



## Efektivitas Penggunaan E-Commerce dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Kota Surakarta

Arjun Anugrah Ilaahi✉,

Teknik Industri, Universitas Sahid Surakarta

DOI: 10.31004/jutin.v6i4.21050

✉ Corresponding author:

[arjunanugrahilaahi@gmail.com]

### Article Info

### Abstrak

*Kata kunci:*  
media e-commerce;  
UMKM;  
ecommerce;  
*Kata kunci 4;*  
*Kata kunci 5*

Ada banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Indonesia di kalangan pengguna ecommerce. Berkaitan dengan hal ini peneliti akan meneliti tentang pengaruh bisnis dengan konten ecommerce pada bisnis ritel terhadap aspek pemasaran mikro kecil menengah di Kota Surakarta. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah 1). Untuk membantu manajer bisnis ritel memaksimalkan distribusi, informasi, dan sosialisasi produk agar mudah diakses oleh komunitas sehingga dapat bersaing dengan manajer bisnis dengan media e-commerce. 2). proses sosialisasi, edukasi produk, pemasaran dan pemrosesan data produk melalui e-commerce. Adapun hasil penelitian, ada pengaruh yang signifikan dari media e-commerce terhadap perkembangan UMKM di Kota Surakarta.

### Abstract

*Keywords:*  
e-commerce media;;  
UMKM;  
ecommerce;  
*Keyword 4;*  
*Keyword 5*

There are many factors that influence the development of MSMEs in Indonesia among ecommerce users. In this regard, researchers will examine the influence of businesses with e-commerce content on retail businesses on the marketing aspects of micro, small and medium enterprises in the city of Surakarta. The specific objectives of this research are 1). To help retail business managers maximize product distribution, information and socialization so that they are easily accessible to the community so they can compete with business managers using e-commerce media. 2). socialization process, product education, marketing and product data processing through e-commerce. As for the research

results, there is a significant influence of e-commerce media on the development of MSMEs in the city of Surakarta.

## 1. INTRODUCTION

E-commerce secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu bentuk transaksi jual beli yang di lakukan secara online dengan menggunakan jaringan internet. Berdasarkan Fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia ( DSN MUI) Nomor 05/DSN-MUI/IV/2000/, jual beli salam diartikan sebagai jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran terlebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. Jual beli online juga sama dengan bentuk as-salam karena sama-sama berbentuk pemesanan yang pembayarannya dilakukan di awal. Firman Allah SWT Q.S An-Nisaa Ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."

Berdasarkan ayat diatas jelas bahwa Islam sangat mendorong umatnya untuk menjadi seorang pedagang. Dalam transaksi jual beli online sama halnya dengan transaksi jual beli biasa hanya medianya saja yang berbeda. Kejujuran merupakan hal yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis online ini karena antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung.

Pemerintah Kota Surakarta telah mendorong para pelaku UMKM di Surakarta untuk gencar mempromosikan produknya melalui sistem online. Selain itu beberapa program untuk membina para pelaku usaha yang gaptek gagap teknologi juga sering digelar. Mereka dapat membeli produk yang mereka inginkan serta melakukan transaksi secara mudah dan tentunya para konsumen ecommerce pun mampu melayani keinginannya sendiri sesuai harapan dan keputusan yang di ambil ketika sedang melakukan transaksi e-commerce tersebut.

Pertumbuhan e-commerce yang terjadi di Indonesia mengalami percepatan sangat tinggi dan Indonesia adalah negara yang di dominasi oleh penduduk dengan perekonomian tingkat menengah dimana kehadiran e-commerce sangat disambut baik terutama oleh generasi yang cukup besar jumlahnya yaitu generasi millennial. Generasi ini merupakan generasi yang menjadi konsumen terbesar penjualan melalui e-commerce. Penjualan melalui e-commerce dapat diakses secara online dengan jaringan internet dimana internet telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari sebagian besar masyarakat Indonesia dan dunia. Layanan internet mampu mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia termasuk aspek kehidupan manusia dalam hal bisnis yang didalamnya termasuk bisnis kuliner. Dengan perkembangan teknologi ini juga berpengaruh pada perilaku dari konsumen yang mulai berubah dari pembelanjaan yang dilakukan secara langsung ke pembelanjaan yang dilakukan secara daring/online dimana bisnis ini semakin menjanjikan. Oleh karena itu semakin banyak muncul para penjual yang menggunakan jasa aplikasi e-commerce untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin besar seperti melalui Tokopedia, Lazada, Shopee, dll.

Untuk menangkap pasar yang lebih luas terutama di era teknologi saat ini para pebisnis kuliner menjual produknya tidak hanya secara konvensional dengan penjualan langsung tetapi memanfaatkan kecanggihan teknologi dengan penjualan online. Era Industri 4.0 ini berbasis teknologi digital tentu saja membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dan mampu memberikan kontribusi untuk keberlangsungan bisnis perusahaan. Kondisi saat ini membutuhkan kekuatan kompetensi sumber daya manusia karena persaingan bisnis yang ketat di lapangan usaha. Banyak perusahaan bersaing dengan menunjukkan ide-ide kreatif mereka dalam rangka meraih kepercayaan konsumen dalam memberikan layanan yang terbaik dengan berbagai macam cara salah satu langkah yang diambil produsen adalah memasuki media pemasaran digital melalui aplikasi penjualan online yang sudah menjadi keharusan dalam strategi penjualan saat ini. Efektivitas Penggunaan E-commerce dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Kota Surakarta.melalui online, tentu saja hal ini salah satunya adalah dikarenakan kemudahan dalam mendapatkannya yang sangat difasilitasi oleh penggunaan gadget yang sudah tidak terbatas penggunaannya. Penelitian ini menjadi sangat menarik ketika semua hal yang berkaitan sangat tepat dan saling menguatkan bagi dampak positif yang ditimbulkannya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis bermaksud melakukan penelitian untuk menguji bagaimana Efektivitas Penggunaan E-commerce dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah di Kota Surakarta.

## 2. METHODS

Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif adalah pengumpulan data untuk menguji pertanyaan peneliti atau hipotesis yang berkaitan dengan keadaan yang sedang terjadi, dimana penelitian ini menggunakan teknik observasi secara langsung, yaitu individu yang diteliti dengan peneliti. Dengan tujuan untuk mencari informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian. Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih dua bulan dimulai dari bulan 1 Oktober sampai bulan 30 Noember 2023.

Subjek penelitian ini yaitu pelaku bisnis UMKM berjumlah 20 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket, dan dokumentasi dengan instrumen menggunakan skala data ordinal. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini seperti, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji lineritas, dan uji regresi linear sederhana.

## 3. RESULT AND DISCUSSION

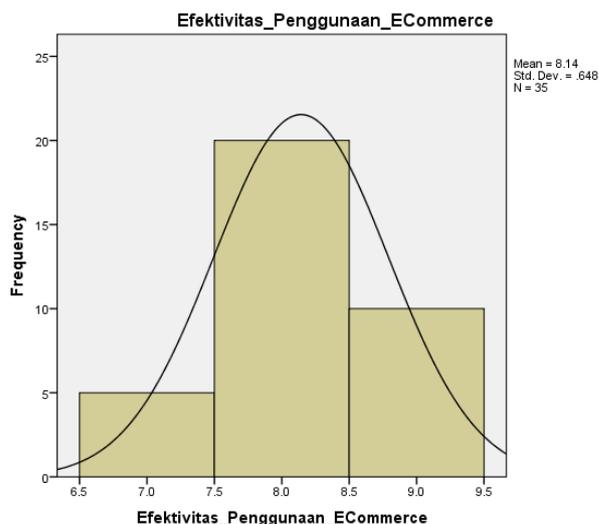
Dalam deskripsi data secara keseluruhan dalam dua variabel adalah sebagai berikut.

Statistics		Efektivitas_Penggunaan_ECommerce	Perkembangan_UKM_di_Surakarta
N	Valid	35	35
	Missing	0	0
Mean		8.14	6.57
Std. Error of Mean		.110	.125
efektivitas penggunaan		8.00	7.00
Mode		8	7
Std. Deviation		.648	.739
Variance		.420	.546
Skewness		-.140-	-1.419-
Std. Error of Skewness		.398	.398
Kurtosis		-.514-	.464
Std. Error of Kurtosis		.778	.778
Range		2	2
Minimum		7	5
Maximum		9	7
Sum		285	230

**Statistics**

		Efektivitas_Penggunaan_ECommerce	Perkembangan_UMKM_di_Surakarta
Percentiles	25	8.00	6.00
	50	8.00	7.00
	75	9.00	7.00

Data pengaruh efektivitas penggunaan *E-commerce* diperoleh skor maksimum sebesar 9, minimum sebesar 7, *mean* sebesar 8.14, efektivitas penggunaan 8.00, modus sebesar 8, standar deviasi sebesar 0.648. Dari deskripsi tersebut juga dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dan efektivitas penggunaan hamper sama, yaitu 8.00 dan 7.00. Hal ini menunjukkan bahwa data skor efektivitas penggunaan *e-commerce* pada penelitian ini cukup representatif. Deskripsi data dapat dilihat dari Histogram pada gambar.



**Gambar 1. Histogram efektivitas penggunaan *E-Commerce***

Dari histogram dan poligon frekuensi diatas dapat disimpulkan bahwa data tingkat penggunaan efektivitas penggunaan *e-commerce* dalam penelitian ini memiliki sebaran yang cenderung normal. Karena bentuk dari kurva mendekati bentuk normal.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Efektivitas_Penggunaan_ECommerce	Perkembangan_UMKM_di_Surakarta
N	35	35

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	8.14	6.57
	Std. Deviation	.648	.739
Most Extreme Differences	Absolute	.302	.433
	Positive	.302	.281
	Negative	-.270-	-.433-
Test Statistic		.302	.433
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa uji hipotesis yang menyatakan distribusi data pada analisis regresi ini mengikuti distribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan semua nilai Kolmogorov-Smirnov  $Z > 0,05$ . Hal ini berarti **semua data berdistribusi normal**.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.350-	1.081		-.324-	.748		
	Efektivitas_Penggunaan_ECommerce	.850	.132	.745	6.425	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perkembangan\_UMKM\_di\_Surakarta

Pada tabel di atas diketahui bahwa hasil *Tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) pada masing-masing variabel bebas yang digunakan memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (10%) dan VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak ada multikolinearitas pada penelitian ini.

**Tabel Uji Normalitas ANOVA Table**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.321	1	10.321	.286	.367 <sup>b</sup>

Residual	8.250	33	.250	
Total	18.571	34		

- a. Dependent Variable: Perkembangan\_UMKM\_di\_Surakarta
- b. Predictors: (Constant), Efektivitas\_Penggunaan\_ECommerce

Berdasarkan hasil perhiungan di atas diperoleh hasil perhitungan *Deviation from Linearity* dengan  $F_0 = 0,286$  Sig. =  $0,367 > 0,05$ . Hal ini memiliki pengertian bahwa variabel Aspek perkembanganUMKM atas eferktivitas penggunaan e-commerce mempunyai hubungan yang linear

**Tabel HasilPengujianLinearitasRegresiVariabel Y atas X  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov**

		Standard Error of Predicted Value
N		35
Uniform Parameters <sup>a,b</sup>	Minimum	.08660
	Maximum	.17321
Most Extreme Differences	Absolute	.571
	Positive	.571
	Negative	-.143-
Kolmogorov-Smirnov Z		.381
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135

- a. Test distribution is Uniform.
- b. Calculated from data.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa uji hipotesis yang menyatakan distribusi residual pada analisis regresi ini mengikuti distribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $Z = 0,381$  dan Sig. =  $0,135 > 0,05$ . Hal ini berarti asumsi atau persyaratan analisis regresi terpenuhi.

**Tabel Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.745 <sup>a</sup>	.556	.542	3.504
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Efektivitas\_Penggunaan\_ECommerce

b. Dependent Variable: Perkembangan\_UMKM\_di\_Surakarta

Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Pengujian Signifikansi Koefisien Regresi Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.321	1	10.321	41.286	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.250	33	.250		
	Total	18.571	34			

a. Dependent Variable: Perkembangan\_UMKM\_di\_Surakarta

b. Predictors: (Constant), Efektivitas\_Penggunaan\_ECommerce

#### 4. CONCLUSION

Berdasarkan deskripsi data penelitian dan setelah dilakukan analisis maka dapat disimpulkan :

1. terdapat pengaruh efektivitas penggunaan e-commerce (X) terhadap perkembangan UMKM (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai **Sig** = 0,000 < 0,05 dan **F** hitung = 44,894.
2. terdapat pengaruh efektivitas penggunaan e-commerce (X) terhadap perkembangan UMKM (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai **Sig** = 0,000 < 0,05 dan **F** hitung = 6,700.

#### ACKNOWLEDGMENTS (Optional)

In this section, you can acknowledge any support given, which is not covered by the author's contribution or funding sections. This may include administrative and technical support, or donations in kind (e.g., materials used for experiments).

#### 5. REFERENCES

- Agus Z, Fitri (2017) Pendidikan Karakter Berbasis Nilai dan Etika di Sekolah. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Arfiah, S. & A. P. (2017) 'Pembelajaran Kepramukaan dalam Penguatan Karakter Kemandirian dan Tanggung Jawab dalam Upaya Mempersiapkan Mahasiswa PPKn sebagai Pembina Ekstrakurikuler di Sekolah', The 6th University Research Colloquium, 27.
- Dini, A. U. and Keluarga, L. (no date) 'Menumbuhkan Minat Baca Anak Usia Dini Melalui Implementasi Literasi Keluarga'.
- Faradiba, A. T. (2018) 'Karakter Disiplin, Penghargaan, dan Tanggung jawab dalam Kegiatan Ekstrakurikuler', Jurnal Sains Psikologi, p. 94.
- Handayani, M. (2005) Upaya Guru Mengatasi Perilaku Menyontek Siswa SMPN 250 Jakarta Selatan. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- MOHAMMAD MUSTARI (2017) NILAI KARAKTER REFLEKSI UNTUK PENDIDIKAN. DEPOK: RAJAGRAFINDO PERSADA.
- NURKHOLIS. (NOVEMBER 2015). PENDIDIKAN DALAM UPAYA MEMAJUKAN TEKNOLOGI. JURNAL KEPENDIDIKAN, 25.
- Oemar Hamalik. (2015). "Tiga Perubahan Kecil dalam Literasi Sekolah" Membumikan gerakan literasi di sekolah. Yogyakarta : Lembaga Ladang Kata.
- Ramayulis. (2015). Ilmu Pendidikan Islam. Jakarta: Kalam Mulia.
- Rini, Y. S. (2013) 'Pendidikan: Hakekat, Tujuan, dan Proses', Jurnal Pendidikan Seni Tari.

Seputar, J. et al. (2020) 'Jurnal selidik', 1

Sri narwanti (2014) Pendidikan Karakter. Yogyakarta: Familia Pustaka Keluarga.

Surakarta, I. and Surakarta, I. (2020) 'PENGARUH METODE ROLE PLAYING UNTUK MENINGKATKAN', (2011), pp. 197–202.

Sugono, D. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Pusat Bahasa.

Sukring. (Juni 2016). Pendidik Dalam Pengembangan Kecerdasan Peserta Didik. TADRIS : Jurnal Keguruan dan Ilmu Tarbiyah, 72.

Suyono. (2017). Implementasi Gerakan Literasi Sekolah pada Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. Jurnal Ilmu Pendidikan.

Suyono. (2015). Implementasi Gerakan Literasi Sekolah pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Dasar. Jurnal Ilmu Pendidikan.

Wandasari, Y. (2017). Implementasi Gerakan Literasi Sekolah (GLS) Sebagai Pembentuk Pendidikan Berkarakter. Jurnal Manajemen 1.