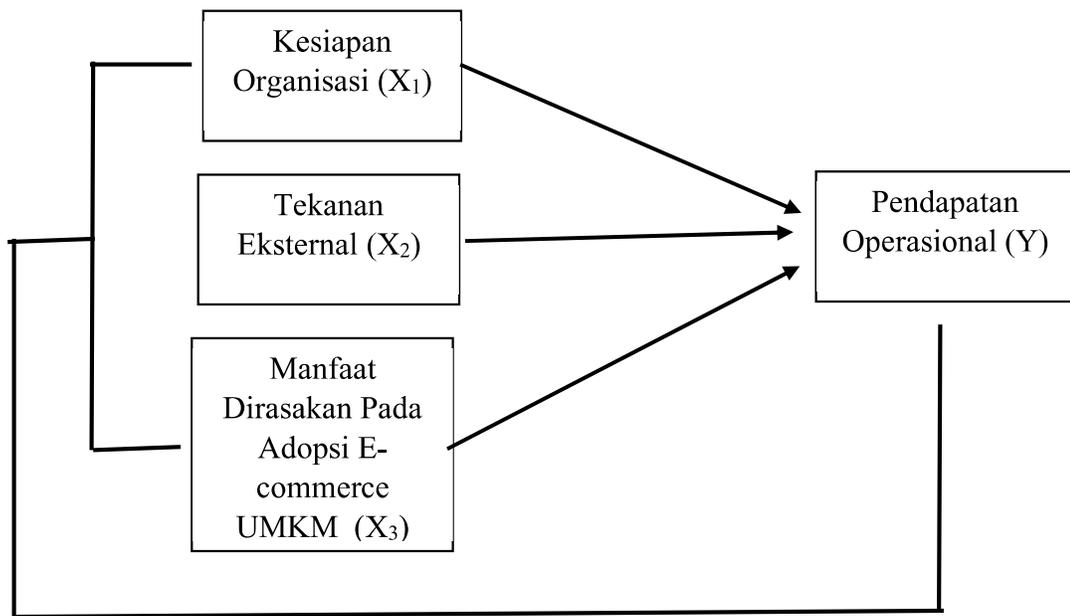
Tekanan eksternal merujuk pada faktor-faktor yang berasal dari luar terhadap individu, organisasi, maupun usaha lainnya, di mana dapat berpengaruh dampak terhadap tekanan eksternal dalam keberlanjutan usaha tersebut (Nawawi, 2024). Tekanan eksternal dapat berasal dari ekonomi, sosial, politik, ataupun lingkungan yang dapat mempengaruhi bagaimana usaha beroperasi. Aspek ini berada di luar kontrol lingkungan internal sebuah usaha dan mencakup berbagai faktor yang dapat menjadi peluang maupun ancaman bagi usaha. Secara keseluruhan dari segala faktor pada tekanan eksternal dapat berdampak buruk maupun baik dalam pendapatan operasional sebuah usaha, di mana sering menciptakan tantangan bagi pelaku usaha dalam

kelangsungan usaha dan mencapai target pendapatan. Tekanan eksternal berdampak positif dalam meningkatkan pendapatan operasional UMKM (Effendi, 2021).

### **2.3.3 Manfaat Dirasakan Pada Adopsi E-commerce Terhadap Pendapatan Operasional**

Adopsi E-commerce ini merupakan aplikasi yang digunakan untuk aktivitas perdagangan secara online dengan pemanfaatan internet (Ningsih, 2024). Pengadopsian E-commerce didorong oleh konektivitas baik antara pelaku usaha dengan konsumen yang dilihat dari keterampilan konsumen dalam mengecek ketersediaan produk maupun harga, mencari dan melakukan perbandingan, serta membuat pesanan dengan waktu dan lokasi produk. Dalam era digital, media sosial menjadi alat publikasi yang semakin populer dan berkembang pesat, menjadikannya mudah diakses tanpa batasan (Prasetyo, 2020). Oleh karena itu, dengan memanfaatkan adopsi E-commerce telah terbukti dapat meningkatkan maupun berdampak positif terhadap pendapatan usaha lebih tinggi dari masa ke masa berikutnya (Ningsih, 2024). Dengan pembahasan sebelumnya dapat menyatakan bahwa adanya bukti manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce memiliki berpengaruh terhadap pendapatan operasional.

Adapun kerangka berfikir pada penelitian ini, yaitu:



**Gambar 2. 1** Kerangka Berfikir

#### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini meliputi sebuah fenomena maupun aturan terhadap kasus penelitian untuk diuji yang menggunakan statistika dan metode tepat (Yam, J. H. & Taufik, R., 2021). Pada gambar kerangka berfikir di atas, hipotesis penelitian dapat dinyatakan, sebagai berikut:

H1: Kesiapan organisasi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional.

H2: Tekanan eksternal berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional.

H3: Manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Operasional.

H4: Kesiapan organisasi, tekanan eksternal, dan manfaat dirasakan pada adopsi E-commerce UMKM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan operasional.