

SKRIPSI

PENGARUH E-COMMERCE DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR



**WAHYU AGUNG PRAKOSO
1910321051**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH E-COMMERCE DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR



diajukan Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana pada program studi S1 akuntansi

WAHYU AGUNG PRAKOSO

1910321051

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR**

2023

SKRIPSI

PENGARUH E-COMMERCE DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

WAHYU AGUNG PRAKOSO

1910321051

telah diperiksa, dan telah diuji

Makassar, 31 Agustus 2023

Pembimbing



Akmal Hidayat, S.E., M.Si.
NIDN : 0922108001

Ketua Pogram Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



PRODI AKUNTANSI
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN : 0925107801

SKRIPSI

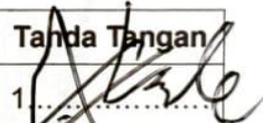
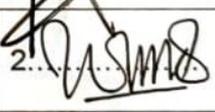
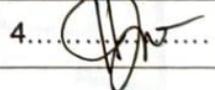
PENGARUH E-COMMERCE DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh

WAHYU AGUNG PRAKOSO
1910321051

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal, **31 Agustus 2023** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Akmal Hidayat, S.E., M.Si., CDVP NIDN: 0922108001	Ketua	1. 
2.	Wawan Darmawan, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA NIDN: 0904118302	Anggota	2. 
3.	Siprianus Palete, S.E., M.Si., Ak., CA., CERA., CMA NIDN: 0922097303	Anggota	3. 
4.	Ghaliyah Nimassita Triseptya, S.E., M.Si NIDN: 0903099101	Eksternal	4. 

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



UNIVERSITAS FAJAR
DEKAN FAKULTAS
EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial
Universitas Fajar



PRODI AKUNTANSI
Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA
NIDN. 0925107801

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wahyu Agung Prakoso
NIM : 1910321051
Program Studi : Akuntansi S1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh E-commerce dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Makassar** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 31 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Wahyu Agung Prakoso

PRAKATA

Pujii dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul PENGARUH *E-COMMERCE* DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan tugas akhir pada program studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Fajar Makassar.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua saya, Mariyono (Bapak) dan Adliah (Ibu) yang telah memberikan dukungan dan doanya sehingga saya dapat menempuh ketahap ini, tanpa mereka peneliti bukanlah siapa siapa. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada Bapak Akmal Hidayat, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran, motivasi, dan memberi bantuan literatur, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan peneliti. Kemudian ucapan terima kasih juga peneliti ucapka kepada:

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si Selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr. Yusmanizar, S.Sos., M.I.kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar.
3. Ibu Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA selaku ketua Program Studi S1 Akuntansi Universitas Fajar.
4. Bapak Teri S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., CPA., CHRO., ASEAN CPA selaku Pembimbing Akademik.
5. Kakak Juliana Sartika Djafar S.E., M.Si selaku sekretaris prodi, Dosen yang sudah banyak membantu dalam hal pengurusan.
6. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Fajar.

7. Seluruh Rekan-rekan Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019 atas kebersamaan yang dibangun, berbagi ilmu dan saling mendukung dalam penyusunan laporan akhir ini.
8. Fiky Arsy Pradana, Andi Uut Fadliana, dan Muhammad Arham selaku sahabat penulis.
9. Annisa Saskia your are the best support system.
10. Seluruh teman-teman kelas 3, teman seperjuangan peneliti yang selalu saling menyemangati dan bertukar pikiran.
11. Seluruh teman-teman, keluarga yang tidak bisa saya tuliskan namanya satu persatu, terima kasih karena telah hadir sehingga penulis banyak belajar hal-hal baru dan mendapatkan pengalaman baru

Peneliti menyadari adanya keterbatasan sebagai manusia biaya, jika terdapat kekeliruan Skripsi ini, peneliti meminta maaf yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca. Dan akhir kata, peneliti berharap Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Makassar, 31 Agustus 2023

Wahyu Agung Prakoso

ABSTRAK

PENGARUH E-COMMERCE DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MAKASSAR

**Wahyu Agung Prakoso
Akmal Hidayat**

Kinerja UMKM adalah sejauh mana UMKM dalam melakukan pencapaian dalam menjalankan usaha dalam bentuk keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh e-commerce, literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan responden sebanyak 48 pelaku UMKM di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pengujian analisis statistik deskriptif dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar, literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, e-commerce dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Kata kunci : e-commerce, literasi keuangan, kinerja UMKM

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF E-COMMERCE AND FINANCIAL LITERACY ON THE PERFORMANCE OF SMES IN MAKASSAR CITY.

**Wahyu Agung Prakoso
Akmal Hidayat**

The performance of SMEs is the extent to which they achieve success or failure in conducting their business. The purpose of this research is to examine the influence of e-commerce and financial literacy on SME performance in the city of Makassar. This study employs a survey method with 48 SME owners as respondents in Makassar. Descriptive statistical analysis using SPSS version 29 was used for this research.

The results of this study indicate that e-commerce does not have a significant influence on SME performance in Makassar, while financial literacy significantly affects SME performance. Both e-commerce and financial literacy have a significant influence on SME performance.

Keywords : *e-commerce, finansial literacy, performance SMES*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	9
2.1.1 Kinerja UMKM.....	10
2.1.2 Kriteria UMKM.....	11
2.1.3 Indikator Kinerja UMKM.....	12
2.2 E-Commerce	13
2.2.1 Kategori E-commerce	14
2.2.2 Indikator E-commerce.....	14
2.3 Literasi Keuangan	15
2.3.1 Manfaat Literasi Keuangan	15
2.3.2 Tingkat Literasi Keuangan.....	16
2.3.2 Indikator Literasi Keuangan.....	17
2.4 Tinjauan Empirik.....	17
2.5 Kerangka Pemikiran.....	19

2.6 Definisi Operasional	20
2.6.1 Variabel Terikat.....	20
2.6.2 Variabel Bebas	21
2.7 Hipotesis Peneliitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu.....	26
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel	27
3.4 Jenis dan Sumber data	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Pengukuran Variabel	29
3.7 Instrumen Penelitian.....	30
3.8 Analisis Data.....	30
3.8.1 Uji Kualitas Data	31
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.8.4 Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Data	35
4.1.1 Karakteristik Responden.....	35
4.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	38
4.2.1 Variabel E-commerce (X1)	38
4.2.3 Kinerja UMKM	40
4.3 Hasil Analisis Data	41
4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data	41
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	48
4.4 Pembahasan	50
4.4.1 Pengaruh <i>e-commerce</i> (X1) terhadap kinerja UMKM (Y)	50
4.4.2 Pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap kinerja UMKM (Y)	51
4.4.3 Pengaruh <i>e-commerce</i> (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap kinerja UMKM (Y)	52

BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pelaku UMKM di Kota Makassar.....	2
Tabel 2.1 Tinjauan Empirik.....	18
Tabel 3.1 Skor Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Tabel data responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	36
Tabel 4.2 Tabel data responden berdasarkan umur.....	37
Tabel 4.3 Tabel data responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4.4 Variabel e-commerce.....	38
Tabel 4.5 Variabel literasi keuangan.....	39
Tabel 4.6 Variabel kinerja UMKM.....	40
Tabel 4.7 Hasil uji validitas.....	41
Tabel 4.8 Hasil uji reabilitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil uji normalitas.....	44
Tabel 4.10 Hasil uji multikolonieritas.....	45
Tabel 4.11 Hasil uji heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.12 Hasil uji regresi linier berganda.....	47
Tabel 4.13 Hasil uji parsial (uji t).....	48
Tabel 4.14 Hasil uji simultan.....	49
Tabel 4.15 Hasil uji Koefisiensi Determinan (R ²).....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan saat ini di sektor usaha berkembang cukup pesat di setiap negara berkembang. Persaingan usaha yang dihadapi para pelaku usaha sangatlah tinggi karena perekonomian yang tidak menentu karena persaingan secara global tersebut. Dalam hal ini, peran Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat penting dalam mempercepat perkembangan perekonomian dan memberikan kontribusi yang cukup tinggi untuk ekonomi negara.

Salah satu faktor penggerak ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh dinamika dan pertumbuhan ekonomi lokal. Perekonomian lokal pada dasarnya ditopang oleh kegiatan ekonomi berskala mikro, kecil dan menengah. UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang banyak diandalkan oleh akademis sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Selain itu UMKM juga diakui sebagai garis pertahanan terakhir yang dapat mempertahankan dan mendukung perekonomian pada kondisi krisis. Dalam beberapa tahun terakhir UMKM telah memainkan peran penting dalam mensejahterakan masyarakat dengan menyerap sebagian besar tenaga kerja dan membantu masyarakat memiliki daya beli yang memperlancar perekonomian nasional (Kemenkop UKM).

Berdasarkan dengan statistik kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan menengah (Kemenkop UKM), total UMKM di Indonesia tembus 8,71 juta unit usaha pada tahun 2022. Pulau Jawa mendominasi sektor ini. Tercatat, Jawa Barat menjadi juara UMKM dengan jumlah 1,49 juta unit usaha. Tipis di urutan kedua ada Jawa Tengah yang mencapai 1,45 juta unit. Ketiga, ada Jawa Timur sebanyak 1,15 juta unit. Di luar tiga besar itu, gapnya cukup jauh. DKI Jakarta yang menyabet

posisi keempat bisa menorehkan hampir 660 ribu unit. Kelima, ada Sumatera Utara dengan capaian 596 ribu unit. Sementara jumlah usaha paling sedikit ada di tiga daerah, yakni Papua Barat 4,6 ribu unit usaha, Maluku Utara 4,1 ribu unit, dan Papua 3,9 ribu unit. Di kota Makassar sendiri pelaku UMKM per tahun 2022 berjumlah 18.815. Berikut rincian pelaku UMKM per Kecamatan yang ada di Kota Makassar.

Tabel 1.1 Data Pelaku UMKM di Kota Makassar

Kecamatan	Jumlah UMKM
Biringkanaya	1687
Bontoala	823
Kep Sangkarrang	223
Makassar	1463
Mamajang	1398
Manggala	2681
Mariso	956
Panakukang	973
Rappocini	1366
Tallo	898
Tamalanrea	1468
Tamalate	3082
Ujung Pandang	806
Ujung tanah	627
Wajo	369
Jumlah	18.815

Sumber: Dinas Koperasi, 2022

UMKM sendiri pada hakikatnya adalah sebuah usaha atau bisnis yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, atau badan usaha. UMKM di Indonesia terbagi menjadi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Secara lebih spesifik, definisi UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut disebutkan UMKM adalah sesuai

dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Penggolongan UMKM dilakukan dengan batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar. Menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih tinggi dari usaha menengah. Usaha besar meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Ditengah ketatnya persaingan dan munculnya brand-brand baru, hal ini tentunya akan memperlambat perkembangan UMKM. Dimana para pelaku UMKM diharapkan agar tetap eksis dan terus berkembang dalam menjalankan aktivitas agar dapat meningkatkan usaha untuk bisa bersaing. Oleh karena itu, Pelaku UMKM harus memiliki kinerja yang dapat mengembangkan usahanya. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kinerja usaha adalah keterbatasan modal usaha dan faktor pemasaran.

Seiring berjalannya waktu, UMKM terus meningkat. Selain perkembangan UMKM teknologi juga terus meningkat. Sebagai pelaku bisnis tentu dituntun untuk update dalam penggunaan teknologi. Dengan mengikuti perkembangan zaman teknologi ini, seperti yang bisa kita lihat, pengguna internet sudah ada dimana-mana. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak didunia. Menurut laporan *Houtsuite and We Are Social*, per Januari 2022, terdapat 204,7 juta pengguna internet di tanah air. Dengan meningkatnya pengguna internet, hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi *e-commerce* yang cukup besar.

Istilah bagi pengguna internet sebagai media pemasaran disebut dengan *e-commerce*. *E-commerce* adalah akses ke teknologi digital yang berbasis pada

penggunaan internet, diterapkan dalam proses bisnis yang melibatkan transaksi jual beli antara konsumen dan produsen (Maulana et al., 2015). *E-commerce* memungkinkan produsen untuk membawa produk mereka ke pasar yang lebih luas, dan dalam waktu bersamaan membantu konsumen dengan menyediakan opsi yang lebih banyak sehingga konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik. *E-commerce* adalah saluran *online* yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan dilakukan oleh pebisnis saat melakukan aktivitas bisnis, konsumen menggunakan kompute untuk membantu memperoleh informasi, dan dalam prosesnya konsumen mulai memberikan layanan informasi untuk memutuskan pilihan mereka (Amstrong & Kotler, 2012). *E-commerce* juga didefinisikan sebagai akses terhadap teknologi digital yang digunakan secara fisik dan digital oleh bisnis untuk berbagi, berkomunikasi, berkolaborasi, membeli dan menjual produk dan layanan (Octavia et al., 2020).

Bidang Perekonomian mencatat nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia, baik domestik dan luar negeri, mencapai Rp 108,54 triliun sepanjang kuartal 1-2022. Realisasi itu meningkat 23 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu (kompas.com, 2022). Di dalam perkembangan jumlah UMKM yang terus mengalami peningkatan, terdapat beberapa hal yang terjadi terkait kinerja UMKM, menurut penelitian (Listiwati et al., 2017) mengatakan kinerja dapat memberikan informasi yang relevan dengan pengambilan keputusan, sehingga dengan begitu pelaku usaha dapat mengambil keputusan apa yang akan diambil untuk meningkatkan kinerja usaha tersebut. Selain permasalahan modal yang sering menghambat pelaku usaha yaitu literasi keuangan, permasalahan mengenai literasi keuangan pada pelaku usaha UMKM yaitu kebanyakan para pelaku usaha belum paham mengenai literasi keuangan, hal ini dapat dibuktikan dengan survey yang dilakukan oleh Nasional literasi keuangan Indonesia tingkat literasi keuangan

skala nasional baru mencapai 38% dan target 75%, aspek regional baru menyentuh angka 34,35% dan aspek perkotaan baru menyentuh angka 41,41%.

Menurut penelitian (deviyanti et al., 2017), literasi keuangan adalah pengetahuan tentang keuangan yang harus diketahui oleh masyarakat yang tidak hanya didapatkan melalui pendidikan tetapi juga bisa didapatkan melalui hal lain. Permasalahan literasi keuangan dikalangan pelaku usaha adalah sebagian besar pelaku usaha tidak mengelola keuangannya dengan baik mereka cenderung mengelola usahanya tidak secara sistematis, seringkali mereka memiliki campuran antara keuangan pribadi dan bisnis, sehingga jika mereka terus melakukannya dapat menghambat perkembangan para pelaku usaha. Hal tersebut disebabkan karena beberapa dari mereka belum memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan dengan baik. Literasi keuangan yang baik sangat diperlukan untuk mendukung berbagai fungsi ekonomi. Jadi semakin banyak masyarakat yang sadar terkait produk dari jasa keuangan, maka akan semakin meningkat pula transaksi keuangan yang ada, dan akhirnya akan mampu meningkatkan pergerakan roda perekonomian.

Selain itu, literasi keuangan juga memiliki dampak yang sangat besar pada perekonomian. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan jumlah penduduk yang sadar akan produk dan jasa keuangan yang selanjutnya disertai dengan peningkatan pemanfaatan produk dan jasa keuangan, sehingga mampu menggerakkan roda perekonomian menjadi lebih cepat. Salah satu artikel yang pernah ditulis oleh Udonquak tahun 2010 menyatakan bahwa dalam kelangsungan pertumbuhan ekonomi sangat dibutuhkan tingkat literasi keuangan yang tinggi karena tingkat jumlah penggunaan produk dan jasa keuangan yang tinggi akan mampu menstimulasi permintaan pada produk dan jasa keuangan secara berkelanjutan.

Pendapatan yang hampir sama pun diperkuat oleh hasil penelitian yang sempat dilakukan oleh Mukalengen di tahun 2013 yang dilaporkan bahwa literasi keuangan adalah salah satu kunci utama dari perkembangan ekonomi dalam suatu negara. Itu artinya, masyarakat memerlukan tingkat literasi keuangan yang baik agar mereka mampu mengelola keuangannya secara lebih baik dan mampu meningkatkan pendapatannya agar tidak dihabiskan secara mudah pada berbagai hal yang sifatnya konsumtif, tapi digunakan investasi yang nilainya lebih produktif. Sedangkan jika dilihat dari hasil data analisis sekunder, terlihat jelas bahwa rasio pemanfaatan produk dan jasa keuangan oleh masyarakat Indonesia masih rendah. Dilaporkan bahwa setiap 100 penduduk Indonesia, hanya 46 orang saja yang mempunyai rekening bank. Sedangkan untuk pemilik polis pada asuransi jiwa hanya 15 orang dari setiap produknya.

Penelitian terkait dengan *e-commerce* dan literasi dengan kinerja UMKM pernah diteliti oleh Nurbayani, Aidah (2022) "Peran Implementasi *E-commerce* dan Literasi Keuangan terhadap keberlangsungan usaha Mikro Kecil dan Menengah Era New Normal Pandemi Covid-19 di Kota Makassar". Pada penelitian ini yang akan dilakukan peneliti terhadap kedua variabel itu adalah pengaruhnya kinerja UMKM.

Pemanfaatan *e-commerce* dan literasi keuangan diharapkan dapat membawa hubungan positif bagi peningkatan kinerja sebuah usaha. Entitas UMKM yang ada di kota Makassar memiliki potensi yang besar untuk berkembang dengan meningkatkan kinerjanya jika mereka mampu menerapkan *e-commerce* dan literasi keuangan yang baik. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh *E-commerce* dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di kota Makassar?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di kota Makassar?
3. Bagaimana pengaruh *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di kota Makassar

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di kota Makassar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di kota Makassar.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM pada pelaku UMKM di kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui *e-commerce*, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Dengan demikian, *e-commerce* dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan dan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan. Literasi keuangan yang baik sangat penting bagi UMKM untuk

mengelola keuangan mereka dengan baik, UMKM dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dalam mengelola keuangan mereka.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Peneliti berharap dalam penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih detail mengenai *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar.

2. Bagi Universitas Fajar

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi mengenai kecendeungan *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar, serta dapat dijadikan sebagai referensi dalam penyusunan skripsi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah dimana suatu usaha yang dikelola oleh perorangan ataupun individu dimana yang membedakan adalah jumlah pengelola atau karyawan, omzet, kekayaan dari usaha tersebut, jadi tidak semua bisa dikatakan UMKM tergantung penggolongan dan kategorinya (Titik Purwanti, 2022). UMKM memiliki pengertian yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung

dengan usaha kecil atau usaha besar dalam jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

2.1.1 Kinerja UMKM

Terdapat kegiatan bisnis secara produktif serta didirikan sendiri.,usaha mikro kecil menengah adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun secara kelompok yang membentuk badan usaha pada semua sektor ekonomi. Pengertian usaha kecil sangat luas, di negara tertentu belum tentu sama dengan negara tertentu. UMKM bagi negara seperti Maroko tenaga kerja yang digunakan kurang dari 200 orang, Algeria kurang dari 10 orang, Ekuador kurang dari 10 orang bagi usaha mikro, Kolumbia kurang dari 10 orang bagi usaha mikro, 11 sampai 50 orang untuk usaha kecil dan 5 sampai 200 orang untuk orang untuk usaha menengah. Jika di berbagai negara menggolongkan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, di Indonesia sendiri kita menggolongkan UMKM berdasarkan aset dan omset yang dimana diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UKM.

Prawirosentono dalam Auliah & Kaukab (2019), mengungkapkan bahwa kinerja ialah pencapaian hasil dilakukan sama pegawai dalam sebuah organisasi, sebanding dengan tanggungjawab segalanya untuk mencapai capaian organisasi yang dicapai secara hukum serta mematuhi norma tanpa melanggar hukum yang berlaku. Hal senada juga disampaikan oleh Ranto dalam Nofitasari (2022), kinerja merupakan rangkaian kegiatan manajemen yang digunakan untuk mempertanggungjawabkan sejauh mana pencapaian individu atau organisasi dinyatakan dalam bentuk keberhasilan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban dan tanggungjawab kepada publik.

2.1.2 Kriteria UMKM

Berdasarkan kekayaan dan hasil penjualan, menurut Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha mikro yaitu:

1. Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

- a. Memiliki nilai kekayaan bersihnya tidak melebihi Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan tidak melebihi Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

2. Usaha kecil

Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

- a. Memiliki nilai kekayaan bersihnya tidak melebihi Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk dan bangunan tempat usaha, atau
- b. Memiliki omset tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) dan tidak lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dalam jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau,
- b. Memiliki omset tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah) dan tidak lebih dari Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

2.1.3 Indikator Kinerja UMKM

Utama (2016), menyebutkan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja UMKM yaitu pengukuran dengan kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan dengan memperhitungkan indikator. Evaluasi kinerja secara kuantitatif adalah tujuan yang dibuat secara objektif. Dimana penilaian dilihat berdasarkan capaian target semisal capaian target sudah sampai atau sudah melebihi yang diharapkan, maka penilaian kuantitatifnya dapat dikatakan baik. Sedangkan evaluasi kinerja secara kualitatif adalah evaluasi penilaian secara subjektif, dimana hasil evaluasi penilaian ini dapat dipertimbangkan karena sifatnya yang subjektif. Adapun isi dari indikator tersebut adalah sebagai berikut.

1. Kualitas produk, produk yang dihasilkan harus sesuai dengan keinginan pasar sehingga produk yang dihasilkan dapat menghasilkan pendapatan

2. Perspektif pertumbuhan dan penjualan, yang dimaksud dengan perspektif ini yaitu bagaimana pertumbuhan seperti kemajuan dan peningkatan penjualan
3. Pertumbuhan pendapatan, yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana kondisi pendapatan perusahaan dari waktu ke waktu
4. Tenaga kerja, dalam hal ini kita harus melihat bagaimana penerapan tenaga kerja dalam melakukan usaha
5. Pertumbuhan laba yaitu bagaimana peningkata laba perusahaan dari tahun ke tahun

2.2 E-Commerce

E-commerce atau *electronic commerce* merupakan akses terhadap teknologi digital yang berbasis pada penggunaan internet, diterapkan dalam proses bisnis yang melibatkan transaksi jual beli antara konsumen dan produsen (Maulana et al., 2015). *E-commerce* memfasilitasi produsen untuk memasarkan produknya kepada pasar yang lebih luas, dan dalam waktu yang bersamaan membantu konsumen dengan menyediakan opsi yang lebih banyak sehingga konsumen dapat membuat pertimbangan yang lebih baik. Transfer uang elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah semua contoh *e-commerce*. *E-commerce* adalah praktik menjalankan bisnis menggunakan sarana digital atau elektronik. Dengan peralihan dari era perdagangan konvensional ke era berbasis teknologi, *e-commerce* telah muncul sebagai salah satu jenis bisnis. Perdagangan menggunakan teknologi elektronik meningkatkan efektivitas dan efisiensi baik pembeli maupun penjual (Ehan, 2019). Pengukuran *e-commerce* pada penelitian ini akan dilakukan melalui aplikasi shopee.

Shopee adalah jual beli online berbasis aplikasi mobile, yang sedang berkembang di negara Indonesia (sastika, 2018). Shopee adalah platform perdagangan elektronik yang didirikan oleh Chris Feng pada tahun 2015. Perusahaan ini merupakan bagian dari Sea Group, sebuah perusahaan teknologi yang berkantor pusat di Singapura. Shopee awalnya diluncurkan di Singapura pada bulan desember 2015, dan sejak itu berkembang pesat di berbagai negara di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina, Dan Vietnam.

2.2.1 Kategori E-commerce

Menurut Laudon dalam Nursani (2019), *E-commerce* adalah praktik jual beli barang secara elektronik antara bisnis dan antara pelanggan, memanfaatkan komputer untuk bertindak sebagai perantara dalam urusan bisnis. Ada tiga kategori e-commerce, dan mereka adalah sebagai berikut:

1. *Business to Consumer* (B2C), merupakan penjualan suatu produk serta layanan dan eceran kepada pembeli secara individu.
2. *Business to Business* (B2B), merupakan penjualan suatu produk dan layanan yang dilakukan antar perusahaan.
3. *Consumer to Consumer* (C2C), merupakan penjualan yang dilakukan secara langsung antara konsumen dengan konsumen.

2.2.2 Indikator E-commerce

Nelson dan Shaw (2003) dalam Putri Adika Lestari (2022), adapun indikator yang digunakan dalam *E-commerce* adalah sebagai berikut:

1. Aktivitas pemasaran umum
2. Penelitian pasar
3. Meraih pasar lebih luas

2.3 Literasi Keuangan

Dalam dunia keuangan, literasi keuangan merupakan konsep yang relatif baru meskipun sejarah literasi keuangan sebenarnya sudah dimulai sejak 23 Agustus 1787 pada saat John Adams menulis surat yang ditujukan kepada Thomas Jefferson mengenai perlunya literasi keuangan. Sampai saat ini, terdapat banyak konsep tentang financial literacy mulai dari kesadaran dan pengetahuan keuangan, keterampilan keuangan, dan kemampuan keuangan yang dalam prakteknya, konsep ini sering tumpang tindih (Xu & Zia, 2012).

Pengertian umum dari financial literacy atau literasi keuangan adalah pengetahuan dan juga keterampilan masyarakat yang mampu memberikan keyakinan terkait lembaga keuangan dan berbagai produk di dalamnya dalam parameter ukuran indeks. Namun, beberapa ahli dalam bidang ekonomi memiliki pandangannya sendiri terkait literasi keuangan. Manurung menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah seperangkat pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat keputusan dan kebijakan yang efektif dengan memanfaatkan seluruh sumber daya keuangan yang dimilikinya.

Sedangkan Mitchell berpendapat bahwa literasi keuangan adalah cara mengukur kemampuan setiap orang dalam menjalani berbagai informasi ekonomi yang didupakannya. Sehingga memungkinkan mereka untuk mampu mengambil keputusan dalam membuat perencanaan keuangan, akumulasi keuangan, hutang dan dana pensiunnya.

2.3.1 Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan yang baik mempunyai manfaat jangka panjang untuk setiap individu. Tercatat ada dua manfaat jangka panjang yang bisa didapatkan, yakni meningkatkan literasi yang dimiliki sebelumnya atau less literate menjadi well

literate, serta meningkatkan jumlah penggunaan produk atau layanan jasa keuangan.

Literasi keuangan juga mampu membuat seseorang mengelola dan juga mengambil setiap peluang untuk bisa mendapatkan kehidupan yang lebih sejahtera di masa depan. Selain itu, literasi keuangan pun mampu membantu setiap individu dalam membuat keputusan utamanya yang berkaitan dengan pengambilan keputusan untuk berinvestasi ataupun menabung.

Jadi, berdasarkan manfaat tersebut, masyarakat secara individu terbukti mampu menunjukkan layanan jasa keuangan dan produk di dalamnya yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Nantinya, masyarakat juga akan memahami manfaat dan juga risiko yang terjadi dalam memanfaatkan jasa keuangan.

2.3.2 Tingkat Literasi Keuangan

Terdapat berbagai tingkatan dalam literasi keuangan untuk menilai seberapa baik literasi keuangan yang dikuasai oleh seseorang. Berikut ini adalah 4 tingkatan literasi keuangan berdasarkan yang dikeluarkan oleh OJK.

1. Well Literate

Apabila ada seseorang yang berada pada tingkatan ini, maka orang tersebut berarti mempunyai pengetahuan dan juga keyakinan terkait lembaga jasa keuangan. Selain itu, orang tersebut juga sudah mengenal akan produk dan jasa keuangan di dalamnya. Jadi, orang tersebut paham betul akan fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Mereka juga mempunyai kemampuan yang baik dalam memanfaatkan produk serta jasa keuangan.

2. SufficientLiterate

Dalam tingkatan ini, seseorang mempunyai pengetahuan dan juga keyakinan terkait lembaga jasa keuangan dan produk dari jasa keuangan. Selain itu, orang tersebut juga sudah mengenal fitur, manfaat, risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3. Less Literate

Mereka yang berada pada tingkatan ini memiliki pengetahuan terkait lembaga jasa keuangan dan produk serta jasa keuangan saja, tidak lebih.

4. Not Literate

Mereka yang tergolong pada tingkatan ini dinilai tidak mempunyai pengetahuan yang baik serta keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan dan produk serta jasa keuangan.

2.3.2 Indikator Literasi Keuangan

Harpa Sugiharti (2019), adapun indikator yang digunakan dalam literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. pengetahuan dasar keuangan
2. tabungan
3. asuransi
4. investasi.

2.4 Tinjauan Empirik

Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan. Namun, Diperoleh banyak penelitian yang mempunyai kesamaan topik. Adapun penelitian yang dilakukan sebelumnya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tinjauan Empirik

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nur Aida, Nurbayani (2022).	Peran Implementasi E-commerce dan Literasi Keuangan terhadap keberlangsungan usaha Mikro Kecil dan Menengah Era New Normal Pandemi Covid-19 di Kota Makassar.	Dari Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1. E-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha UMKM. 2. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM.
2.	Sri Ayem & Umi Wahidah (2021).	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM di kota Yogyakarta.	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Kualitas laporan keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Yogyakarta. 2. Pemberian kredit berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di kota Makassar.
3.	Indra Sukma Subagio & Esti Saraswati (2020).	Pengaruh E-commerce dan Pengguna Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Purbalingga.	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1. E-commerce tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. 2. Informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. 3. E-commerce dan informasi akuntansi mampu meningkatkan kinerja UMKM.
4.	Putri Adika Lestari, (2020).	Pengaruh Sistem Informasi dan E-commerce terhadap Kinerja UKM di kota Makassar.	Dari hasil penelitian menunjukkan: 1. Sistem informasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di Kota Makassar. 2. Pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM di kota Makassar.

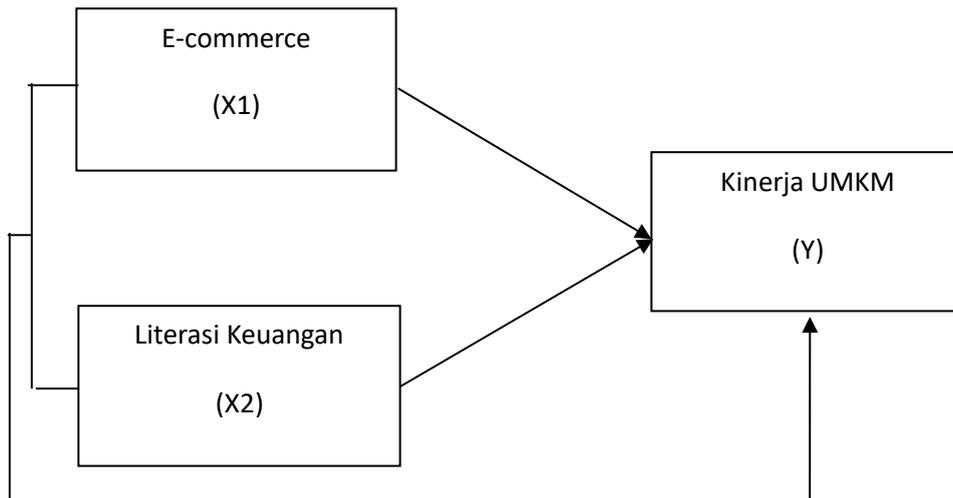
			3. Sistem Informasi dan pemanfaatan e-commerce berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja UKM di kota Makassar.
5.	Nanda Tiandra, Denny, Nurasia, Nadhira (2019).	Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (studi kasus pada UMKM kabupaten sumbawa).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM.
6.	Kismo Cahyono, Bambang Suhada (2016).	Pengaruh Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial dan Defisiensi Produk Terhadap Kinerja UMKM di kota Metro.	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberian kredit berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Metro.

Sumber: Data diolah (2023)

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian adalah untuk mendeskripsikan alur proses berpikir dalam bentuk menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti dengan metode pengukuran dan hasil penelitian yang diharapkan. Maksud paling mendasar dari kerangka penelitian adalah memberikan arahan dan fokus penelitian yang efektif berdasarkan pada penelitian teoritis dan penelitian sebelumnya. Kerangka kerja penelitian ini membahas cara membuat koneksi antara variabel dan model penelitian yang sedang diteliti serta kriteria untuk memilih variabel penelitian. Manfaat utama kerangka penelitian terarah adalah memungkinkan para peneliti untuk menentukan secara tepat hipotesis penelitian mana yang akan dievaluasi. Kerangka kerja yang digunakan dalam penelitian ini dapat diringkas sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah (2023)

2.6 Definisi Operasional

Metode dimana peneliti menurunkan tingkat abstraksi konsep sehingga mereka dapat dinilai dikenal sebagai definisi operasional, atau seringkali sebagai operasionalisasi variabel. Menurut nurdin, Ismail & Hariati (2019:122), para peneliti harus secara operasional mendefinisikan variabel berdasarkan kualitas yang dapat diamati untuk melakukan pengamatan atau pengukuran item atau fenomena yang tepat. Ada berbagai variabel yang diperlukan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis. Satu diantaranya variabel terikat (*dependem*) yaitu kinerja UMKM, 2 (dua) variabel bebas (*independen*) yaitu *e-commerce* (Shoope) dan literasi keuangan. Masing-masing variabel penelitian secara operasional dapat didefinisikan sebagai berikut:

2.6.1 Variabel Terikat

Dalam penelitian variabel dependennya adalah kinerja UMKM. Kinerja suatu perusahaan dapat diukur berdasarkan kriteria tertentu melalui usaha formal yang dijalankan oleh para pelaku usaha. Untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi yang mereka miliki. Kinerja UMKM adalah sejauh mana UMKM dalam

melakukan pencapaian menjalankan usahanya dalam bentuk keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan usahanya. Pada penelitian ini evaluasi kinerja terdiri atas dua jenis yaitu pengukuran kinerja secara kuantitatif dan pengukuran kinerja secara kualitatif. Evaluasi kinerja secara kualitatif adalah tujuan yang dibuat secara objektif. Dimana penilaian dilihat berdasarkan capaian target semisal capaian target sudah sampai atau sudah melebihi dari yang diharapkan, maka penilaian kuantitatifnya dapat dikatakan baik. Sedangkan evaluasi kinerja secara kualitatif adalah evaluasi penilaian secara subjektif, dimana hasil evaluasi penilaian ini dapat dipertimbangkan karena sifatnya yang subjektif. adapun isi dari indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, produk yang dihasilkan harus sesuai dengan keinginan pasar sehingga produk yang dihasilkan dapat menghasilkan pendapatan
2. Perspektif pertumbuhan dan penjualan, yang dimaksud dengan perspektif ini yaitu bagaimana pertumbuhan seperti kemajuan dan peningkatan penjualan
3. Pertumbuhan pendapatan, yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana kondisi pendapatan perusahaan dari waktu ke waktu
4. Tenaga kerja, dalam hal ini kita harus melihat bagaimana penerapan tenaga kerja dalam melakukan usaha
5. Pertumbuhan laba yaitu bagaimana peningkata laba perusahaan dari tahun ke tahun

2.6.2 Variabel Bebas

Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah e-commerce dan literasi keungan. *E-commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan yang menggunakan teknologi komputer dengan model penjualan atau perdagangan tanpa batas, artinya transaksi dapat dilakukan dimana saja dan

kapan saja. Transaksi yang dimaksud yaitu tidak memerlukan tatap muka antara penjual dan pembeli. Ketika pembeli dan penjual bertemu dalam model transaksi secara tradisaonal, maka transaksi *e-commerce* hanya dapat diselesaikan melalui perangkat seperti gadget. Dalam menilai variabel *e-commerce* dapat dilihat dari segi:

1. Aktivitas pemasaran umum, yaitu bagaimana dalam meningkatkan komunikasi dengan konsumen, bagaimana sistem pembayaran dilakukan. Apakah dengan adanya *e-commerce* ini dapat mempermudah dalam membantu para pelaku UMKM dan calon konsumennya.
2. Penelitian pasar, dengan adanya pasar secara online atau e-commerce kira dapat melihat apakah membantu dalam bersaing dalam menjual produk yang ereka miliki.
3. Meraih pasar lebih luas, yaitu bagaimana mempermudah akses dengan pemasok seta bagaimana memperluas jangkauan bisnis spseti menjual produk tidak hanya didaerah tertentu saja melainkan mereka memiliki pelanggan yang dari luar daerah.

Variabel independen yang kedua yaitu literasi keuangan Literasi keuangan mengacu pada pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang konsep keuangan pribadi, termasuk pengelolaan uang, investasi, perencanaan keuangan, pemahaman tentang produk keuangan, dan pengambilan keputusan keuangan yang bijaksana. Hal ini membantu individu untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, menghindari hutang berlebihan, mencapai tujuan keuangan, dan membangun keamanan finansial jangka panjang. Pengukuran literasi keuangan diukur dengan dengan menggunakan beberapa indikator. Menurut (Chen & Volpe, 1998) indikator literasi keuangan dibagi menjadi 4 yaitu:

1. Pengetahuan Umum mengenai keuangan, yang mencakup pengetahuan individu dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran yang dimiliki serta memahami konsep dasar keuangan.
2. Tabungan dan Pinjaman, yang menghimpun dana atau mengumpulkan dana dari masyarakat luas. Dana yang sudah terhimpun akan disimpan dengan sebutan simpanan bank.
3. Asuransi, yaitu pinjaman yang diberikan oleh penanggung (perusahaan asuransi) kepada tertanggung (nasabah) untuk risiko kerugian sebagai yang ditetapkan dalam surat perjanjian (polis) bila terjadi kebakaran, kehilangan dan lain sebagainya.
4. Investasi, yaitu Sejumlah dana tertentu yang dikorbankan untuk mendapatkan hasil yang lebih dimasa yang akan datang.

2.7 Hipotesis Peneliitian

Menurut Sugiyono (2019:99) hipotesis yaitu jawaban responden yang bersifat sementara dengan rumusan masalah penlitian, dikatakan bersifat sementara karena jawaban yang diberikan atas dasar teori. Penelitian ini akan meneliti variabel *e-commerce* (X1), variabel literasi keuangan (X2), variabel kinerja UMKM (Y). Dalam penelitian ini hipotesis umum yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM

E-commerce adalah salah satu teknologi yang dipakai pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara cepat dan mudah, baik melakukan aktivitas bisnisnya baik itu aktivitas penjualan, pembelian maupun aktivitas yang lainnya (Kolter dan Armstrong, 2012). Diketahui *e-commerce* memiliki peran dalam membantu suatu usaha untuk mempermudah melakukan suatu transaksi baik itu transaksi dalam hal pemasaran, penjualan ataupun untuk

mengembangkan usahanya. Penelitian tentang *e-commerce* pernah dilakukan oleh (Nurhidayati., 2022) penelitian *e-commerce* ini berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM sehingga Riset ini menyatakan variabel minat menggunakan *e-commerce* pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang digunakan adalah:
H1: *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

2. Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM

Literasi Keuangan adalah pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik serta dapat membantu dalam pengambilan suatu keputusan usaha. Seperti yang diketahui literasi keuangan berkaitan erat dengan kinerja UMKM, karena semakin besar persentase financial literasi pada pada UMKM maka kinerja UMKM akan semakin baik, karena dengan persentase financial literacy yang tinggi dapat membantu UMKM untuk mengoptimalkan kinerja usahanya dan berhati-hati berhati-hati dalam menjalankan operasionalnya.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Nur Aida, Nurbayani (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha pelaku UMKM. Dengan informasi yang diberikan diatas, maka hipotesis yang digunakan adalah:

H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

3. Pengaruh e-commerce dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM

Menurut Loudon (1998) pengertian *E-commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. Adapun pengertian literasi keuangan menurut Manurung (2009:24), literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan

pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Dhara Kartika (2022) pengaruh literasi keuangan, kompetensi sumber daya manusia dan minat menggunakan *e-commerce* terhadap kinerja keuangan umkm pada masa pandemi covid-19 di kecamatan buleleng. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, kompetensi sumber daya manusia

dan minat menggunakan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja keuangan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Buleleng. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan kesimpulan penjelasan diatas dan penelitian terdahulu sehingga hipotesis yang ingin dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H3: *E-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Adapun jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Menurut sugiyono (2017:7), Gagasan positivisme berfungsi sebagai dasar untuk pendekatan studi yang dikenal sebagai penelitian kuantitatif, yang menggunakan demografi dan sampel spesifik, alat penelitian untuk pengumpulan data, dan statistik kuantitatif untuk analisis data dengan tujuan mengukur asumsi yang telah ditentukan sebelumnya.

Penelitian kuantitatif disusun melalui pertanyaan atau pertanyaan (kuesioner) dengan tujuan mencari kualitas fenomena dan mengembangkan penelitian secara numerik. Penelitian ini menggunakan model penelitian deskriptif yang dimana penulis ingin mengetahui tanggapan responden mengenai: pengaruh e-commerce dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

Metode penelitian survey akan digunakan dalam melaksanakan penelitian deskriptif, dimana kegunaan kuesioner dalam penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi dari narasumber. Penelitian survey adalah penelitian yang dilaksanakan untuk menyatukan informasi dan dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan yang diajukan kepada responden.

3.2 Tempat dan Waktu

Lokasi penelitian yang telah dipilih peneliti adalah kota Makassar, Sulawesi Selatan. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Agustus 2023.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut sugiyono (2017:215) adalah wilayah generaliasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Para narasumber dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di daerah Makassar yang berjumlah 18.815 UMKM.

3.3.2 Sampel

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019:81), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan komponen dari ukuran dan populasi secara khusus. Jika populasinya besar, peneliti tidak mungkin mempelajari segala objek yang ada dalam populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti boleh memakai sampel yang didapatkan dari populasi itu.

Teknik pemungutan sampel yang dilakukan saat pelaksanaan penelitian ini adalah teknik "*Non Probability Sampling*", dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Menurut Uma Sekaran (2006), pengertian *convenience sampling* adalah kumpulan informasi-informasi dari anggota-anggota populasi yang dengan setuju mau memberikan informasi tersebut. Dengan begitu, siapa saja yang setuju memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dengan peneliti baik bertemu secara langsung maupun tak langsung, dapat digunakan sebagai sampel pada penelitian ini bila responden tersebut cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini, sampel yang diambil yaitu UMKM yang menggunakan aplikasi shopee di Kota Makassar. Jumlah sampel yang diambil peneliti sebanyak 48 responden. Peneliti mengambil sampel sebanyak 48 responden karena

menurut Ulber Silalahi (2006), jumlah sampel yang diambil 30 dapat dilakukan analisis statistik. Peneliti menambahkan 18 sampel menjadi 48 agar data penelitian yang didapat lebih akurat

3.4 Jenis dan Sumber data

Data kuantitatif adalah jenis data yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data primer digunakan untuk menyusun informasi untuk studinya. Sumber data penelitian yang diambil langsung dari sumber asli disebut sebagai sumber data primer (bukan melalui lembaga perantara). Dengan mengirimkan kuesioner kepada pelaku UMKM di kota Makassar yang sesuai dengan kriteria tim peneliti, data untuk penelitian ini dikumpulkan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan informasi untuk penyelidikan mereka. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai pengaturan, dengan berbagai sumber, dan menggunakan berbagai teknik. Menurut sugiyonno (2019:137). Saat mempertimbangkan banyak metode pengumpulan data, termasuk interview (wawancara), mengajukan pertanyaan (kuesioner), dan observasi (pengamatan). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Ordinal Metode Likert 5 poin. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang efektif karena dapat diperoleh data standar yang dapat di pertanggung jawabkan untuk keperluan analisis menyeluruh tentang karakteristik populasi yang diteliti. Kuesioner yang dibagikan berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. setiap respons akan dinilai oleh responden pada skala Likert 5 (lima) poin.

Tabel 3.1 Skor Skala Likert

Pernyataan	
Jawaban	Skor Untuk Pertanyaan
Sangat tidak setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Sumber: Sugiyono (2019:93)

3.6 Pengukuran Variabel

Variabel dinilai dengan memakai instrumen dalam bentuk kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban guna memperoleh data dari narasumber. cara untuk mengikuti jawaban atas responden dengan memanfaatkan skala likert yang telah dinilai oleh responden. skala likert adalah alat atau metode yang digunakan untuk menilai sikap, pemikiran, atau pandangan dengan memanfaatkan skala liket untuk mengubah variabel yang dinilai menjadi indikator variabel. Adapun indikator yang akan digunakan peneliti dalam mengukur variabel adalah sebagai berikut:

1. Kinerja UMKM, adapun indikator dalam mengukur variabel dari kinerja UMKM yaitu Kualitas produk, perspektif pertumbuhan dan penjualan, pertumbuhan pendapatan, tenaga kerja, Pertumbuhan laba.
2. E-commerce, adapun indikator dalam mengukur variabel dari e-commerce yaitu aktivitas pemasaran, penelitian pasar dan perluasan pasar.
3. Literasi Keuangan, adapun indikator dalam mengukur variabel dari literasi keuangan yaitu pengelolaan keuangan.

3.7 Instrumen Penelitian

Secara teori, melakukan penelitian memerlukan pengumpulan pengukuran, karenanya diperlukan alat pengukur yang handal. Biasanya, perangkat pengukuran yang digunakan dalam penelitian disebut sebagai instrumen penelitian. Instrumen penelitian, menurut sugiono (2019:156) adalah perangkat yang digunakan untuk mengukur fenomena alami dan sosial yang dapat diamati. Dalam alat penelitian ini, peneliti berharap dapat memahami pengaruh adanya kaitan antara e-commerce dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

3.8 Analisis Data

Metode analisis penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan memanfaatkan software IBM packpage for Social Sciences (SPSS), SPSS merupakan sebuah rancangan program computer yang digunakan untuk melakukan analisis statistik. Adapun model regresinya, sebagai berikut:

Rumus regresi:

$$Y = \alpha + \beta_1(X_1) + \beta_2 (X_2) e \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

Y = Dependen variabel yaitu kinerja UMKM

X1 = E-commerce

X2 = Literasi keuangan

β_1, β_2 = Besarnya Koefisien untuk X1, X2

e = Variabel pengganggu

α = Konstanta

3.8.1 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data digunakan untuk menguji tingkat kehandalan dan validitas instrumen dalam kuesioner:

1. Uji Validitas

Sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur disebut sebagai validitas. Keakuratan dan ketepatan teknik pengukuran terhubung ke reliabilitas. Nikolas Duli (2019:103), dengan adanya uji validitas peneliti dapat mengetahui sejauh mana responden menjawab sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Tingkat signifikansi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil sama dengan dari 0,05 maka indikator pertanyaan tersebut dikatakan valid dan apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 maka indikator pertanyaan tersebut tidak valid. Perbandingan antara r hitung dan r tabel menunjukkan bahwa r hitung harus lebih besar dari nilai r tabel, dengan menggunakan rumus $df = (N - 2)$.

2. Uji Reabilitas

Menurut Nikolas Duli (2019:106), pengujian reabilitas mengukur bagaimana hasil pengukuran yang konsisten berlaku ketika perangkat pengukur yang sama digunakan untuk menilai gejala yang sama dua kali atau lebih. Penelitian dapat dikatakan reliabel jika diperoleh hasil yang sama dengan beberapa kali pengukuran pada objek yang sama. Uji reabilitas dapat dilihat dari *Cronbach Alpha* (α). Dalam penelitian ini data dapat dikatakan *reliable* apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam Penelitian ini data yang digunakan adalah data primer sehubungan dengan penggunaan data tersebut, maka untuk mendapatkan model yang tepat dalam menganalisis maka perlu dilakukan pengujian. Menurut Ghazali (2018),

langkah awal yang digunakan sebelum analisis regresi linier berganda adalah uji asumsi tradisional. Tes ini dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak umum, konstan, dan memiliki estimasi yang akurat. Untuk mengetahui kelayakan penerapan model regresi dalam penelitian ini maka perlu dilakukan asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji tes normalitas digunakan untuk menilai apakah populasi dari mana data ditarik secara normal didistribusikan atau memiliki distribusi yang dekat dengannya. Data yang didistribusikan secara teratur atau sangat dekat dengan itu diperlukan untuk model regresi yang baik. Distribusi data dapat ditunjukkan secara visual untuk menunjukkan jika data didistribusikan secara berkala atau tidak. Tujuan dari tes normalitas, menurut Ghozali (2018), adalah untuk menilai apakah variabel perancu atau residu dalam model regresi memiliki distribusi normal. Distribusi data dalam model regresi yang baik akan normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov (uji K-S). Jika uji nilai K-S dapat dikatakan mengindikasikan model regresi dapat dikatakan bahwa lebih besar dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05 dalam hal ini dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Jika data didistribusikan secara diagonal mengelilingi data arah diagonalnya, maka model regresi akan memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Ketika dua variabel yang tidak saling eksklusif dan variabel independen memiliki korelasi, ini disebut sebagai multikolinieritas. Model regresi harus lulus uji multikolinieritas ini, dan ditemukan bahwa variabel independen berkorelasi (ghozali 2018). Model regresi yang layak tidak memiliki multikolinieritas atau korelasi antara variabel independen.

Multikoloniritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya. Yaitu nilai VIF (*varian inflation factor*). Jika nilai VIF $10 >$ atau jika tolerance value $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Namun, apabila nilai VIF < 10 atau nilai tolerance value maka tidak terjadi multikoloniritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Model regresi dapat dinyatakan baik ketika tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kata lain ketika hasilnya homoskedastisitas. Homoskedastisitas adalah suatu kondisi dimana varian pada residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap. Model regresi bisa diasumsikan bebas heteroskedastisitas jika nilai signifikan yang didapatkan lebih besar dari 0,05 (Ghozali 2016).

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis antara lain:

1. Uji Parsial (uji T)

Pengujian ini dipergunakan agar memperhatikan bagaimana pengaruh satu independen variabel baik secara individualis dalam menjalankan variabel dependen variabel. Pengujian ini dilihat dari nilai signifikannya, apabila nilainya signifikan $< 0,05$, dapat dinyatakan bahwa independen variabel berpengaruh signifikan pada dependen variabel sehingga hipotesis yang diajukan ditolak. Namun, apabila nilai signifikan $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa independen variabel tidak berpengaruh pada dependen variabel sehingga hipotesis yang diajukan ditolak (Ghozali 2016).

2. Uji Simultan (uji F)

Uji koefisien regresi global memperlihatkan apakah independen variabel secara keutuhan ataupun bersama-sama berpengaruh pada dependen variabel. Apabila nilainya signifikan ataupun hipotesis diterima, standar uji yang dipakai dalam membandingkan nilai signifikansi yang didapat pada tingkat signifikansi tersebut sudah ditetapkan sebesar 5%.

3. Koefisiensi Determinan (R^2)

Koefisien determinan mengatur kemampuan model dalam menerangkan perubahan dependen variabel. Nilai koefisien determinan antara 0 dan 1 (Ghozali 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menganalisis tentang pengaruh *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja. Teknik pengambilan sampel yang disengaja yang disebut "Purposive Sampling" digunakan, dimana peneliti telah menentukan sendiri sampel berdasarkan penilaian kriteria-kriteria siapa saja yang pantas dijadikan sampel. Data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner dalam secara langsung dan dalam bentuk *googleform*.

Objek dalam penelitian ini yaitu para pelaku UMKM yang berada di Kota Makassar. Pelaku UMKM yang menjadi objek penelitian yaitu pelaku UMKM yang telah memenuhi kriteria yang telah disusun oleh peneliti diantaranya pelaku UMKM yang telah menggunakan Shopee sebagai *e-commerce*. Adapun hasil data kuesioner yang diperoleh dan dilanjutkan untuk diolah menggunakan SPSS 29 yaitu sebanyak 48 responden.

4.1.1 Karakteristik Responden

Pada pembahasan karakteristik responden pada penelitian ini yaitu UMKM yang menggunakan aplikasi shopee. Penyajian karakteristik responden dalam penelitian ini berbentuk deskriptif data hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini sebanyak 48 responden. Informasi yang disajikan dalam penelitian ini yaitu nama usaha, tingkat pendidikan, usia dan jenis kelamin.

1. Pendidikan

Pada penelitian ini dalam mengukur karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan. Peneliti menggolongkan menjadi 3 golongan diantaranya sebagai berikut:

Golongan I : Responden yang memiliki jenjang pendidikan SMP (sekolah menengah pertama).

Golongan II : Responden yang memiliki jenjang pendidikan SMA (sekolah menengah keatas).

Golongan III : Responden yang memiliki jenjang pendidikan ke perguruan tinggi seperti DIII (diploma tiga), Sarjana (S1) dan Magister (S3).

Tabel 4.1 Tabel data responden berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	0	0
SMA	40	83%
Perguruan Tinggi	8	17%
Total	48	100%

Sumber: Hasil penelitian data diolah, data primer 2023

Berdasarkan data tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa terdapat responden yang memiliki tingkat pendidikan SMP, SMA, serta jenjang perguruan tinggi. Responden untuk tingkat pendidikan SMP dari 48 responden tidak ada yang memiliki tingkat pendidikan SMP atau persentase 0%. Ditingkat pendidikan SMA sebanyak 40 responden dengan persentase 83%, perguruan tinggi sebanyak 8 orang dengan persentase 17%. Berdasarkan data diatas dapat kita lihat bahwa tingkat pendidikan yang paling banyak adalah SMA.

2. Usia Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data tentang karakteristik responden berdasarkan jenis umur responden pada table berikut:

Tabel 4.2 Tabel data responden berdasarkan umur

Usia	Jumlah	Persentase
16-20 tahun	9	18%
21-25 tahun	16	33%
26-30 tahun	17	35%
31-35 tahun	2	5%
35> tahun	4	9%
Total	48	100%

Sumber: Hasil penelitian data diolah, Data primer 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan usia 16-20 tahun, 21-25 tahun, 26-30 tahun, 31-35 tahun, 35> tahun. Dari total sampel sebanyak 48 orang responden 18% berusia 16-20 tahun sebanyak 9 orang responden, 33% berusia 21-25 tahun sebanyak 16 orang responden, 35% berusia 26-30 tahun 17 orang responden, 5% berusia 31-35 tahun 2 orang responden, dan sisanya 9% berusia 35> tahun 4 orang responden. Dari data distribusi responden berdasarkan umur, komposisi responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden berusia 26-30 tahun.

3. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner, maka diperoleh data tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada table berikut:

Tabel 4.3 Tabel data responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	17	35%
Perempuan	31	65%
Total	48	100%

Sumber: Hasil penelitian data diolah, data primer 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan. Dari total sampel sebanyak 48 responden yang diambil, sebanyak 17 responden (35%) memiliki jenis kelamin laki-laki dan sisanya memiliki jenis kelamin perempuan sebanyak 31 responden (65%). Dari data distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, komposisi responden penelitian ini didominasi oleh responden perempuan.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel

Untuk memberikan gambaran tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu e-commerce, literasi keuangan dan kinerja umkm, maka digunakan tabel statistik deskriptif yang menunjukkan angka minimum, maximum, rata-rata, dan standar deviasi. Data analisis statistik deskriptid dalam penelitian ini diolah dengan bantuan SPSS 29.

4.2.1 Variabel E-commerce (X1)

Variabel e-commerce terdiri dari tiga indikator, ketiga indikator tersebut yaitu pemasaran, meneliti pasar, dan perluasan pasar.

Tabel 4.4 Variabel e-commerce

Indikator	Minimum	Maximum	Rata-rata	Standar Deviasi
Pemasaran	6	15	12,66	2,202

Meneliti pasar	9	20	16,29	3,068
Perluasan pasar	4	10	8,16	1,774

Sumber: Hasil penelitian data diolah, data primer 2023

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa indikator pemasaran menunjukkan kisaran empiris antara 6 sampai dengan 15 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,66 dan standar deviasi 2,202. Indikator meneliti pasar menunjukkan kisaran empiris antara 9 sampai 20 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 16,29 dan standar 3,08. Indikator perluasan pasar menunjukkan kisaran empiris antara 4 sampai 10 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 8,16 dan standar deviasi 1,774.

4.2.2 Literasi Keuangan (X2)

Variabel literasi keuangan terdiri dari lima indikator, lima indikator tersebut yaitu pengetahuan dasar keuangan, pengelolaan kredit, tabungan, investasi, dan asuransi.

Tabel 4.5 Variabel literasi keuangan

Indikator	Minimum	Maximum	Rata-rata	Standar Deviasi
Pengetahuan dasar keuangan	8	15	12,33	2,279
Pengelolaan kredit	6	15	11,48	2,789
Tabungan	1	5	4,08	0,846
Investasi	2	5	4,27	0,675
Asuransi	1	5	3,71	1,220

Sumber: Hasil penelitian data diolah, data primer 2023

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa indikator pengetahuan dasar keuangan menunjukkan kisaran empiris antara 8 sampai dengan 15 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,33 dan standar deviasi 2,279. Indikator pengelolaan kredit

menunjukkan kisaran empiris antara 6 sampai 15 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 11,48 dan standar deviasi 2,789. Indikator tabungan menunjukkan kisaran empiris antara 1 sampai 5 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 4,08 dan standar deviasi 0,846. Indikator investasi menunjukkan kisaran empiris antara 2 sampai 5 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 4,27 dan standar deviasi 0,675. Indikator asuransi menunjukkan kisaran empiris antara 1 sampai 5 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 3,71 dan standar deviasi 1,220.

4.2.3 Kinerja UMKM

Variabel kinerja UMKM terdiri dari enam indikator, enam indikator tersebut yaitu kualitas produk, pengelolaan kredit, perspektif pertumbuhan dan penjualan, pertumbuhan pendapatan, tenaga kerja, pertumbuhan laba.

Tabel 4.6 Variabel kinerja UMKM

Indikator	Minimum	Maximum	Rata-rata	Standar Deviasi
Pertumbuhan pendapatan	6	10	8,38	1,281
Tenaga kerja	11	15	13,07	1,703
Pertumbuhan laba	3	5	4,29	0,651
Perspektif pertumbuhan dan penjualan	6	10	8,59	1,323
Pengelolaan kredit	6	10	7,82	1,65
Kualitas produk	6	10	8,63	1,367

Sumber: Hasil penelitian data diolah, data primer 2023

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa indikator pertumbuhan pendapatan menunjukkan kisaran empiris antara 6 sampai dengan 10 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 8,38 dan standar deviasi 1,281. Indikator tenaga kerja menunjukkan kisaran empiris antara 11 sampai 15 dengan nilai rata-rata (mean)

sebesar 13,07 dan standar deviasi 1,703. Indikator pertumbuhan laba menunjukkan kisaran empiris antara 3 sampai 5 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 4,29 dan standar deviasi 0,651. Indikator perspektif pertumbuhan dan penjualan menunjukkan kisaran empiris antara 6 sampai 10 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 8,59 dan standar deviasi 1,323. Indikator pengelolaan kredit menunjukkan kisaran empiris antara 6 sampai 10 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 7,82 dan standar deviasi 1,65. Indikator kualitas produk menunjukkan kisaran empiris antara 6 sampai 10 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 8,63 dan standar deviasi 1,367.

4.3 Hasil Analisis Data

Adapun hasil analisis data pada penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

4.3.1 Hasil Uji Kualitas Data

Uji kualitas data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas dan reabilitas.

1. Uji Validitas

Uji Validitas ini dilakukan dengan menggunakan komputer program spss versi 29 dengan tujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden. Tingkat signifikan yang digunakan dalam pengujian ini yaitu lebih kecil atau sama dengan 0,05.

Tabel 4.7 Hasil uji validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
E-commerce (X1)	X1.1	0,623	0,291	Valid
	X1.2	0,470	0,291	Valid
	X1.3	0,616	0,291	Valid

	X1.4	0,665	0,291	Valid
	X1.5	0,714	0,291	Valid
	X1.6	0,719	0,291	Valid
	X1.7	0,680	0,291	Valid
	X1.8	0,646	0,291	Valid
	X1.9	0,726	0,291	Valid
Literasi Keuangan (X2)	X2.1	0,477	0,291	Valid
	X2.2	0,570	0,291	Valid
	X2.3	0,547	0,291	Valid
	X2.4	0,628	0,291	Valid
	X2.5	0,788	0,291	Valid
	X2.6	0,466	0,291	Valid
	X2.7	0,388	0,291	Valid
	X2.8	0,614	0,291	Valid
	X2.9	0,527	0,291	Valid
Kinerja UMKM (Y)	Y.1	0,767	0,291	Valid
	Y.2	0,779	0,291	Valid
	Y.3	0,559	0,291	Valid
	Y.4	0,719	0,291	Valid
	Y.5	0,306	0,291	Valid
	Y.6	0,497	0,291	Valid
	Y.7	0,522	0,291	Valid
	Y.8	0,673	0,291	Valid
	Y.9	0,533	0,291	Valid
	Y.10	0,659	0,291	Valid
	Y.11	0,639	0,291	Valid

	Y.12	0,700	0,291	Valid
--	------	-------	-------	-------

Sumber: Data primer yang diolah, spss 29, (2023)

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui besarnya koefisien kolerasi dari seluruh butir pernyataan terdiri dari 9 butir pernyataan untuk variabel Shopee (X1), 9 butir pernyataan untuk variabel Literasi Keuangan (X2). Untuk variabel Kinerja Usaha (Y) terdiri dari 12 butir pertanyaan. Yaitu menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 dan perbandingan antara r hitung dan r tabel menunjukkan bahwa r hitung memiliki nilai lebih besar dari pada r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa item kuesioner yang ada diatas layak atau valid.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas berada pada rentang 0 sampai 1,00 dimana nilai reabilitas yang mendekati angka 1,00 berarti pengukuran data dapat dikatakan semakin reliabel. Suatu variabel dikatakan reliabel pada penelitian ini apabila nilai cronback alpha > nilai batas 0,60.

Tabel 4.8 Hasil uji reabilitas

Vaeiabel	Cronbach Alpha	Keterangan
E-commerce (X1)	0,827	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,698	Reriabel
Kinerja UMKM (Y)	0,848	Reriabel

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dapat dikatakan reliabel dimana variabel X1 memiliki nilai *cronbach Alpha* 0,827, variabel X2 memiliki nilai *cronbach Alph* 0,698, dan variabel Y memiliki nilai *cronbach Alpha* 0,848.

4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pertama-tama perlu dilaksanakan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebelum dilakukannya pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian. Pengujian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Tes uji asumsi klasik, yang digunakan sebagai prasyarat untuk mengevaluasi beberapa regresi linier, termasuk uji normalitas sebagai komponen. Ketika nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji Kolmogorov-Smirnov lebih dari 0,05, dimungkinkan untuk menentukan apakah data didistribusikan secara berkala. Tabel berikut menunjukkan temuan tes Kolmogorov-Smirnov, yang digunakan untuk menilai normal dalam penelitian ini:

Tabel 4.9 Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,81700846
Most Extreme Differences	Absolute		,100
	Positive		,100
	Negative		-,072
Test Statistic			,100
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			,200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		,254
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,243
		Upper Bound	,265

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

Berdasarkan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Dengan ini dapat dinyatakan data terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji tes multikolinieritas dijalankan untuk melihat apakah kondisi asumsi tradisional dipenuhi. Jika tidak ada hubungan atau korelasi antara variabel independen, seperti yang dapat diamati dari hasil yang ditampilkan dalam tabel toleransi koefisien dan nilai VIF, menilai multikolinieritas data penelitian dianggap dapat dipraktikkan. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4.10 Hasil uji multikolinieritas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	24,133	5,748		4,199	<,001			
	E-commerce	,042	,130	,040	,326	,746	,904	1,106	
	Literasi Keuangan	,698	,137	,620	5,108	<,001	,904	1,106	

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

Hasil uji multikolinieritas di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Nilai tolerance *E-commerce* $0,904 > 0,1$ dan nilai VIF $1,106 < 10,00$
- 2) Nilai tolerance Literasi Keuangan $0,904 > 0,1$ dan nilai VIF $1,106 < 10,00$

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut atau tidak terjadi korelasi antar variabel independen pada dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Analisis regresi linier berganda dapat dilakukan pada data penelitian jika tidak ada tanda -tanda heteroskedastisitas. Data penelitian mendukung hipotesis heteroskedastisitas, oleh karena itu analisis regresi linier berganda dapat berlangsung.. Data penelitian memenuhi asumsi heterokedastisitas dapat dinilai ketika nilai signifikansi $> 0,05$. Pengujia heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah uji glesjer.

Tabel 4.11 Hasil uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,694	3,662		1,009	,319
	E-commerce	,003	,083	,005	,031	,976
	Literasi Keuangan	-,025	,087	-,044	-,282	,780

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

Berdasarkan data diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Sig E-commerce $0,976 > 0,05$
- 2) Nilai Sig Literasi Keuangan $0,780 > 0,05$

Berdasarkan interpretasi dari pengujian heterokedastisitas di atas maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi kriteria pengujian heterokedastisitas karena nilai signifikansi $> 0,05$.

4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda ini digunakan untuk memprediksi ketergantungan variabel dependen (terikat) yang lebih dari satu variabel independen. Hasil regresi linera berganda dapat ditunjukkan pada pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil uji regresi linier berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24,133	5,748		4,199	<,001
E-commerce	,042	,130	,040	,326	,746
Literasi Keuangan	,698	,137	,620	5,108	<,001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data primer yang diolah, spss 29, (2023)

Tabel diatas menunjukka bahwa nilai constant adalah 24,133, sedangkan nilai koefisien e-commerce adalah 0,042, nilai koefisien literasi keuangan adalah 0,698. Berdasarkan hal tersebut maka model persamaan linear berganda yaitu sebagai berikut:

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

$$Y = 24,133 + 0,042 + 0,698 + e$$

Berdasarkan fungsi diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Constant sebesar 24,133 menyatakan jika nilai variabel *e-commerce* (X_1), literasi keuangan (X_2) maka kinerja UMKM (Y) sebesar 24,133.
- 2) Nilai koefisien regresi *e-commerce* sebesar 0,042, artinya jika nilai variabel *e-commerce* (X_1) bertambah sebesar 1% dengan asumsi variabel literasi keuangan (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka keputusan kinerja UMKM meningkat sebesar 0,042. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* berkontribusi positif bagi kinerja UMKM, Semakin akurat *e-commerce* yang dimiliki oleh para pelaku UMKM, maka kualitas terhadap kinerjanya akan semakin tinggi.
- 3) Nilai koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,698, artinya jika nilai variabel literasi keuangan (X_2) bertambah sebesar 1% dengan asumsi variabel *e-commerce* (X_1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka keputusan kinerja UMKM meningkat sebesar 0,698. Hal tersebut menunjukkan bahwa

variabel literasi keuangan berkontribusi positif bagi kinerja UMKM, semakin tinggi pemahaman tentang literasi keuangan, maka semakin meningkat kinerja UMKM.

4.4.4 Hasil Uji Hipotesis

Adapun hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Uji Parsial (uji t)

Menurut Pardede dan Manurung (2014:29) nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial *e-commerce* (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap variabel terikatnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel kinerja UMKM (Y) atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing variabel *independent* (bebas) dengan taraf signifikan $<0,05$. Uji t yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil uji parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	24,133	5,748		4,199	<,001
E-commerce	,042	,130	,040	,326	,746
Literasi Keuangan	,698	,137	,620	5,108	<,001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

Berdasarkan tabel diatas dengan mengamati baris, kolom t dan sig. Bisa dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Variabel E-commerce Terhadap Kinerja UMKM (H1)

Variabel *e-commerce* (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini terlihat dari signifikansi *e-commerce* (X1) $0,746 > 0,05$ dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t table ($0,326 <$

2,014103), maka H_0 diterima H_1 ditolak. Sehingga hipotesis yang berbunyi tidak terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM.

2) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM (H2)

Variabel literasi keuangan (X_2) berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini terlihat dari signifikan literasi keuangan (X_2) 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari nilai t table ($5,108 > 2,014103$), maka H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

2. Uji Simultan (uji f)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut tabel pengujian F (uji simultan) dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil uji simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	458,231	2	229,115	15,056	<,001 ^b
	Residual	684,769	45	15,217		
	Total	1143,000	47			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM_TOTAL
 b. Predictors: (Constant), Literasi keuangan_TOTAL, E-commerce_TOTAL

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

pada tabel uji simultan diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05 dan nilai F hitung 15,056 > F tabel 3,204317. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *e-commerce*, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.

3. Uji Koefisiensi Determinan (R2)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam merangkai variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk dapat mengetahui variabel *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 ($0 < R < 1$).

Tabel 4.15 Hasil uji Koefisiensi Determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,633 ^a	,401	,374	3,901
a. Predictors: (Constant), X2_TOTAL, X1_TOTAL				

Sumber: Data primer yang diolah, SPSS 29, (2023)

Berdasarkan data tersebut didapatkan R² senilai 0,401 atau tingkat persentase 40%. Hal tersebut menandakan bahwa pengaruh *e-commerce*, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar adalah 40% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

4.4 Pembahasan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *e-commerce* dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM yang ada di kota Makassar. Adapun hasil pembahasan variabel dan hipotesis adalah sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh *e-commerce* (X1) terhadap kinerja UMKM (Y)

E-commerce atau *electronic commerce* merupakan akses terhadap teknologi digital yang berbasis pada penggunaan internet, diterapkan dalam proses bisnis yang melibatkan transaksi jual beli antara konsumen dan produsen (Maulana et al., 2015). *E-commerce* memfasilitasi produsen untuk memasarkan produknya kepada pasar yang lebih luas, dan dalam waktu yang bersamaan membantu konsumen dengan menyediakan opsi yang lebih banyak sehingga konsumen dapat membuat pertimbangan yang lebih baik.

Berdasarkan hasil uji hipotesis, menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Indra Sukma Subagio dan Esti Saraswati, yang studinya berjudul "Pengaruh *E-commerce* dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Purbalingga", dan yang temuannya menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Hal ini dapat dilihat dari indikator perluasan pasar dengan skor terendah yaitu shopee mempermudah akses dengan vendor dan shopee membantu saya dalam memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks ini, meskipun shopee memudahkan akses dengan vendor, komunikasi dalam lingkungan online cenderung lebih terbatas daripada interaksi langsung. Ini dapat mengurangi kemampuan UMKM untuk membangun hubungan yang kokoh dengan vendor, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pasokan produk dan layanan yang stabil dan meskipun shopee menyediakan alat-alat pemasaran dan promosi, UMKM harus memiliki pemahaman dan keterampilan pemasaran digital yang cukup untuk memaksimalkan manfaat dari fitur-fitur ini. Tidak semua UMKM memiliki pengetahuan yang memadai dalam hal pemasaran online, yang dapat membatasi dampak dari upaya perluasan bisnis.

4.4.2 Pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap kinerja UMKM (Y)

Pengertian umum dari financial literacy atau literasi keuangan adalah pengetahuan dan juga keterampilan masyarakat yang mampu memberikan keyakinan terkait lembaga keuangan dan berbagai produk di dalamnya dalam parameter ukuran indeks. Namun, beberapa ahli dalam bidang ekonomi memiliki pandangannya sendiri terkait literasi keuangan. Manurung menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah seperangkat pengetahuan dan keterampilan masyarakat

dalam membuat keputusan dan kebijakan yang efektif dengan memanfaatkan seluruh sumber daya keuangan yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil analisis pada uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Nurbayani dan Aidah, yang studinya berjudul “Peran Implementasi *E-Commerce* dan Literasi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Era New Normal Pandemi Covid-19 di Kota Makassar Abstrak”, dan yang temuannya menunjukkan dampak positif dan signifikan yang dimiliki literasi keuangan terhadap keberlangsungan bisnis.

Adapun hal yang menjadi pendukung adalah pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, tabungan, investasi, dan asuransi. Pengetahuan yang kuat tentang pengelolaan keuangan memungkinkan UMKM untuk membuat keputusan yang lebih bijaksana. Dengan pemahaman yang baik tentang pengelolaan kredit, UMKM dapat mengelola utang dengan efektif dan menghindari beban utang yang berlebihan. Pengetahuan tentang tabungan dan investasi membantu UMKM merencanakan masa depan mereka, mengalokasikan dana dengan cerdas, dan memanfaatkan peluang pertumbuhan. Selain itu, pemahaman tentang asuransi melindungi UMKM dari risiko finansial yang tak terduga, seperti bencana alam atau kehilangan aset. Semua ini membantu meningkatkan daya tahan UMKM dan kontribusi mereka terhadap perekonomian.

4.4.3 Pengaruh e-commerce (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap kinerja UMKM (Y)

Berdasarkan hasil dari koefisien jalur perhitungan statistik dapat disimpulkan bahwa efek regresi linier berganda menunjukkan variabel *e-commerce* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM,

maka makin komplit e-commerce dan literasi keuangan, maka maka makin meningkat pula kinerja UMKM. Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Lutfi Ramdhani, Nurleli, Andhika Anandya. Yang mengemukakan bahwa literasi keuangan dan e-commerce berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, kemudian ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial ditemukan bahwa *e-commerce* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dapat dilihat dari indikator perluasan pasar dengan skor terendah yaitu shopee mempermudah akses dengan vendor dan shopee membantu saya dalam memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks ini shopee memudahkan akses dengan vendor, tetapi komunikasi dalam lingkungan online cenderung terbatas, ini dapat mengurangi kemampuan UMKM untuk membangun hubungan dengan vendor UMKM perlu paham dan keterampilan pemasaran digital untuk memanfaatkan alat pemasaran online.
2. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Adapun hal yang menjadi pendukung adalah pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, tabungan, investasi, dan asuransi. Pengetahuan kuat tentang pengelolaan keuangan penting bagi UMKM untuk membuat keputusan bijaksana.
3. Secara simultan *e-commerce* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Maka semakin baik pengelolaan *e-commerce* dan pengetahuan literasi keuangan, maka akan meningkatkan kinerja UMKM.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terbatas dengan sampel yang diperoleh sebanyak 48 sampel. Namun pada kenyataannya sangat banyak pelaku UMKM di kota Makassar, hal yang menjadi pemasalah yaitu kurangnya pelaku atau pemilik usaha yang berada di tempat usaha serta kurangnya partisipasi pelaku UMKM dalam keterlibatan penelitian ini.
2. Kurangnya pemahaman responden terhadap pernyataan dalam mengisi kuesioner.
3. Untuk memastikan bahwa kesimpulan yang dicapai hanya didasarkan pada temuan penelitian yang dicapai, penelitian ini secara eksklusif menggunakan metode survei, seperti distribusi kuesioner, dan tidak melakukan wawancara.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil temuan pada penelitian ini yang telah dibahas pada bab sebelumnya maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini e-commerce tidak berpengaruh signifikan. Namun seperti yang kita ketahui e-commerce merupakan hal yang penting karena dengan adanya e-commerce dapat membantu para pelaku UMKM dalam melakukan penjualan. Mengingat para pelaku UMKM harus dapat tetap eksis ditengah maraknya persaingan usaha sehingga e-commerce dapat membantu dalam mengembangkan usaha ini harusnya diterapkan.
2. Penelitian ini masih sangat layak untuk diteliti lebih lanjut, ini terbukti dari nilai R square nya rendah, artinya masih lebih banyak variabel yang berpengaruh dibandingkan variabel yang diuji saat ini. Untuk itu penting bagi peneliti

selanjutnya untuk menganalisis variabel lain yang dapat memengaruhi kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N., & Nurbayani. (2022). Peran Implementasi E-Commerce dan Literasi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Era New Normal Pandemi Covid-19 di Kota Makassar Abstrak. *Jurnal of Management & Business*, 5(1), 100–110.
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.35914/jemma.v4i1.437>
- Dhara Kartika, & Musmini, L. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Minat Menggunakan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pada Masa Pandemi *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 1–11. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/35273%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/download/35273/21390>
- Kementrian Keuangan RI Ditjen Perbendaharaan. (2022). PIP Dukung Penguatan Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Indonesia. <https://pip.kemenkeu.go.id/id/data-publikasi/berita-terbaru/123-pip-dukungpenguatan-kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-indonesia.html>
- Kompas.com. (2022). Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp 108,54 Triliun di kuartal I-2022. Kompas.Com <https://money.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all>
- Laudon, K., dan Laudon, J. (2009). *Management Information Systems: International Edition (11/E)*. Pearson Higher Education.
- Lauria, A., Rodrigues, D. C., Sato, F. R. L., & Moreira, R. W. F. (2014). Biomechanical strength analysis of mini anchors for the temporomandibular joint. *Oral and Maxillofacial Surgery*, 18(4), 425–430. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Literasi, P., Terhadap, K., Dan, K., Umkm, K., & Kota, D. I. (2017). Rahayu et al (2017)PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA DAN. 5(2016).
- Muhamad Lutfi Ramdhani, Nurleli, & Andhika Anandya. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan E-commerce terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 115–122. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1331>
- Nurhidayati. (2023). Pengaruh *E-commerce* dan Pemberian Kredit Terhadap Kinerja UMKM Melalui Pemahaman Akuntansi Pada Pelaku UMKM Di Kota Makassar.

- Putra, Antony Asliady (2018) Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Kecakapan UMKM Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Pengrajin Tahu di Desa Kalisari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. *Skripsi thesis, Universitas Jenderal Soedirman*
- Putri Adika Lestari. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kota Makassar.
 File:///C:/Users/VERA/Downloads/ASKEP_AGREGAT_ANAK_and_REMAJ_A_PRINT.Docx, 21(1), 1–9.
- Suardana Kadek Agus, L. S. M. (2020). *25918-55297-2-Pb. 1*, 191–202.
- Subagio, I. S., & Saraswati, E. (2021). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Di Purbalingga. *J-LEE - Journal of Law, English, and Economics*, 2(01), 1–14.
<https://doi.org/10.35960/j-lee.v2i01.592>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818.
<https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung;Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, KUalitatif dan R&D*. Bandung:CV.Alfabeta
- Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10.
<https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>
- Sekaran, (2006). *convenience sampling*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1.*
- Utama, W. K. (2016). Pengaruh Entrepreneurial Networking terhadap KinerjaUsaha melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Umkm di KotaMedan). Universitas Sumatera Utara.
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-Commerce , Budaya Organisasi , Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar, September*, 287–300.
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/view/4479>

Lampiran

Lampiran I Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Makassar,

2023

Perihal: Permohonan menjadi responden

Kepada

Yth, Bapak/Ibu/Saudara/i

Pemilik UMKM

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyusun tugas akhir (skripsi), sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana (S1), maka dengan ini saya:

Nama : Wahyu Agung Prakoso

NIM/ Prodi : 1910321051/ S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial

Universitas : Fajar Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian pada pengembangan UMKM yang ada di Kota Makassar. Adapun permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah "Pengaruh E-commerce dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di kota Makassar".

Untuk itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisian dengan lengkap dan jujur. Adapun tujuan dari penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah dan segala identitas yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya.

Atas kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih

Hormat saya

Penelit

Wahyu Agung Prakoso

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Isilah daftar identitas yang telah disediakan dan angket dibawah ini dengan sungguh – sungguh sesuai pendapat anda.
2. Jawaban yang saudara/l berikan tidak ada intervensi dari pihak manapun.
3. Berilah tanda centang (√) pada kolom yang sesuai.

Kuesioner ini menggunakan nilai dengan 5 skala, dimana skalanya adalah:

Jawaban	Kode	Nilai
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Nama Usaha :
3. Lokasi Usaha :
4. Jenis Kelamin :
5. Usia :

B. Daftar pertanyaan

1. E-commerce (shopee)

no	Pernyataan	Sts	Ts	N	S	Ss
		1	2	3	4	5
Pemasaran						
1	Aplikasi Shopee membantu Anda dalam meningkatkan komunikasi dengan konsumen					
2	Anda menggunakan aplikasi online dan pembayaran online					
3	Saya menggunakan Shopee untuk memasarkan produk					
Meneliti pasar						
4	Shopee membantu dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap usaha yang saya miliki					
5	Saya memiliki strategi yang berkaitan dengan pengembangan shopee pada usaha saya					
6	shopee membuat usaha saya memiliki posisi yang kuat dalam persaingan					
7	shopee mampu menarik lebih banyak konsumen					
Perluasan pasar						

8	shopee mempermudah akses dengan vendor					
9	shopee membantu saya dalam memperluas jangkauan bisnis					

Sumber: Nurhidayati (2023)

2. Literasi Keuangan

no	Pernyataan	Sts 1	Ts 2	N 3	S 4	Ss 5
Pengetahuan dasar keuangan						
1	Saya memahami manfaat pengelolaan keuangan					
2	Saya memahami cara mengelola keuangan secara efektif					
3	Saya membuat pembukuan kas keluar masuk perhari/bulan/tahun					
Pengelolaan kredit						
4	Saya mengetahui persyaratan untuk membuka rekening di bank					
5	Saya mengetahui jika ada perubahan suku bunga di bank					
6	Saya menggunakan kredit untuk meningkatkan usaha saya					
Tabungan						
7	Saya menggunakan tabungan untuk menyimpan uang hasil usaha saya					
Investasi						
8	Saya melakukan suatu investasi untuk masa depan					
Asuransi						
9	Untuk menghindari terjadinya risiko saya mendaftarkan usaha yang sedang saya jalani ke jasa asuransi					

Sumber husnul akhlar (2021)

3. Kinerja Usaha

no	Pernyataan	Sts 1	Ts 2	N 3	S 4	Ss 5
1	Pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan sebagai pendukung dalam kinerja usaha saya.					
2	pertumbuhan pendapatan usaha yang stabil sebagai pendukung dalam kinerja usaha saya					
3	Pertumbuhan jumlah tenaga kerja sebagai pendukung dalam peningkatan kinerja usaha saya					
4	Pertumbuhan laba yang berkelanjutan sebagai pendukung dalam kinerja usaha saya					
5	Kedisiplinan yang ada pada karyawan Saya, sangat dibutuhkan untuk menunjang kinerja usaha Saya.					
6	Keberhasilan dalam pencapaian target usaha Saya, sangat dibutuhkan dalam pencapaian kinerja usaha Saya					

7	Perilaku individu pada karyawan sangat penting untuk mendukung keberhasilan kinerja usaha saya					
8	Pendapatan yang diterima sebanding dengan produksi yang dihasilkan.					
9	Setelah mendapatkan kredit modal kerja aset saya bertambah.					
10	Pemberian kredit yang saya peroleh digunakan untuk meningkatkan kualitas dan menambah jumlah barang yang saya jual, sehingga pendapatan dari hasil produksi saya meningkat.					
11	Produk yang dihasilkan dapat meningkatkan pendapatan.					
12	Kualitas produk UMKM dapat meningkatkan pendapatan UMKM.					

Sumber: Nurhidayati (2023)

Lampiran I Data Hasil Penelitian Poin Skala Likert

Hasil point skala likert e-commerce (XI)

Nomor Bukti Angket X1									Total X1
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
5	5	5	4	4	3	4	3	4	37
4	4	5	4	5	4	5	4	4	39
3	3	3	3	4	3	4	2	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	3	5	43
2	5	4	4	4	4	2	2	2	29
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	5	4	5	4	5	4	5	40
3	5	4	3	2	2	3	2	2	26
4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
4	5	4	4	5	5	4	4	4	39
4	2	4	4	4	2	4	2	4	30
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	5	4	5	5	4	4	5	3	38
4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
4	5	4	5	5	5	4	4	5	41
4	4	4	5	4	5	4	5	5	40
3	5	4	3	4	4	3	3	4	33
4	5	4	4	3	4	4	3	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	3	4	3	5	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	2	5	42
4	4	4	4	3	4	2	3	4	32
5	5	4	3	3	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
5	4	4	4	5	4	4	5	5	40
5	5	5	4	4	4	4	4	5	40
4	3	4	4	3	3	3	4	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
4	5	5	4	5	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
5	4	4	4	4	4	5	3	5	38

3	4	4	3	3	2	4	4	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
1	3	5	4	5	5	4	5	5	37
5	3	3	4	3	3	5	5	5	36
4	3	4	3	4	4	4	3	5	34
4	4	3	3	5	5	4	4	4	36
3	4	4	4	3	4	5	4	3	34
5	4	5	4	5	4	4	5	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	5	4	3	4	4	5	38
4	5	4	4	4	3	3	3	4	34
5	5	5	4	5	4	5	5	4	42

Hasil Point skala likert literasi keuangan (X2)

Nomor Bukti Angket X2									Total X2
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
4	4	5	4	2	1	4	4	4	32
5	5	5	5	5	3	4	4	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
4	4	4	4	2	3	4	4	3	32
4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
3	3	5	4	4	3	5	5	5	37
5	5	5	5	5	2	5	5	5	42
5	5	5	5	5	3	5	5	5	43
3	3	3	4	4	3	5	5	3	33
4	4	2	4	2	2	5	3	2	28
4	3	3	4	4	4	4	2	4	32
5	5	5	5	5	4	5	4	3	41
3	4	5	5	5	4	4	4	4	38
4	4	4	4	2	2	2	4	2	28
4	4	4	4	4	2	4	3	2	31
4	3	4	3	3	3	4	3	3	30
5	5	5	5	5	1	1	5	1	33
4	3	4	4	5	5	5	5	5	40
3	4	3	4	4	4	4	3	4	33
3	3	5	3	3	2	4	5	5	33
3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
4	5	3	4	2	5	4	5	4	36

4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	3	43
5	5	5	5	5	4	3	5	5	42
4	3	4	4	4	3	5	5	2	34
5	5	5	5	5	1	5	5	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
4	4	3	4	3	3	4	3	3	31
4	5	4	4	4	5	4	5	5	40
3	4	4	4	3	3	4	3	4	32
5	4	5	5	3	1	4	4	1	32
4	3	5	4	3	4	4	4	3	34
4	5	5	5	4	5	3	5	2	38
3	3	3	4	3	4	4	4	5	33
4	3	4	4	2	3	4	4	2	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	3	5	4	4	4	4	4	5	37
4	3	3	3	4	4	5	5	5	36
3	4	5	4	3	3	4	4	5	35
4	3	4	4	3	4	3	4	4	33
3	4	5	5	5	5	4	5	5	41
4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
4	4	5	5	4	4	5	4	5	40
4	4	5	4	3	3	3	5	4	35
5	4	4	5	4	4	4	5	5	40
4	4	5	5	4	3	3	4	3	35
5	4	5	5	5	2	5	5	2	38

Hasil ponit skala liker kinerja UMKM (Y)

Nomor Bukti Angket Y											Total Y	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		12
4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	54
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	53
3	3	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	56

4	3	5	3	5	4	4	4	3	3	4	5	47
4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	44
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	45
4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	53
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	46
4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	48
3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	55
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	54
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	54
3	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	3	47
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	44
4	5	3	5	5	4	5	4	3	3	4	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	54
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
3	5	4	5	4	5	4	5	3	3	5	5	51
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	51
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	52
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	54
4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	42
5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	55
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	48
5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	55
4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	48
4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	4	5	50
4	4	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	48
4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	5	51
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	57
4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	49
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	50
4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	55
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	50
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	53
4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	52

Lampiran III Hasil uji validitas

Hasil Uji Validitas Data variabel E-commerce (X1)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1_TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,243	,288*	,314*	,222	,194	,494**	,282	,552**	,623**
	Sig. (2-tailed)		,096	,047	,030	,129	,186	<,001	,052	<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.2	Pearson Correlation	,243	1	,443**	,319*	,258	,376**	,090	,118	,021	,470**
	Sig. (2-tailed)	,096		,002	,027	,077	,009	,542	,424	,888	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.3	Pearson Correlation	,288*	,443**	1	,432**	,543**	,320*	,317*	,231	,265	,616**
	Sig. (2-tailed)	,047	,002		,002	<,001	,027	,028	,114	,068	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.4	Pearson Correlation	,314*	,319*	,432**	1	,486**	,433**	,265	,318*	,444**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,030	,027	,002		<,001	,002	,069	,028	,002	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.5	Pearson Correlation	,222	,258	,543**	,486**	1	,583**	,383**	,351*	,428**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,129	,077	<,001	<,001		<,001	,007	,014	,002	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.6	Pearson Correlation	,194	,376**	,320*	,433**	,583**	1	,347*	,423**	,508**	,719**
	Sig. (2-tailed)	,186	,009	,027	,002	<,001		,016	,003	<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.7	Pearson Correlation	,494**	,090	,317*	,265	,383**	,347*	1	,484**	,542**	,680**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,542	,028	,069	,007	,016		<,001	<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.8	Pearson Correlation	,282	,118	,231	,318*	,351*	,423**	,484**	1	,412**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,052	,424	,114	,028	,014	,003	<,001		,004	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1.9	Pearson Correlation	,552**	,021	,265	,444**	,428**	,508**	,542**	,412**	1	,726**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,888	,068	,002	,002	<,001	<,001	,004		<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X1_T OTAL	Pearson Correlation	,623**	,470**	,616**	,665**	,714**	,719**	,680**	,646**	,726**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Hasil Uji Validitas Data variabel literasi keuangan (X2)

		Correlations									X2_TOTA
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	L
X2.1	Pearson Correlation	1	,607**	,338*	,550**	,412**	-,136	,063	,287*	-,178	,477**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,019	<,001	,004	,356	,670	,048	,225	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.2	Pearson Correlation	,607**	1	,351*	,650**	,411**	,034	-,064	,304*	-,007	,570**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,015	<,001	,004	,820	,668	,036	,964	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.3	Pearson Correlation	,338*	,351*	1	,540**	,458**	-,123	-,066	,446**	,108	,547**
	Sig. (2-tailed)	,019	,015		<,001	,001	,404	,655	,001	,467	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.4	Pearson Correlation	,550**	,650**	,540**	1	,577**	,014	,075	,325*	-,082	,628**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	,927	,614	,024	,578	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.5	Pearson Correlation	,412**	,411**	,458**	,577**	1	,235	,245	,405**	,261	,788**
	Sig. (2-tailed)	,004	,004	,001	<,001		,108	,094	,004	,074	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.6	Pearson Correlation	-,136	,034	-,123	,014	,235	1	,160	,140	,458**	,466**
	Sig. (2-tailed)	,356	,820	,404	,927	,108		,276	,342	,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.7	Pearson Correlation	,063	-,064	-,066	,075	,245	,160	1	,129	,271	,388**
	Sig. (2-tailed)	,670	,668	,655	,614	,094	,276		,383	,062	,007
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.8	Pearson Correlation	,287*	,304*	,446**	,325*	,405**	,140	,129	1	,201	,614**
	Sig. (2-tailed)	,048	,036	,001	,024	,004	,342	,383		,172	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2.9	Pearson Correlation	-,178	-,007	,108	-,082	,261	,458**	,271	,201	1	,527**
	Sig. (2-tailed)	,225	,964	,467	,578	,074	,001	,062	,172		<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
X2_TO TAL	Pearson Correlation	,477**	,570**	,547**	,628**	,788**	,466**	,388**	,614**	,527**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	,007	<,001	<,001	
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Data variabel kinerja UMKM (Y)

		Correlations												Y_TOTA
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	L
Y1	Pearson Correlation	1	,640**	,503**	,501**	,279	,402**	,467**	,380**	,333*	,385	,367	,470	,767**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	,055	,005	<,001	,008	,021	,007	,010	<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y2	Pearson Correlation	,640**	1	,377**	,657**	,078	,401**	,466**	,448**	,252	,383	,481	,603	,779**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,008	<,001	,597	,005	<,001	,001	,085	,007	<,001	<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y3	Pearson Correlation	,503**	,377**	1	,296*	,281	,208	,271	,331*	,090	,235	,272	,318	,559**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,008		,041	,053	,156	,062	,022	,543	,109	,062	,028	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y4	Pearson Correlation	,501**	,657**	,296*	1	,213	,328*	,361*	,506**	,337*	,280	,435	,437	,719**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,041		,146	,023	,012	<,001	,019	,054	,002	,002	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y5	Pearson Correlation	,279	,078	,281	,213	1	,086	,247	,013	,021	,047	,110	,173	,306*
	Sig. (2-tailed)	,055	,597	,053	,146		,560	,091	,928	,885	,752	,455	,241	,035
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y6	Pearson Correlation	,402**	,401**	,208	,328*	,086	1	,184	,352*	-,069	,211	,234	,397	,497**
	Sig. (2-tailed)	,005	,005	,156	,023	,560		,210	,014	,642	,151	,110	,005	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y7	Pearson Correlation	,467**	,466**	,271	,361*	,247	,184	1	,333*	,109	,184	,173	,334	,522**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,062	,012	,091	,210		,021	,459	,210	,241	,020	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y8	Pearson Correlation	,380**	,448**	,331*	,506**	,013	,352*	,333*	1	,328*	,425	,332	,464	,673**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,022	<,001	,928	,014	,021		,023	,003	,021	<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48

Y9	Pearson Correlation	,333*	,252	,090	,337*	,021	-,069	,109	,328*	1	,740	,288	,146	,533**
	Sig. (2-tailed)	,021	,085	,543	,019	,885	,642	,459	,023		<,001	,047	,321	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y10	Pearson Correlation	,385**	,383**	,235	,280	,047	,211	,184	,425**	,740**	1	,383	,281	,659**
	Sig. (2-tailed)	,007	,007	,109	,054	,752	,151	,210	,003	<,001		,007	,053	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y11	Pearson Correlation	,367*	,481**	,272	,435**	,110	,234	,173	,332*	,288*	,383	1	,577	,639**
	Sig. (2-tailed)	,010	<,001	,062	,002	,455	,110	,241	,021	,047	,007		<,001	<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y12	Pearson Correlation	,470**	,603**	,318*	,437**	,173	,397**	,334*	,464**	,146	,281	,577	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,028	,002	,241	,005	,020	<,001	,321	,053	<,001		<,001
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Y_T OTA	Pearson Correlation	,767**	,779**	,559**	,719**	,306	,497**	,522**	,673**	,533**	,659	,639	,700	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,035	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran IV Distribusi Nilai r tabel

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran V Dokumentasi



