

# **PENGARUH ADOPSI *E-COMMERCE* TERHADAP STRATEGI BISNIS DENGAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

**(Pada UKM Sentra Industri Kulit di Manding, Bantul)**

ALFIANI DESTY RACHMAWATI

NIM : 141170233

E-mail : [alfianidestyrachma@gmail.com](mailto:alfianidestyrachma@gmail.com)

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap strategi bisnis yang dimoderasi oleh keunggulan kompetitif pada UKM Sentra Industri Kulit di Manding, Bantul. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah kurangnya dasar yang digunakan untuk memilih strategi dalam meningkatkan penjualan kerajinan kulit di tengah adanya pandemi Covid-19 dengan memanfaatkan teknologi digital dan kurang maksimalnya penggunaan teknologi digital (*e-commerce*). Metode pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 53 UKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sensus yang menjadikan semua populasi sebagai sampel yaitu 53 UKM. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Adanya pengaruh negatif dan signifikan adopsi *e-commerce* terhadap strategi diferensiasi, 2) Adanya pengaruh positif dan signifikan adopsi *e-commerce* terhadap strategi kepemimpinan biaya, 3) Keunggulan kompetitif memperlemah pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap strategi diferensiasi, 4) Keunggulan kompetitif memperkuat pengaruh adopsi *e-commerce* terhadap strategi kepemimpinan biaya.

**Kata Kunci : adopsi *e-commerce*, strategi diferensiasi. Strategi kepemimpinan biaya, keunggulan kompetitif**