

PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA UMKM DI KECAMATAN MEDAN KOTA

Sri Ramada Yanti¹, Lusi Elviani Rangkuti², Mas'ut³

^{1,2,3}Universitas Islam Sumatera Utara

Email: ramadayantisri9@gmail.com¹, lusielvianirangkuti@gmail.com², masutfe@uisu.ac.id³

ABSTRAK

Elektronik *commerce* atau biasa disebut dengan *e-commerce* merupakan proses transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran maupun promosi barang atau jasa yang dilakukan dengan sarana komunikasi elektronik digital atau internet. Dengan perubahan teknologi yang juga dirasakan oleh masyarakat, maka *e-commerce* akan menjadi suatu alat yang dapat membantu dalam dunia ekonomi yang sudah masuk ke era digital ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota. Penelitian ini dilakukan berdasarkan teori *Technology Accaptance Model* (TAM) yang memiliki 4 variabel yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan menggunakan, sikap menggunakan, dan niat perilaku untuk menggunakan. Populasi ini sebanyak 107 UKM makanan dan minuman dengan menggunakan rumus pengambilan sampel *Slovin* diperoleh ukuran sampel sebesar 52 sampel dan dialokasikan dengan menggunakan *purposive sampling* data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS 22. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *E-commerce* (Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Sikap Menggunakan, Niat Perilaku Untuk Menggunakan) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Kata Kunci: Pemanfaatan *E-commerce*, Kinerja UMKM.

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of the Village Financial System and Village Apparatus Competence on the Performance of Village Government Financial Management in Bangun Purba District. The method used in this study is quantitative. The population in this study was 72 respondents consisting of village heads, village secretaries, and financial heads from 24 villages. The sampling technique used was a saturated data sample processed using the SPSS 22 program. The results of this study found that the Village Financial System had an effect on Village Financial Management Performance, Village Apparatus Competence did not have an effect on Village Government Financial Management Performance, while the Village Financial System and Village Apparatus Competence simultaneously had an effect on Village Government Financial Management Performance.

Keywords: Utilization Of E-Commerce, SME Performance

A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara maupun daerah. Peran penting tersebut telah mendorong banyak negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkan UMKM. Perkembangan perekonomian di Indonesia sendiri tidak dapat dilepaskan dari keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Azis, 2020). Fakta bahwa usaha mikro, kecil dan menengah semakin berkembang di Indonesia menunjukkan bahwa pengusaha memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM tahun 2019 – 2023 di Kota Medan

No	Tahun	Jumlah UMKM
1.	2019	200.017 unit UMKM
2.	2020	207.850 unit UMKM
3.	2021	259.812 unit UMKM
4.	2022	264.812 unit UMKM
5.	2023	273.812 unit UMKM

Sumber: <https://umkm.depkop.go.id>

Berdasarkan data diatas menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM terus meningkat selama lima tahun terakhir. UMKM juga menjadi penggerak sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran. Hal ini karena UMKM dapat dijangkau oleh lapisan masyarakat karena dapat beralokasi di berbagai tempat, termasuk daerah dengan mobilitas rendah. Kehadiran UMKM yang demikian, dapat memperluas kesempatan kerja dan membantu mewujudkan pemerataan pendapatan di Indonesia (Nurma, 2022).

Sebagai pemula UMKM akan dihadapkan oleh persaingan yang sama dibidangnya. UMKM harus memiliki inovasi dan perubahan yang lebih baik dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam perkembangan bisnis nya serta adanya manajemen pengelolaan dengan baik sehingga akan memberikan dampak baik seperti meningkatkan kinerja UMKM. Kinerja mengacu pada hasil dan perilaku yang ditunjukkan oleh kelompok atau orang tertentu selama jangka waktu tertentu (Oktavia, 2024). Kinerja dibagi dua yaitu kinerja keuangan dan non keuangan.

Kinerja keuangan UMKM dalam mengelola sumberdaya finansial mereka dan mencapai hasil yang diinginkan dalam keuangan. Kinerja non keuangan UMKM yang berkaitan dengan operasional usaha yang menyangkut hubungan organisasi dengan lingkungan eksternal memiliki pengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

Era globalisasi yang penuh dengan integrasi sosial media dan ekonomi menjadikan kemajuan teknologi sebagai penopang pertumbuhan ekonomi yang efektif (Rusdianasari, 2018). Saat ini teknologi mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk mengembangkan peluang baru dan meningkatkan daya saing usaha yang dimilikinya. Salah satunya adalah menjual produk online atau melalui e-commerce. Pemanfaatan teknologi informasi khususnya e commerce dianggap sebagai salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu meningkatkan dan mengembangkan UMKM.

E-Commerce atau Elektronik Commerce adalah pelaksanaan perniagaan berupa penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang atau jasa yang dilakukan dengan komputerisasi juga sarana komunikasi elektronik dalam bentuk digital ataupun komunikasi data (Helmalia & Afrinawati, 2018). Pemanfaatan sistem e-commerce dalam proses pemasaran produk hasil UMKM merupakan faktor penting dalam peningkatan kinerja UMKM. Dengan e-commerce pengusaha UMKM dapat meningkatkan dan memperluas pangsa pasar serta meningkatkan penjualan (Farida et al., 2019).

Dengan adanya *e-commerce* juga dapat memperluas pasar karena konsumen dapat menjangkau produk tersebut tanpa ada batasan jarak dan waktu sehingga pelanggan akan terus meningkat. *E-commerce* tidak membutuhkan transaksi fisik antara konsumen dengan pedagang secara langsung, sehingga akan mempercepat pelaksanaan transaksi. Begitu pula dengan konsumen yang dapat menghemat waktu, sehingga lebih cepat karena dilakukan secara online. Dengan menggunakan pemanfaatan e-commerce ini, tentu akan membantu meningkatkan Usaha Kecil Mengah (UKM).

Setelah dilakukan observasi ada 239 para pelaku UKM yang ada di Kecamatan Medan Kota. Makanan dan minuman adalah sektor UKM terbanyak yang kedua setelah perdagangan besar dan eceran, repasi mobil dan motor. Namun dari banyaknya UKM tersebut hanya beberapa dari mereka yang sudah e-commerce dalam transaksi jual beli, sehingga peneliti tertarik ingin melaksanakan penelitian ini. Oleh karena itu subjek penelitian ini adalah para pelaku UKM yang menggunakan e-commerce dalam transaksi jual beli.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan survei, wawancara dengan memberi kuisioner kepada pelaku UMKM yang menggunakan *e-commerce* di Kecamatan Medan Kota. Populasi pada penelitian ini 107 responden makanan dan minuman serta menggunakan rumus slovin dan menggunakan metode *puposive sampling* dan mendapat hasil sampel yaitu 52 responden.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur menggunakan program SPSS. Dimana responden dalam penelitian ini sebanyak 52 responden. Pengujian ini dilakukan dengan dua sisi kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel 5%	Keterangan
Persepsi Kegunaan E-commerce (X1)	X1	0,873	0,268	Valid
	X2	0,844	0,268	Valid
	X3	0,594	0,268	Valid
Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2)	X1	0,806	0,268	Valid
	X2	0,783	0,268	Valid
	X3	0,858	0,268	Valid
Sikap Menggunakan E-commerce (X3)	X1	0,866	0,268	Valid
	X2	0,847	0,268	Valid
	X3	0,521	0,268	Valid
Niat Perilaku Untuk Menggunakan E-commerce (X4)	X1	0,814	0,268	Valid
	X2	0,773	0,268	Valid
	X3	0,802	0,268	Valid
Kinerja UMKM (Y)	Y1	0,459	0,268	Valid
	Y2	0,645	0,268	Valid
	Y3	0,527	0,268	Valid
	Y4	0,6954	0,268	Valid
	Y5	0,4812	0,268	Valid
	Y6	0,752	0,268	Valid
	Y7	0,699	0,268	Valid

Sumber: Data olahan SPSS, 2025

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang dimiliki *corrected itemtotal correlation* (r_{hitung}) $>$ r_{tabel} yaitu 0,268. Ini berarti seluruh item masing-masing yang ada dinyatakan Valid.

Uji Reabilitas

Pertanyaan yang sudah dikatakan valid dalam uji validitas, maka dilanjutkan dengan uji reabilitas dengan menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach* dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika *ralpha* positif atau lebih besar dari *rtabel* maka pertanyaan realibel.
- Jika *ralpha* negatif atau lebih kecil dari *rtabel* maka pertanyaan tidak reliabel.

Tabel 1.3 Uji Reabilitas

Varibel	Cronbach's Alpha	Rtabel	Keterangan
Persepsi Kegunaan E-commerce (X1)	0,660	0,268	Reliabel
Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2)	0,732	0,268	Reliabel
Sikap Menggunakan E-commerce (X3)	0,627	0,268	Realibel
Niat Perilaku Menggunakan E-commerce (X4)	0,693	0,268	Realibel
Kinerja UMKM	0,714	0,268	Realibel

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas residual dilakukan dengan menggunakan uji *statistick Kolmogorov-Smirnov*. Dimana dasar pengambilan keputusan untuk uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< ,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1.4 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,72006266
Most Extreme Differences	Absolute	,090
	Positive	,063
	Negative	-,090
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi pada *E-xact.Sig. (2-tailed)* yaitu (*Sig*) 0,200. Dari angka tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal karena nilai signifikansinya $> 0,05$ sehingga penelitian ini layak untuk dilanjutkan.

Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (non-multikolinearitas). Berikut ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas antar variabel independen:

- Jika nilai $VIF < 10,00$ dan $Tolerance > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai $VIF > 10,00$ dan $Tolerance < 0,10$ maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

Tabel 1.5 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12,211	3,050		4,004	,000		

Persepsi Kegunaan E-commerce (X1)	-,054	,222	-,034	-,241	,810	,573	1,746
Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2)	,766	,215	,486	3,569	,001	,641	1,630
Sikap Menggunakan E-commerce (X3)	-,153	,151	-,112	1,009	,318	,981	1,089
Niat Perilaku Menggunakan E-commerce (X4)	,668	,327	,319	2,041	,047	,466	2,144

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan apakah varian residual tidak sama untuk setiap pengamatan tentang model regresi, dan juga untuk memahami adanya ketidak konsistenan dalam uji regresi linear. Pengujiannya sebagai berikut.

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 1.6 Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,318	1,852		2,331	,024
Persepsi Kegunaan E-commerce (X1)	,046	,135	,063	,344	,732
Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2)	,026	,130	,035	,198	,844
Sikap Menggunakan E-commerce (X3)	,126	,092	,197	1,375	,176
Niat Perilaku Menggunakan E-commerce (X4)	-,380	,199	-,385	-1,912	,062

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Uji Analisis Linear Berganda**Tabel 1.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,211	3,050		4,004	,000
Persepsi Kegunaan E-commerce (X1)	-,054	,222	-,034	-,241	,810
Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2)	,766	,215	,486	3,569	,001
Sikap Menggunakan E-commerce (X3)	-,153	,151	-,112	-1,009	,318
Niat Perilaku Menggunakan E-commerce (X4)	,668	,327	,319	2,041	,047

Uji Parsial (Uji T)**Tabel 1.8 Hasil Uji Parsial****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,211	3,050		4,004	,000
Persepsi Kegunaan E-commerce (X1)	-,054	,222	-,034	-,241	,810
Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2)	,766	,215	,486	3,569	,001
Sikap Menggunakan E-commerce (X3)	-,153	,151	-,112	-1,009	,318

Niat Menggunakan commerce (X4)	Perilaku E-	,668	,327	,319	2,041	,047
--------------------------------------	----------------	------	------	------	-------	------

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

1. Pengaruh Persepsi Kegunaan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM (X1) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Dilihat dari hasil uji parsial pada variabel Persepsi Kegunaan *E-commerce* (X1) dinyatakan bahwa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dapat dilihat dari thitung < ttabel ($-0.241 < 1.675$) dan nilai koefisien sebesar $-0,54$ dan nilai signifikansi sebesar $0,810 > 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis yang diajukan oleh penulis tentang variabel Persepsi Kegunaan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota tidak berpengaruh signifikan.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-commerce (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Dilihat dari hasil uji parsial pada variabel Persepsi Kemudahan Menggunakan *E-commerce* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dapat dilihat dari thitung > ttabel ($3.569 > 1.675$) dan nilai koefisien sebesar $0,766$ dan nilai Signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan oleh penulis tentang variabel Persepsi Kemudahan Menggunakan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota berpengaruh signifikan.

3. Pengaruh Sikap Menggunakan E-commerce (X3) terhadap Kinerja UMKM (Y)

Dilihat dari hasil uji parsial pada variabel Sikap Menggunakan *E-commerce* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dapat dilihat dari thitung < ttabel ($-1.009 < 1.675$) dan nilai koefisien sebesar $0,153$ dan nilai Signifikansi sebesar $0,318 > 0,05$. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan penulis tentang variabel Sikap Menggunakan *E-commerce* di Kecamatan Medan Kota tidak berpengaruh signifikan.

4. Pengaruh Niat Perilaku Untuk Menggunakan E-commerce (X4) Terhadap Kinerja UMKM (Y)

Dilihat dari uji parsial bahwa variabel Niat Perilaku Untuk Menggunakan *E-commerce* (X4) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y) dapat dilihat dari thitung < ttabel ($2.041 > 1.675$) nilai koefisien sebesar $0,688$ dan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$. Hal

ini berarti hipotesis yang diajukan oleh penulis tentang variabel Niat Perilaku Untuk Menggunakan *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota berpengaruh signifikan.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 1.9 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	202,228	4	50,557	10,218	,000 ^b
Residual	232,541	47	4,948		
Total	434,769	51			

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat tingkat signifikansi (Uji F) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi Kegunaan *E-commerce*, Persepsi Kemudahan Menggunakan *E-commerce*, Sikap Menggunakan *E-commerce*, dan Niat Perilaku untuk Menggunakan *E-commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y).

Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Tabel 1.10 Hasil Uji (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,682 ^a	,465	,420	2,224

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Dari tabel diatas diketahui koefisien determinasi = $0,465 \times 100\% = 46,5\%$ artinya sebesar 46,5% kinerja UMKM dipengaruhi oleh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Sikap Menggunakan, Niat Perilaku Untuk Menggunakan sehingga 53,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Pengaruh Pemanfaatan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota, berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kegunaan *E-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota.
2. Persepsi Kemudahan *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota.
3. Sikap Menggunakan *E-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota.
4. Niat Perilaku Untuk Menggunakan *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota.
5. Secara simultan persepsi kegunaan *e-commerce*, persepsi kemudahan menggunakan *e-commerce*, sikap menggunakan *e-commerce*, niat perilaku untuk menggunakan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Kota.

Saran

1. Bagi UMKM
 - a. Pelaku UMKM dapat meningkatkan pengetahuan tentang teknologi baru khususnya *e-commerce* yang akan membantu meningkatkan usaha mereka agar lebih dikenal banyak orang dan akan meningkatkan kinerja UMKM.
 - b. Pelaku UMKM dapat menggunakan dan menguji *e-commerce* guna untuk meningkatkan kinerja UMKM.
2. Bagi Penulis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain.

3. Bagi Pemerintah
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan bagi pemerintah Kecamatan Medan Kota untuk dapat menggunakan *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja UMKM.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai masukan kepada pemerintah untuk memberikan pelatihan *e-commerce* kepada pelaku UMKM guna mengembangkan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Azis, M. (2020). **Adopsi e-commerce dengan pendekatan technology acceptance model(TAM)**. *11*(1), 92–105.
- Farida, I., Sunandar, S., & Aryanto, A. (2019). **Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Tegal**. *Monex Journal Research Accounting Politeknik Tegal*, *8*(2). <https://doi.org/10.30591/monex.v8i2.1385>
- Nurma, N. K. (2022). **Pengaruh E-commerce dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja U(Studi Kasus UKM Sektor Makanan dan Minuman di Kabupaten Demak)**.
- Oktavia, N. (2024). **Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UmkmKecamatan Gayamsari Semarang**.
- Rusdianasari, F. (2018). Kata kunci: **Fintech, Inklusi Keuangan, Stabilitas Sistem Keuangan Klasifikasi** JEL: G23, E4, E6,. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif, Terapan*, *11*(2), 244–253. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/down>.