



## LITERATURE REVIEW E-COMMERCE: PROFITABILITAS, TEKANAN EKSTERNAL DAN KEMUDAHAN PENGGUNA

Riyanti Teresya<sup>1</sup>, Rizka Rahmah Nabillah<sup>2</sup>, Safina Tunnajah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>) Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, [riantiteresya@gmail.com](mailto:riantiteresya@gmail.com)

<sup>2</sup>) Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, [rizkarn24@gmail.com](mailto:rizkarn24@gmail.com)

<sup>3</sup>) Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, [Safina02tunnajah@gmail.com](mailto:Safina02tunnajah@gmail.com)

Korespondensi Penulis: Riyanti Teresya<sup>1</sup>

**Abstrak:** Penelitian ini menulis untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media e-commerce. Dan pengaruhnya terhadap profitabilitas pada UMKM. Model kedua menggunakan variabel independen penggunaan e-commerce dan variabel depend yang digunakan adalah profitabilitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-commerce maka semakin mampu dalam meningkatkan profitabilitas pada UMKM baik secara langsung maupun tidak langsung. Media *E-Commerce* adalah sarana atau tempat aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk, dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Di era globalisasi ini jual beli dengan menggunakan media e-commerce bukanlah hal yang baru, karena telah banyak masyarakat yang menggunakan fasilitas dari media ini untuk membantu mereka dalam melakukan aktivitas jual beli.

**Kata Kunci:** E-Commerce, Profitabilitas), Tekanan Eksternal dan Kemudahan Pengguna

### PENDAHULUAN

#### Latar Belakang Masalah.

Perkembangan teknologi telah menuntut perusahaan untuk dapat bertahan dan mampu bersaing di tengah persaingan pasar yang ketat. Salah satu langkah yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mengadopsi teknologi dalam proses bisnisnya (Saroso et al., 2019). Jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan internet pun semakin meningkat karena kemajuan teknologi dan juga aktivitas perdagangan elektronik atau e-commerce yang semakin berkembang (Ramdansyah & Taufik, 2017). Penggunaan internet tidak hanya menjadi media jejaring, tetapi juga sebagai media bertransaksi bagi konsumen (Ramdansyah & Taufik, 2017). Internet mempengaruhi cara orang berkomunikasi satu sama lain, memperoleh informasi, dan juga melakukan belanja online. Adopsi teknologi memungkinkan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM di era ekonomi baru, terutama dalam memasarkan produknya. Model bisnis yang akan mendominasi adalah perdagangan elektronik atau e-commerce. E-commerce ini merupakan pasar potensial yang besar bagi para pelaku bisnis, termasuk untuk UMKM.

Menurut (Octavia et al., 2020), ecommerce sendiri adalah proses jual beli barang atau jasa secara elektronik yang terkomputerisasi. UMKM perlu didorong untuk menggunakan e-

commerce agar tidak ketinggalan dengan bisnis yang telah mengadopsi e-commerce (Religia et al., 2021). Berdasarkan penelitian (Octavia et al., 2020), bahwa adopsi e-commerce memiliki pengaruh yang signifikan dalam peningkatan kinerja bisnis UMKM. Penjualan ritel melalui e-commerce di Indonesia sendiri sangat besar, bahkan lebih besar dibandingkan dengan penjualan e-commerce di negara-negara di ASEAN (Religia et al., 2021). Namun, penggunaan e-commerce untuk penjualan, belum sepenuhnya dapat diimplementasikan dengan baik oleh para UMKM. Dengan begitu, karya tulis ini ingin mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi adopsi e-commerce bagi UMKM, dengan melihat penerapan e-commerce yang sulit dan juga pentingnya bagi UMKM. Karya tulis ini disusun sebagai berikut, bagian pertama menjelaskan pendahuluan dan tujuan karya tulis ini; bagian kedua menjelaskan faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce; bagian ketiga menyajikan metode yang digunakan; dan bagian terakhir membahas kesimpulan. Kesimpulan karya tulis ini diharapkan dapat membantu UMKM untuk tumbuh dan juga dapat menyediakan informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan.

Berdasarkan banyaknya pengalaman mahasiswa dan author yang kesulitan dalam mencari artikel pendukung untuk karya ilmiahnya sebagai penelitian terdahulu atau sebagai penelitian yang relevan. Artikel yang relevan di perlukan untuk memperkuat teori yang di teliti, untuk melihat hubungan atau pengaruh antar variabel dan membangun hipotesis. Artikel ini membahas pengaruh Profitabilitas , Tekanan Eksternal , dan Kemudahan Pengguna terhadap E-Commerce, suatu studi literature review dalam bidang Manajemen Sumberdaya Manusia

### **Rumusan Masalah.**

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu:

1. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap E-Commerce ?.
2. Apakah Tekanan Eksternal berpengaruh terhadap E-Commerce ?.
3. Apakah Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap E-Commerce ?.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **E-Commerce**

E-Commerce adalah) Saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui computer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa informasi pada konsumen dalam penentuan pilihan ( Kotler & Amstrong, 2012) (Eka, 2018). Dimensi atau indikator E-Commerce adalah Akses internet, kemudahan informasi, kemampuan SDM, tanggung jawab manajerial Informasi.( Nuray Terzri,2011)

E-Commerce adalah proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan computer terutama internet dan juga jaringan eksternal. (Kabanda,2011)). Dimensi atau indikator E-Commerce adalah Proses dimana dalam terdapat beberapa indicator yang mencakup dari proses, marketing, dan payment. (Dian Wirdasari,2009).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dilihat dari hubungan antara pendapatan dan biaya yang dihasilkan dari penggunaan aktiva perusahaan baik aktiva tetap maupun aktiva lancar dalam kegiatan yang produktif. Laba perusahaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan pendapatan dan pengurangan biaya. Laba yang diperoleh perusahaan akan meningkatkan dan mengembangkan usaha. Perusahaan dapat memperoleh

keuntungan lebih besar apabila perusahaan dapat memperluas pangsa pasar untuk produknya. (Sundjaja,2003). Dimensi atau indikator Profitabilitas profitabilitas adalah Profit Margin, Return on Equity, Return On Asset ( Muhammad hanif dan Abdul Halim (2016)).

Profitabilitas adalah menjelaskan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.(Bambang Riyanto,2001). Dimensi atau indikator Profitabilitas adalah Quick Ratio atau rasio cepat yang merupakan rasio yang dihitung dengan mengurangi persediaan yang ada dalam perusahaan dengan asset lancar lalu dibagi dengan kewajiban lancar. ( Brigham dan Houston,2014).

### Tekanan Eksternal

Tekanan Eksternal menjelaskan bahwa factor eksternal dari pengguna e-commerce ialah berasal dari tekanan kompetisi dan kehadiran pesaing yang telah menggunakan e-commerce sebelumnya, terutama supplier dan konsumen yang berkomunikasi secara online. (Menthlens et al 2001 dan Shahrudin et al 2011). Dimensi atau indikator Tekanan Eksternal adalah Undang- Undang dan peraturan, Tuntutan Pihak terkait, Tekanan Media Massa,Kritikan masyarakat, dan Perhatian lembaga kemasyarakatan (Ridha dan Basuki,2012).

Tekanan Eksternal adalah dorongan atau penolakan untuk dilaksanakan sebuah kebijakan yang berasal dari luar organisasi. (Solin,2013). Dimensi atau indikator Tekanan Eksternal adalah Semakin meningkatnya kritik dari masyarakat atas penerapan laporan keuangan, terbitnya undang-undang dan peraturab tentang e-commerce, dan perhatian lembaga kemasyarakatan. (Ridha dan Basuki,2012).

### Kemudahan Pengguna

Kemudahan Pengguna adalah Menurut Chin & Todd (1995) kemudahan mencakup seberapa besar teknologi yang dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan yang berkaitan dengan bagaimana operasional bertransaksi secara online. Pada saat konsumen pertama kali melakukan transaksi secara online maka konsumen akan mengalami kesulitan karena faktor keamanan dan tidak mengetahui proses transaksi secara online sehingga pada akhirnya konsumen lebih cenderung mengurangi niatnya untuk bertransaksi secara online. Kemudahan menggambarkan sejauh mana konsumen percaya bahwa menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Faktor kemudahan ini akan berdampak pada perilaku konsumen yaitu semakin tinggi persepsi konsumen tentang kemudahan menggunakan sistem maka akan semakin tinggi pula pemanfaatan teknologi informasi. Variabel kemudahan diukur dengan menggunakan dimensi atau indikator yaitu mudah dalam berinteraksi, mudah dalam melakukan transaksi, mudah dalam mendapatkan produk, mudah untuk dipelajari, dan mudah untuk digunakan (Suhir, dkk, 2014).

Kemudahan Pengguna mendefinisikan kemudahan pengguna (ease of use) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa computer dapat dengan mudah dipahami. (Davis dalam Nasution(2004) ). Dimensi atau indikator Kemudahan Pengguna adalah Mudah untuk dipelajari (ease to learn), Mudah digunakan ( ease to use), Jelas dan mudah dimengerti ( clear and understanding), dan Menjadi terampil ( became skillful). (Sun dan Zhang, 2011).

**Tabel 1: Penelitian terdahulu yang relevan**

No	Author (tahun)	Hasil Riset terdahulu	Persamaan dengan artikel ini	Perbedaan dengan artikel ini
1	Ni Made Ari Puspita Dewi dan I Gde Kt. Warmika (2016)	Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan mobile e-	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat	Tempat penelitian yang dilakukan di kota Denpasar. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Bekasi

		commerce.	menggunakan mobile e-commerce. Persamaannya sama-sama menggunakan Variabel Independen Niat Pengguna.	Utara.
2	Andreas Septa Yogananda, dan I Made Bayu Dirgantara (2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Niat untuk menggunakan instrument uang elektronik.	Penulis dan peneliti sama-sama terdapat menggunakan Variabel Independen persepsi kemudahan dan persepsi manfaat.	Tempat peneliti yang dilakukan oleh peneliti dikota Denpasar. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Bekasi Utara.
3	Dewi Arfianita Utami (2020)	Profitabilitas , tekanan eksternal dan kemudahan pengguna berpegaruh positif dan signifikan terhadap e-commerce	Variabel independen yang digunakan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.	Profitabilitas menggunakan variabel terikat ( dependen). Sedangkan Tekanan Eksternal dan Kemudahan penggunaan menggunakan variabel bebas.
.4	Onny Herlambang Putra Wardhana ( 2016)	pengaruh yang signifikan dari konstruk persepsi kemudahan (perceived ease of use), persepsi kegunaan (perceived usefulness), pengaruh sosial (social influence), dan kepercayaan (trust) terhadap minat menggunakan sistem e-commerce.	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Technology Acceptance Model (TAM), TAM 2, Theory Reasoned Action (TRA), dan Theory of planned behaviour (TPB). Model TAM digunakan untuk terdiri dari 3 buah konsep yang saling berhubungan, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (perceived easy of use), persepsi kegunaan (perceived usefulness), dan keinginan mengadopsi teknologi (intention to adopt). Melalui model ini ditunjukkan bagaimana peran dari persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan dalam mempengaruhi minat individu dalam menggunakan sebuah sistem.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada sampel. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan sampel pengguna ecommerce di forum-forum online dan sosial media yang berada di Indonesia.
.5	Angga Febrian dan Larasati Ahluwalia (2020)	Cara yang lebih tepat agar dapat menjangkau pelanggan adalah tidak hanya mengandalkan website perusahaan saja, tetapi juga dengan memanfaatkan media yang lebih dikenal oleh	Penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen dan dependen dan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-commerce.	Model bisnis e-commerce seperti C2C juga dapat diteliti agar mendapatkan hasil yang lebih bermanfaat bagi para praktisi bisnis e-commerce maupun akademisi pemasaran

		masyarakat luas seperti penggunaan Instagram dan Facebook dalam memunculkan ciri khas merek perusahaan. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan di Indonesia, mungkin akan berbeda hasil jika model penelitian diterapkan pada negara lain dengan budaya yang berbeda.		online.
6	Adam Dharma Syahputra (2021)	Intellectual Capital, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas sektor perbankan.	Penelitian ini sama-sama menggunakan kuantitatif dan komparatif.	Intellectual Capital secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas sesudah penerapan e-commerce. Sedangkan Intellectual Capital secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas sebelum dan sesudah penerapan e-commerce.

## METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini menggunakan metode kualitatif dan kajian pustaka (**Library Research**). Mengkaji teori dan hubungan atau pengaruh antar variabel dari buku-buku dan jurnal baik secara *off line* di perpustakaan dan secara *online* yang bersumber dari **Mendeley**, **Scholar Google** dan media online lainnya.

Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali & Limakrisna, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review ini* dalam konsentrasi Pengaruh E-Commerce adalah:

### Pengaruh Profitabilitas terhadap E-Commerce.

Profitabilitas berpengaruh terhadap E-Commerce, dimana dimensi atau indikator Profitabilitas bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap e-commerce. Para pelaku UMKM dapat meningkatkan profitabilitas dari hasil penjualannya, hal ini dipengaruhi oleh banyak hal seperti meningkatkan pelanggan karena wilayah promosi yang semakin luas sehingga berdampak pada penjualan yang berarti profitabilitas yang didapat akan bertambah yang berpengaruh terhadap dimensi atau indikator E-Commerce yang didukung dengan kegiatan produksi dan distribusi suatu bisnis. Dengan menerapkan e-commerce, pertukaran informasi yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, serta distribusi produk tidak berwujud yang akan menjadi luas. (Prastuti Sulistyorini,dkk,2019). Untuk meningkatkan E-Commerce dengan memperhatikan Profitabilitas, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah membuat suatu pengalaman positif dengan membuat

penjualannya mudah dan layanannya solid, membuat transaksinya cepat, gampang, dan tanpa gangguan agar mencapai tujuan.(Yulianto,2006).

Profitabilitas berpengaruh terhadap E-Commerce, apabila Profitabilitas di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan. Profitabilitas yang diukur dengan tingkat pembelian atas investasi atau Return On Investment maka semakin rendah juga struktur modal suatu perusahaan, dan sebaliknya jika profitabilitas tinggi maka laba bersih yang dihasilkan oleh pengusaha tersebut juga tinggi. (Engel, 2014).

Profitabilitas berpengaruh terhadap E-Commerce, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Nurjati, 2021), (Hanafi dan Halim,2009), dan (Eka, 2018).

### **Pengaruh Tekanan Eksternal terhadap E-Commerce.**

Tekanan Eksternal berpengaruh terhadap E-Commerce, dimana dimensi atau indikator Profitabilitas variabel tekanan eksternal memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel penggunaan e-commerce. Hal ini disebabkan oleh kurangnya organisasi dalam hal mendukung penggunaan ecommerce, baik itu dari segi karyawan yang kurang paham mengenai ecommerce, lingkungan yang tidak mendukung untuk menggunakan ecommerce itu sendiri bahkan kurangnya informasi mengenai adanya sosialisasi penggunaan e-commerce dari pemerintah sekitar, ketertarikan para pengusaha UMKM menggunakan ecommerce disebabkan oleh adanya kelatihan sosial yaitu seperti dari segi kompetitor usaha, konsumen maupun rekan bisnis yang sudah mulai menggunakan e-commerce dalam menjalankan usahanya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang berpengaruh terhadap dimensi atau indikator E-Commerce. (Rambat Lupiodi,dkk (2012). Untuk meningkatkan E-Commerce dengan memperhatikan Profitabilitas , maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah mengoptimalkan penggunaan e-commerce untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas manajerial perusahaan. dimana bentuk pemanfaatan e-commerce dalam bentuk pembelian input-input produksi pertanian. Meskipun pada umumnya petani masih melakukan metode offline untuk pembelian sarana dan prasarana pertanian, akan tetapi pemilik toko pertanian sudah banyak yang menggunakan e-commerce untuk membeli stok produk input pertaniannya. Pada umumnya petani masih sebatas memanfaatkan teknologi berupa telepon dan internet untuk mengirim pesan, sedangkan pemilik toko sudah menggunakan e-commerce yang lebih canggih seperti social media, marketplace, dan website. Secara tidak langsung e-commerce menciptakan perbaikan pada ekosistem rantai nilai produk pertanian yang manfaatnya dapat dirasakan aktor-aktor agribisnis. (Nurrohmah & Alfianur, 2015)

Tekanan Eksternal berpengaruh terhadap E-Commerce, apabila Tekanan Eksternal di persepsikan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas produk dan kepercayaan dan keyakinan kepervayaan, karena faktor dari keyakinan kepercayaan dan niat kepercayaan ini sangat berpengaruh terhadap situs web, karena situs web inilah yang akan memberikan pengalaman dan kesan awal ketika seseorang akan menggunakannya. (Maharani dan Farida, 2017).

Tekanan Eksternal berpengaruh terhadap E-Commerce, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Maharani, 2017), (Latifah et al., 2020), dan (Pangesti & Adyaksana, 2021).

### **Pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap E-Commerce.**

Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap E-Commerce, dimana dimensi atau indikator Pengguna Organisasi(Profitabilitas) variabel penggunaan e-commerce. Karyawan perlu diberikan motivasi untuk mengasah kemampuan dan keterampilan mereka agar dapat menggunakan teknologi baru. Walaupun demikian, banyak para pelaku UMKM yang sudah

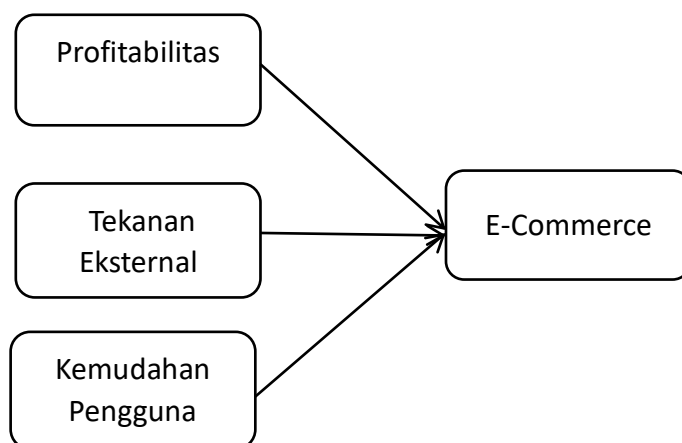
mulai paham penggunaan e-commerce yang menyebabkan dengan adanya ecommerce dapat menjadikan usaha lebih fleksibel, bebas melakukan transaksi darimana saja dan kapan saja, serta e-commerce dapat membantu meningkatkan transaksi penjualan pelaku UMKM karena sistem jual beli yang memiliki lingkup lebih luas dibanding dengan pelaku UMKM yang hanya melakukan sistem transaksi tradisional yang berpengaruh terhadap dimensi atau indikator E-Commerce. Grandon dan Pearson (2004). Untuk meningkatkan E-Commerce dengan memperhatikan Kemudahan Pengguna, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah perkembangan internet yang cukup lama dapat memberikan dampak yang cukup kuat bagi kehidupan manusia di dunia nyata. Pada lingkungan bisnis ini membawa dampak transformasional yang menciptakan paradigma baru dalam berbisnis yang berupa digital marketing, e-business, e-commerce, dan beberapa istilah lainnya. (Chandra dkk, 2007).

Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap E-Commerce, apabila Profitabilitas di persiapkan baik oleh pelanggan / konsumen maka ini akan dapat meningkatkan kualitas media yang populer dalam aktivitas e-commerce yaitu word wide web (www), Oleh karena itu, perbaikan terus menerus yang mengenai pelayanan yang disediakan oleh web e-commerce yang akan mempunyai pengaruh yang besar pada tingkat penjualan dan kepuasan konsumen. (Utami, 2020)

Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap E-Commerce, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Fatmala et al., 2018), (Romla & Ratnawati, 2018), dan (Lestari, I. T. & Widyastuti, 2019).

### Conceptual Framework

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.



**Gambar 1: Conceptual Framework**

Berdasarkan gambar conceptual framework di atas, maka: Profitabilitas, Tekanan Eksternal, dan Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap E-Commerce.

Selain dari tiga variabel exogen ini yang mempengaruhi E-Commerce, masih banyak variabel lain yang mempengaruhinya diantaranya adalah:

- Lingkungan Eksternal: (Fitriani et al., 2020) (Duan et al, 2012), dan (Zhu dan Kremer, 2005).
- Kesiapan Organisasi (Nurlinda dan Fathimah, 2019), (Zhu dan Kremer, 2005), dan (Oliveira dan Martins, 2010).
- Framework Teknologi Organisasi dan Lingkungan : (Rahayu dan Day, 2015), (Hernando et al, 2017), dan (Wintari & Suardana, 2018)

- d) Kreativitas / Creativity: (Desfiandi et al., 2017), (Yacob et al., 2020), (Richardo et al., 2020), (Christina Catur Widayati et al., 2020), (Prayetno & Ali, 2020), (C.C. Widayati et al., 2020)
- e) Organisasi / Organization: (Sari & Ali, 2019), (Brata, Husani, Hapzi, 2017), (Limakrisna et al., 2016), (Desfiandi et al., 2017), (Harini et al., 2020), (Riyanto et al., 2017), (Sulaeman et al., 2019), (Ali, 1926), (Masydzulhak et al., 2016), (Widodo et al., 2017), (Silitonga et al., 2017), (Rivai et al., 2017), (Prayetno & Ali, 2017), (Saputra & Ali, 2021), (Saputra & Ali, 2022).
- f) Sistem / system: (Shobirin & Hapzi Ali, 2019), (Ashshidiqy & Ali, 2019), (Sari & Ali, 2019), (Djojo & Ali, 2012), (Darwisyah et al., 2021), (Somad, A., Imron Rosadi, K., & Ali, 2021), (Erlina Gusnita, Hapzi Ali, 2021)
- g) Software / Perangkat Lunak: (Indarsin & Ali, 2017), (Assagaf & Ali, 2017)

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan teori, artikel yang relevan dan pembahasan maka dapat di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya: 1) Profitabilitas berpengaruh terhadap E-Commerce. 2) Tekanan Eksternal berpengaruh terhadap E-Commerce. 3) Kemudahan Pengguna berpengaruh terhadap E-Commerce.

### Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa masih banyak factor lain yang mempengaruhi E-Commerce, selain dari Profitabilitas, Tekanan Eksternal, dan 33 pada semua tipe dan level organisasi atau perusahaan, oleh karena itu masih di perlukan kajian yang lebih lanjut untuk mencari faktor-faktor lain apa saja yang dapat memengaruhi E-Commerce selain yang variabel yang di teliti pada artikel ini. Faktor lain tersebut seperti Lingkungan eksternal, Sikap menggunakan teknologi dan Kinerja Perusahaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ali, H. (1926). Evolution of Tank Cascade Studies of Sri Lanka. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21276/sjhss>
- Ashshidiqy, N., & Ali, H. (2019). PENYELARASAN TEKNOLOGI INFORMASIDENGAN STRATEGI BISNIS. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i1.46>
- Assagaf, A., & Ali, H. (2017). International Journal of Economics and Financial Issues Determinants of Financial Performance of State-owned Enterprises with Government Subsidy as Moderator. *International Journal of Economics and Financial Issues*.
- Brata, Husani, Hapzi, B. H. S. A. (2017). Saudi Journal of Business and Management Studies Competitive Intelligence and Knowledge Management: An Analysis of the Literature. *Saudi Journal of Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Darwisyah, D., Rosadi, K. I., & Ali, H. (2021). Berfikir Kesisteman Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Pendidikan Islam. ... *Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(1), 225–237.
- Desfiandi, A., Fionita, I., & Ali, H. (2017). Implementation of the information systems and the creative economy for the competitive advantages on tourism in the province of Lampung. *International Journal of Economic Research*.
- Djojo, A., & Ali, H. (2012). Information technology service performance and client's relationship to increase banking image and its influence on deposits customer banks loyalty (A survey of Banking in Jambi). *Archives Des Sciences*.
- Eka, S. R. (2018). *Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Kinerja Keuangan Pada*



*Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif Di Klaten.*

- Engel. (2014). 濟無No Title No Title No Title. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Erlina Gusnita, Hapzi Ali, K. I. R. (2021). *Model sistem dalam konteks pengertian, jenis, konstruksi, berpikir kesisteman dalam pendidikan islam*. 2(2), 948–956. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.761>
- Fatmala, W. S., Suprpto, & Rachmadi, A. (2018). Analisis kualitas layanan website e-commerce berrybenka terhadap kepuasan pengunjung menggunakan metode webqual 4.0 dan importance performance analysis (ipa). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(1), 175–183.
- Fitriani, S., Medinah, M., & Linarti, U. (2020). Pengaruh Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal yang Menghambat Penggunaan E-Commerce pada UMKM Kerajinan di Kota Yogyakarta. *Journal of Industrial and Engineering System*, 1(2), 101–110. <https://doi.org/10.31599/jies.v1i2.317>
- Harini, S., Hamidah, Luddin, M. R., & Ali, H. (2020). Analysis supply chain management factors of lecturer's turnover phenomenon. *International Journal of Supply Chain Management*.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2017). Attitude toward Using m-Commerce: The Analysis of Perceived Usefulness Perceived Ease of Use, and Perceived Trust: Case Study in Ikens Wholesale Trade, Jakarta – Indonesia. *Saudi Journal of Business and Management Studies*. <https://doi.org/10.21276/sjbms.2017.2.11.7>
- Latifah, N., Widayani, A., & Normawati, R. A. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 82. <https://doi.org/10.19184/bisma.v14i1.13550>
- Lestari, I. T. & Widyastuti, W. (2019). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Belanja Online (Studi Pada Pengguna Tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 478–484.
- Limakrisna, N., Noor, Z. Z., & Ali, H. (2016). Model of employee performance: The empirical study at civil servants in government of west java province. *International Journal of Economic Research*.
- Masydzulhak, P. D., Ali, P. D. H., & Anggraeni, L. D. (2016). The Influence of work Motivationand Job Satisfaction on Employee Performance and Organizational Commitment Satisfaction as an Intervening Variable in PT. Asian Isuzu Casting Center. In *Journal of Research in Business and Management*.
- Nurjati, E. (2021). PERAN DAN TANTANGAN E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA AKSELERASI MANAJEMEN RANTAI NILAI PRODUK PERTANIAN The Roles and Challenges of E-Commerce as an Acceleration Medium the Management Value Chain of Agricultural Products. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 39(2), 105–115.
- Nurrohmah, A., & Alfanur, F. (2015). Adopsi E-Commerce Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Bandung ( Studi Kasus Subsektor Fesyen ) Adoption of E-Commerce on Micro and Small Enterprise in Bandung ( Fashion Subsector Case Study ). *ISSN: 2355-9357 e- Proceeding of Management : Vol.3, No.2 Agustus 2016*, 3(2), 1120–1127.
- Pangesti, S. D., & Adyaksana, R. I. (2021). Determinan adopsi e-commerce dan dampaknya pada usaha mokro kecil dan menengah (UMKM). ... *of Business and Information Systems (e ...*, 3(2), 97–107.
- Prayetno, S., & Ali, H. (2017). Analysis of advocates organizational commitment and advocates work motivation to advocates performance and its impact on performance advocates office. *International Journal of Economic Research*.
- Prayetno, S., & Ali, H. (2020). The influence of work motivation, entrepreneurship knowledge and advocate independence on advocate performance. *International Journal*

*of Innovation, Creativity and Change.*

- Richardo, Hussin, M., Bin Norman, M. H., & Ali, H. (2020). A student loyalty model: Promotion, products, and registration decision analysis-Case study of griya english fun learning at the tutoring institute in wonosobo central Java. *International Journal of Innovation, Creativity and Change.*
- Rivai, A., Suharto, & Ali, H. (2017). Organizational performance analysis: Loyalty predictors are mediated by work motivation at urban village in Bekasi City. *International Journal of Economic Research.*
- Riyanto, S., Pratomo, A., & Ali, H. (2017). EFFECT OF COMPENSATION AND JOB INSECURITY ON EMPLOYEE ENGAGEMENT (STUDY ON EMPLOYEE OF BUSINESS COMPETITION SUPERVISORY COMMISSION SECRETARIAT). *International Journal of Advanced Research.* <https://doi.org/10.21474/ijar01/4139>
- Romla, S., & Ratnawati, A. (2018). Keputusan Pembelian E-Commerce Melalui Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi Dan Kualitas Interaksi Layanan Web. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 59. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.1.59-70>
- Saputra, F., & Ali, H. (2021). THE IMPACT OF INDONESIA ' S ECONOMIC AND POLITICAL POLICY REGARDING PARTICIPATION IN VARIOUS INTERNATIONAL FORUMS : G20 FORUM ( LITERATURE REVIEW OF FINANCIAL MANAGEMENT ). *Journal of Accounting and Finance Management*, 1(4), 415–425.
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). PENERAPAN MANAJEMEN POAC: PEMULIHAN EKONOMI SERTA KETAHANAN NASIONAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN POAC). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316–328. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>
- Sari, V. N., & Ali, H. (2019). PERUMUSAN STRATEGI BAGI UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA YPTK PADANG UNTUK MERAHAI KEUNGGULAN BERSAING. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi.* <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i1.42>
- Shobirin, M., & Hapzi Ali. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PENUMPANG DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL SOEKARNO HATTA CENGKARENG. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi.* <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i2.66>
- Silitonga, P. E. S., Widodo, D. S., & Ali, H. (2017). Analysis of the effect of organizational commitment on organizational performance in mediation of job satisfaction (Study on Bekasi City Government). *International Journal of Economic Research.*
- Somad, A., Imron Rosadi, K., & Ali, H. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MODEL SISTEM PENDIDIKAN ISLAM: JENIS KESISTEMAN, KONSTRUKSI KESISTEMAN, BERPIKIR KESISTEMAN. *Dinastirev.Org*, 1(2). <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i2>
- Sulaeman, A. S., Waluyo, B., & Ali, H. (2019). Making dual procurement and supply chain operations: Cases in the Indonesian higher education. *International Journal of Supply Chain Management.*
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93.
- Widayati, C.C., Ali, H., Permana, D., & Nugroho, A. (2020). The role of destination image on visiting decisions through word of mouth in urban tourism in Yogyakarta. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(3).
- Widayati, Christina Catur, Ali, H., Permana, D., & Nugroho, A. (2020). The role of destination image on visiting decisions through word of mouth in urban tourism in Yogyakarta. *International Journal of Innovation, Creativity and Change.*

- Widodo, D. S., Silitonga, P. E. S., & Ali, H. (2017). Analysis of organizational performance: Predictors of transformational leadership style, services leadership style and organizational learning: Studies in Jakarta government. *International Journal of Economic Research*.
- Wintari, K. A. T., & Suardana, K. A. (2018). Pengaruh Tekanan Eksternal , Pengendalian Internal , Ketidakpastian Lingkungan dan Komitmen Organisasi Pada Penerapan Transparansi Pelaporan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Un. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(1), 747–774.
- Yacob, S., Sucherly, Sari, D., Mulyana, A., & Ali, H. (2020). An Optimising strategy for minimarket modern retail business performance in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.