

TIARA ANDINI .docx

by Student Turnitin

Submission date: 27-Aug-2025 07:50PM (UTC-0700)

Submission ID: 2736631204

File name: TIARA_ANDINI_.docx (1,023.01K)

Word count: 20122

Character count: 110863

**PENGARUH *E-COMMERCE*, BUDAYA ORGANISASI,
DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA**

UMKM DI TEMBILAHAN

DRAFT SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Indragiri



OLEH:

HEPING TIARA
102 211 010 022

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM INDRAGIRI

TEMBILAHAN

20225

DAFTAR ISI

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
1.3.1 Tujuan penelitian.....	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	12
Manfaat Teoritis	12
Manfaat Praktis	12
1.4 Sistematika Penulisan	13
BAB II	15
TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Telaah Pustaka	15
2.1.2 Teori Atribusi	15
2.1.2.2 Tujuan <i>e-commerce</i>	18
2.1.2.3 Indikator <i>E-commerce</i>	18
2.1.3 Budaya Organisasi	19
2.1.3.1 Manfaat budaya organisasi.....	21
2.1.3.2 Indikator budaya organisasi	22
2.1.4.2 Indikator literasi keuangan.....	25
2.1.5 Kinerja UMKM	26
2.1.5.1 Pengertian kinerja UMKM.....	26

2.1.5.2 Indikator kinerja umkm.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.4 Hipotesis.....	36
BAB III	37
METODE PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.3 Populasi Dan Sempel	
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	38
3.4.1 Variabel Independen	38
3.4.1.1 E-commerce (X ₁).....	38
3.4.1.2 Budaya Organisasi (X ₂).....	40
3.4.1.3 Literasi Keuangan (X ₃)	41
Tabel 3.4.1.3 Skala Liker	43
3.4.1 Variabel Dependen.....	43
3.4.2.1 Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	46
3.6.2 Uji Validitas Validitas Dan Uji Reliabilitas	46
3.6.2.1 Uji Validitas	46
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3.1 Uji Normalitas	48

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	48
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas	49
3.6.4 Pengujian Hipotesis	49
3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.6.4.2 Uji T (Uji Parsial)	51
3.6.4.3 Uji F (Uji Simultan)	51
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi R^2	51
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 Sejarah Pengembangan UMKM	53
4.1.2 Deskripsi Responde	54
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1. Statistik Deskriptif	61
4.2.2 Uji Kualitas Data	62
4.2.2.1 Uji Validitas	62
4.2.2.2. Uji Reliabilitas	64
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	65
4.2.3.1 Uji Normalisasi	65
4.2.3.2 Uji Multikolinieritas	68
4.2.3.3 Uji Heterokedasitas	69
4.2.4 Pengujian Hipotesis	70
4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.2.3.2 Uji Parsial (Uji T)	72
4.2.3.3 Uji T Simultan (Statistik T)	73

4.2.3.4 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	75
4.3 Pembahasan.....	76
4.3.1 Pengaruh <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja Di Tembilahan UMKM	76
4.3.2 Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM Di Tembilahan.....	77
4.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Tembilahan.....	78
BAB V.....	80
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1	54
Tabel 4. 2	59
Tabel 4. 3	59
Tabel 4. 4	61
Tabel 4. 5	62
Tabel 4. 6	63
Tabel 4. 7	63
Tabel 4. 8	64
Tabel 4. 9	65
Tabel 4. 10	68
Tabel 4. 11	71
Tabel 4. 12	72
Tabel 4. 13	74
Tabel 4. 14	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 66

Gambar 4. 2 67

Gambar 4. 3 70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	93
Lampiran 3 Hasil Cutput SPSS	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini perekonomian Indonesia banyak bermunculan usaha-usaha baru. Tidak hanya usaha-usaha besar yang dimiliki oleh perusahaan, tetapi juga Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dimiliki oleh masyarakat. Salah satu usaha yang memiliki peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM. Usaha mikro, kecil dan menengah. UMKM merupakan inisiatif masyarakat untuk berbisnis atau berkegiatan usaha dengan tanpa adanya bantuan dari pemerintah, sebagaimana tercantum dalam (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) tentang UMKM. Dalam ketentuan tersebut membuktikan bahwa kehadiran UMUM sendiri sebagai penerobos dari tujuan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Artinya, UMKM bertujuan untuk membangun dan mengembangkan perekonomian di Indonesia (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah perusahaan mandiri yang dijalankan oleh perorangan. ataupun juga suatu badan usaha, di mana badan usaha yang dimaksud tidak mempunyai hubungan dengan perusahaan lain atau bentuk cabang dari perusahaan lain. Usaha ini mempunyai kuasanya sendiri atas jalannya sebuah usaha serta keputusan yang diambil merupakan keputusan yang diambil oleh pemilik usaha itu sendiri tanpa ada paksaan ataupun campur tangan dari pihak yang berkepentingan (Azhari Hutabarat., 2022).

6 Pengembangan UMKM Indonesia memiliki peran penting seperti strategi penciptaan lapangan kerja, kebijakan anti kemiskinan, atau kebijakan pemulihan sosial, (Prasetyo & Farida, 2022). Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki populasi terbanyak setelah China, India, dan Amerika Serikat Jumlah penduduk yang padat membuat Indonesia dihadapkan dengan beberapa problematika diantaranya adalah masalah pengangguran dan kemiskinan (Badan Kebijakan Fiskal, 2020). UMKM menyerap tenaga kerja sekitar 97% dari seluruh tenaga kerja Indonesia dan memberikan kontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (Bank Indonesia, 2015) Badan Kebijakan Fiskal (2020), (Natsiruddin, 2023).

9 Dalam meningkatkan produktivitas serta daya saing secara internasional, diperlukan dukungan dari semua pihak untuk mengembangkan UMKM di Indonesia. Pemerintah selalu berupaya untuk meningkatkan kinerja UMKM, Begitu juga dengan pelaku UMKM, mereka juga melakukan peningkatan kinerja guna kelangsungan bisnisnya. Kinerja adalah cerminan tentang pencapaian atau sasaran, pelaksanaan program, usaha, dan kebijakan yang dicoba untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan dalam kelompok atau organisasi. Kinerja UMKM dapat dijadikan sebagai tolak ukur suatu usaha dalam mencapai tujuan. UMKM dituntut untuk meningkatkan kinerja usahanya. Dengan meningkatkan kinerjanya, maka UMKM mampu bertahan di tengah banyaknya persaingan, (Fitrah & Yulianti, 2023).

Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2019 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta unit atau 99,99% dari total unit usaha.

UMKM juga berkontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap 97% dari total tenaga kerja nasional. Kabupaten Indragiri Hilir sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Riau juga memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Indragiri Hilir, pada tahun 2020 tercatat sebanyak 12.345 UMKM yang tersebar di 20 kecamatan. Sektor UMKM di Kabupaten Indragiri Hilir didominasi oleh usaha perdagangan, industri pengolahan, dan jasa. Beberapa produk unggulan UMKM di kabupaten ini antara lain kerajinan anyaman pandan, produk olahan kelapa, makanan ringan, dan hasil pertanian (Susanto, 2024).

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2020, nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai angka 182 miliar USD atau setara dengan 2.632 triliun rupiah, meningkat sekitar 35% dari tahun sebelumnya. Hal ini dapat terjadi karena perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin maju di Indonesia, sehingga *e-commerce* dapat menjadi salah satu pilihan yang praktis dan efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

Termasuk juga dukungan pemerintah seperti pelaksanaan program *e-commerce* nasional dan berbagai inisiatif untuk memfasilitasi bisnis *e-commerce*. Sektor UMKM di Kabupaten Indragiri Hilir didominasi oleh perdagangan, industri pengolahan, dan jasa, dengan produk unggulan seperti kerajinan anyaman pandan, olahan kelapa, makanan ringan, dan hasil pertanian. Namun, UMKM di kabupaten ini menghadapi tantangan utama berupa

terbatasnya akses ini menghadapi tantangan utama berupa terbatasnya akses pasar dan jangkauan pemasaran, yang masih mengandalkan metode konvensional, (Susanto, 2024).

Fenomena UMKM, berdasarkan penjelasan Dewan Pengupahan Kabupaten Indragiri Hilir (INHIL) telah memutuskan untuk menaikkan Upah Minimum Kabupaten (UMK) sebesar 1,59% pada tahun 2024. Kenaikan ini sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan UMKM pada tahun 2023 yang hanya sebesar 1,45%. Kota Tembilahan, yang merupakan salah satu dari tiga daerah di Provinsi Riau yang menjadi sampel survei inflasi, menjadi faktor penting dalam perhitungan ini. Perhitungan kenaikan UMKM tersebut mempertimbangkan dampak inflasi yang dirasakan oleh masyarakat, khususnya di Kabupaten Indragiri Hilir. Inflasi yang tinggi telah menyebabkan rendahnya daya beli masyarakat, yang sangat mempengaruhi kehidupan ekonomi mereka. Oleh karena itu, Dewan Pengupahan menyesuaikan kenaikan UMKM dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi yang ada, agar dapat memberikan sedikit perbaikan bagi daya beli masyarakat yang terdampak inflasi. Dengan kenaikan UMK sebesar 1,59%, diharapkan dapat membantu meningkatkan kondisi ekonomi pekerja di Kabupaten Indragiri Hilir, meskipun inflasi tetap menjadi tantangan utama yang harus dihadapi oleh masyarakat setempat (www.indragirione.com).

Dampak dari kebijakan tarif yang dilakukan oleh presiden Amerika Serikat bagi Indonesia Menurut Ekonom IPB, HS memperingatkan bahwa kebijakan tarif tinggi Trump bisa menurunkan ekspor Indonesia sebesar 20–30%, menaikkan inflasi 1–2%, dan menyebabkan kontraksi GDP 0,5–1% jika tidak direspons

efektif. Trump sebelumnya mengenakan tarif impor 32% kepada Indonesia, yang kini ditangguhkan selama 90 hari demi membuka ruang negosiasi. Trump bisa berdampak buruk bagi Indonesia. Hal ini terjadi bila pemerintah gagal melakukan negosiasi dan tidak memiliki langkah mitigasi yang efektif. Kembalinya pendekatan realisme ofensif melalui pendekatan ekonomi dan hubungan internasional, *Realisme ofensif* merupakan teori hubungan internasional yang menyatakan bahwa negara-negara cenderung bersaing dan berperilaku agresif. AHY mengatakan kenaikan tarif tersebut berdampak pada kondisi pasar keuangan maupun sektor ril. Dampaknya, risiko resesi global tahun ini bisa meningkat panjang. *Unfortunately*, ini adalah fakta baru dunia, Presiden menyatakan Indonesia tidak akan memihak Cina atau Amerika Serikat dalam perang dagang soal tarif impor. Rekomendasi HS Jangka pendek Diversifikasi ekspor ke pasar non-AS seperti India, Uni Eropa, dan Timur Tengah. Jangka menengah-panjang Diversifikasi dan resiliensi perdagangan (target 20% ekspor ke pasar baru). Hilirisasi industri dan modernisasi sektor manufaktur. Penguatan konsumsi domestik dengan kenaikan UMR dan jaring pengaman sosial. Integrasi perdagangan ASEAN (usulan tarif 0% intra-regional pada 2028). Strategi critical minerals dengan menempatkan Indonesia sebagai mitra strategis AS dalam pasokan nikel dan cobalt agar mendapat pengecualian tarif <https://www.tempo.co>

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Tembilahan ²² Inflasi adalah Kenaikan harga barang dan jasa secara umum dimana barang dan jasa tersebut merupakan kebutuhan pokok masyarakat atau turunnya daya jual mata uang suatu negara.³ Dalam perspektif ekonomi, inflasi merupakan fenomena moneter dalam suatu

Negara, naik turunnya inflasi cenderung mengakibatkan terjadinya gejolak ekonomi karena inflasi berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi, neraca perdagangan internasional, nilai piutang antar negara, tingkat bunga, pengangguran dan kesejahteraan masyarakat.¹⁶ Inflasi merupakan suatu keadaan meningkatnya harga-harga barang secara umum dan berlangsung secara terus menerus pada suatu periode tertentu <https://inhilkab.bps.go.id>.

²² Inflasi terjadi karena masyarakat hidup di luar batas kemampuan ekonominya. Selama gap inflasi masih tetap ada maka besar kemungkinan inflasi dapat terjadi apabila kekuatan-kekuatan pendukung dalam perekonomian tidak digalakkan.¹⁸ (misalnya kebijakan pemerintah dalam bentuk belanja pemerintah, kebijakan fiskal, kebijakan luar negeri dan lain sebagainya).²⁰ Keterbatasan jumlah persediaan barang (penawaran agregat) ini terjadi karena dalam jangka pendek kapasitas produksi tidak dapat dikembangkan untuk mengimbangi kenaikan permintaan agregat. Inflasi yang terjadi karena adanya tarikan permintaan (demand pull) secara tidak langsung dapat mengurangi jumlah pengangguran.

²² Sesuai dengan hukum permintaan, apabila permintaan akan suatu barang meningkat, maka harga barang itu sendiri akan meningkat dikarenakan terbatasnya ketersediaan barang tersebut. Pada kondisi tersebut produsen akan berusaha memenuhi permintaan pasar dengan meningkatkan kapasitas produksinya. Peningkatan kapasitas produksi ini berdampak pada penyerapan tenaga kerja. Oleh karenanya sama seperti pandangan kaum monetarist, Keynesian models ini lebih banyak dipakai untuk menerangkan fenomena inflasi dalam jangka pendek. Indragiri Hilir merupakan Kabupaten yang memiliki

sumber daya manusia yang tergolong banyak, namun tidak menjamin sumber daya yang kompeten. Salah satu faktor banyaknya pengangguran adalah sedikitnya angkatan kerja yang berkompeten. Budaya malas juga menjadi salah satu faktor meningkatnya jumlah pengangguran di Indragiri Hilir. (Sofyan, 2023)

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk hasil yang optimal, strategi pemasaran harus diterapkan semaksimal mungkin Karena semakin banyaknya persaingan baik dari segi harga, pelayanan maupun kualitas produknya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran adalah internet. Apalagi, di Indonesia penggunaan internet semakin meningkat pesat tanpa adanya batasan usia. *E-commerce* merupakan salah satu media yang bisa dipakai untuk pemasaran.

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Darmin Nasution pun meminta kepada pelaku bisnis *e-commerce* untuk membantu UMKM dalam memasarkan produknya. Pemerintah menyatakan hingga saat ini masih banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang belum bergabung dengan *e-commerce*. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dari 58 juta UMKM yang ada di Indonesia, UMKM yang bergabung dengan *e-commerce* baru sebanyak 8 juta UMKM. Pemanfaatan *e-commerce* juga dapat menunjang efisiensi dan inklusivitas. Hasil riset Mc Kinsey menyebutkan bahwa konsumen di luar Jawa mampumenghemat 11%-25% dari nilai belanjanya dengan menggunakan *e-commerce* dibandingkandengan berbelanja secara konvensional. Kondisi ini harus dapat dimanfaatkan oleh parapelaku usaha lokal untuk memasarkanproduk-produk kreatifnya (Natsiruddin et al., 2023).

4 Suatu organisasi dibentuk untuk mencapai tujuan bersama, namun untuk mencapai tujuan secara efektif diperlukan manajemen yang baik dan benar. Pengaruh strategi dan budaya organisasi dalam konteks *e-commerce* serta penerapan *Enterprise Resource Planning* (ERP) telah menjadi fokus perhatian yang signifikan dalam dunia bisnis modern. Dalam era digital yang terus berkembang, transformasi bisnis menuju platform online telah menjadi landasan utama bagi keberhasilan banyak organisasi. Penetrasi yang luas dari *e-commerce* telah mengubah langka bisnis, menuntut adopsi strategi yang efektif dan penyesuaian budaya organisasi untuk tetap relevan dan bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif. Budaya organisasi memiliki peran kunci dalam menentukan keberhasilan bisnis dalam ranah *e-commerce*. Budaya yang mendukung inovasi, adaptabilitas terhadap perubahan teknologi, dan penerimaan terhadap pergeseran paradigma bisnis menjadi kunci dalam menyesuaikan diri dengan dinamika pasar digital, (Al 2024). Komitmen Organisasional sebagai Keterkaitan antara Kepemimpinan Etis, Budaya Perusahaan, dan Pemberdayaan Karyawan. Komitmen organisasional menghubungkan elemen-elemen kepemimpinan etis, budaya perusahaan, dan pemberdayaan karyawan. Karyawan yang berkomitmen terhadap organisasinya cenderung lebih produktif, terlibat, dan bersedia melampaui deskripsi pekerjaan mereka untuk berkontribusi pada kesuksesan organisasi (Prayudi & Machdie, 2024). 5 Literasi keuangan mencerminkan peningkatan kualitas dalam mengambil keputusan serta pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Komponen yang ada dalam literasi keuangan juga meliputi wawasan tentang konsep dari keuangan,

pemahaman mengenai komunikasi tentang suatu konsep keuangan, serta kemampuan mengelola keuangan yang kemudian dapat berdampak pada kinerja suatu perusahaan. Pemahaman serta pengetahuan mengenai literasi keuangan menjadi sangat penting untuk dimiliki oleh pelaku UMKM karena literasi keuangan dapat berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan sebuah usaha sehingga hal ini juga akan berdampak terhadap kinerja sebuah UMKM (Prasetyo & Farida, 2022).

Menurut Wahyuni et al., 2021 menyatakan bahwa ²⁶ Kinerja UMKM menjadi suatu hal yang penting dimasa sekarang seperti ini. Kinerja juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam perkembangan UMKM, karena salah satu aspek yang berperan penting dalam kemajuan UMKM adalah ²⁷ kinerja. Kinerja UMKM dianggap menjadi salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan perusahaan, Peningkatan kinerja akan membawa kemajuan bagi suatu usaha untuk dapat bertahan dalam persaingan dan tidak mengalami kebangkrutan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka perusahaan harus memiliki kinerja yang baik. Kinerja yaitu gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara maksimal untuk tujuan perusahaan. Kinerja UMKM dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu penerapan *e-commerce*, budaya organisasi, dan literasi keuangan (Wahyuni, 2021).

Berdasarkan review yang telah dilakukan peneliti dan penelitian sebelumnya dengan hasil yang beragam peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Pengaruh *E-commerce*, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di

Tembilahan. Alasan peneliti memilih UMKM di Tembilahan karena fenomena yang terjadi pada UMKM Di Tembilahan karena adanya kelemahan Kinerja UMKM.

Perbedaan Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada Objek dan Waktu penelitian. Bahwa *e-commerce* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah (UMKM), sedangkan budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM Savera dkk (2021). Aqila dkk (2024) menyatakan terdapat pengaruh positif budaya organisasi terhadap kinerja umkm. Dan dalam penelitian Eko dkk (2022) menunjukkan bahwa *e-commerce*, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelian Savera dkk (2021) menyatakan Dari penelitan ini yaitu variabel *e-commerce* dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sedangkan variabel budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm. Sedangkan hasil penelitian Aqila dkk (2024) menunjukkan variabel *commerce*, budaya organisasi dan literasi keuangan berpengaruh simultan terhadap kinerja UMKM. Kesimpulan dari beberapa penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce*, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM., sedangkan budaya organisasi dan sistrm informasi akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas. Adanya ketidak konsistenan hasil penelitan sebelum, maka penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan ⁵¹ **PENGARUH *E-COMMERCE*, BUDAYA ORGANISASI
DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA UMKM DI
TEMBILAHAN**

¹⁹ **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adal

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan?
2. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan?
3. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan?
4. Apakah *e-commerce*, budaya organisasi dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

³⁷ **1.3.1 Tujuan penelitian**

- 1 Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.
2. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.
3. Untuk mengetahui dan menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.
4. Untuk mengetahui dan menguji secara simultan pengaruh *e-commerce*, budaya

organisasi dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

a. E-commerce

¹⁰ Sistem penjualan *e-commerce* adalah proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan keuntungan bisnis, serta menggunakan jaringan komputer atau internet untuk transaksi, baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran maupun distribusi (Azhari Hutabarat et al., 2022).

b. Budaya Organisasi

⁵ Budaya organisasi adalah contoh dari keyakinan dan nilai organisasi, dan menjadi standar karena semua anggota percaya dan berlatih dalam menjalankan tugasnya sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan masalah terkait, atau aturan organisasi (Prasetyo & Farida, 2022).

c. Literasi Keuangan

¹ Literasi keuangan merupakan segala hal yang berhubungan dengan keuangan dapat dimengerti guna pengambilan keputusan dengan mudah (Al et al., 2024).

d. Kinerja

³ Kinerja merupakan hasil capaian pekerjaan yang memiliki hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi (Wahyuni et al., 2021).

⁷⁶ Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan,serta

dapat pengalaman yang bermanfaat baik dimasa sekarang maupun yang akan datang.

b. Bagi entitas atau wirausaha

Hasil penelitian ini ⁷⁷ sebagai sumbangan pemikiran agar dapat digunakan atau diambil dan dijadikan bahan untuk pertimbangan dalam mengambil kebijakan terkait kinerja umkm.

⁵⁶
c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau acuan bagi pihak lain untuk menambah pengetahuan, sumbangan pikiran atau digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya:

¹⁷ **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang landasan Teori, Penelitian Terdahulu Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menguraikan tentang Desain Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Smpel, Defini Oprasional dan Pengukuran Variabel, Pengumpulan Data, Analisi Data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini penulis menguraikan tentang kesimpulan dan saran-saran yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Telaah Pustaka

2.1.2 Teori Atribusi

Menurut Heider (1958) Teori atribusi yang menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menjalankan bisnisnya yaitudanya pengaruh perubahan atau pemanfaatan teknologi. Teori Atribusi adalah teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal Proses atribusi sangat berguna untuk membantu memperoleh pemahaman terkait akan penyebab perilaku dan sebagai mediator penting bagi reaksi kita terhadap dunia sosial. Ketika mengobservasikan perilaku seseorang, kita berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal maupun eksternal. Kinerja UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu literasi keuangan, pengetahuan keuangan, akses permodalan, dan minat penggunaan *e-commerce*. Hubungan teori atribusi dengan variabel Literasi Keuangan adalah apabila tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi maka dapat membantu dalam meningkatkan kinerja usaha, contohnya seperti pengetahuan dalam mengelola keuangan usaha apabila pelaku usaha UMKM dapat mengelola keuangan usahanya dengan baik maka usaha tersebut akan memiliki perkembangan yang baik, karena pelaku usaha tersebut mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan serta pengambilan keputusan keuangan pada usaha nya.

⁴Sebagian besar pelaku usaha sudah menggunakan *e-commerce* dan banyaknya tuntutan dari konsumen yang lebih menyukai belanja secara online sehingga mendorong para pelaku usaha untuk menggunakan *e-commerce* agar dapat meningkatkan daya saing yang nantinya dapat berpengaruh terhadap kinerjanya. Penerapan *e-commerce* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menunjang kinerja UMKM. Penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja yang meliputi kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal.

2.1.2 E-commerce

2.1.2.1 Pengertian *E-commerce*

Transaksi yang dilakukanpun ³lebih cepat karena dilakukan secara online dan hanya memerlukan beberapa klik. ⁷³Penggunaan sistem komputer yaitu berupa website dalam melakukan transaksi jual-beli berbagai jenis produk baik barang maupun jasa secara online merupakan yang dimaksud dengan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan (Aqila, 2024).

Menurut (Prasetyo & Farida, 2022) ²⁸*e-commerce* diartikan tidak hanya pembelian dan penjualan barang dan jasa, tetapi melakukan semua jenis bisnis online seperti memberi pelayanan ke pelanggan, bekerja sama dengan pebisnis lainnya, melakukan pembelajaran secara online, serta memanfaatkan transaksi secara online dalam suatu institusi. ³*Electronic commerce* merupakan proses pembelian, penjualan, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet (Wahyuni, 2021). Penggunaan teknologi *e-commerce* akan membantu

para pelaku usaha sekaligus pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli (Prasetyo & Farida, 2022).

E-commerce adalah istilah yang digunakan atau sering didengar sehubungan dengan internet saat ini. Singkatnya, ²¹*e-commerce* adalah kumpulan dinamis dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu. ¹⁰Sistem penjualan *e-commerce* adalah proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan keuntungan bisnis, serta menggunakan jaringan komputer atau internet untuk transaksi, baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran maupun distribusi (Azhari Hutabarat et al., 2022). Kaitan antara ¹⁰sistem penjualan *e-commerce* dengan kinerja keuangan adalah dengan kemudahan yang dibawa oleh teknologi ini maka proses penjualan menjadi lebih efisien, sehingga minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat terdorong. Ketika penjualan meningkat, itu mempengaruhi keuntungan yang dihasilkan. ¹²*E-commerce* merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang menggeser paradigma tradisional menjadi electroniccommerce yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*), atau dengan kata lain teknologi internet. *E-commerce* adalah dimana dapat membeli dan menjual ²¹produk dan layanan melalui internet dan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi Perusahaan (Salma, 2024).

²¹*E-commerce* adalah kumpulan dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu. Sistem penjualan *e-commerce* adalah proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan

keuntungan bisnis, serta menggunakan jaringan computer atau internet untuk transaksi, baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran maupun distribusi (Salma, 2024).

2.1.2.2 Tujuan *e-commerce*

⁶⁹Menjadikan *e-commerce* sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:

1. Menambah pelanggan.
- ¹²2. Memperluas area pemasaran produk.
3. Meningkatkan merk (*brand*).
4. Biaya hosting web (domain) yang jauh lebih murah dari pada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional.
5. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsume. Kemudahan dalam hal pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai, melainkan pembayaran transfer via ATM (*Autometic Teller Machine*), menggunakan bantuan pihak ketiga, mampu menggunakan kredit.
6. Kemudahan dalam akses memperoleh informassi produk tanpa perlu mendatangi lokasi took.

2.1.2.3 Indikator *E-commerce*

Menurut mengemukakan (Pokhrel, 2024)menyatakan bahwa *e-commerce* terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Biaya pengeluaran merupakan strategi perusahaan untuk meminimalkan biaya. Biaya menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen Indonesia menggunakan *e-commerce*. Dalam beberapa kasus, semakin murah biaya teknologinya, maka semakin cepat pula teknologi tersebut digunakan dan diadaptasi dalam suatu organisasi.

2. Reputasi

Reputasi merupakan ukuran di mana sebuah *e-commerce* dapat membentuk keyakinan calon konsumen dan konsumen yang sudah ada, serta memengaruhi perilaku pembelian mereka.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan mekanisme di mana kegiatan pendistribusian untuk mempromosikan dan menjual produk ⁴⁶ barang atau jasa tertentu dari produsen ke ⁴⁶ konsumen. Tujuan pemasaran adalah merancang, mengevaluasi, ⁴⁶ mempromosikan dan mendistribusikan produk dan 18 layanan untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang sudah ada atau calon pembeli.

4. Kemudahan dalam Berbisnis Online

Kemudahan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah diaplikasikan.

2.1.3 Budaya Organisasi

⁵ Budaya organisasi adalah contoh dari keyakinan dan nilai organisasi, dan menjadi standar karena semua anggota percaya dan berlatih dalam menjalankan tugasnya sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan masalah terkait, atau aturan organisasi (Natsiruddin, 2023). *Culture theory* bahwa

⁸ budaya organisasi adalah kerangka kerja kognitif yang terdiri dari sikap-sikap, nilai-nilai, norma perilaku dan harapan bersama yang dirasakan oleh anggota organisasi.

Budaya organisasi merupakan pandangan hidup organisasi yang dihasilkan melalui pergantian generasi pegawai Sudarmanto (2009). ⁹ Budaya organisasi juga memiliki peran yang penting dalam sebuah organisasi (Natsiruddin, 2023). Perusahaan yang memiliki budaya organisasi yang baik, cenderung akan melakukan pekerjaan yang baik dan akan berdampak pada kinerja perusahaan yang lebih baik daripada perusahaan pesaing yang memiliki budaya organisasi yang kurang baik. ² Budaya organisasi yaitu suatu nilai, norma yang mengarahkan perilaku setiap anggota organisasi. Setiap anggota yang ada di dalam organisasi akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima oleh lingkungannya (Wahyuni, 2021).

Menurut (Pokhrel, 2024) budaya organisasi adalah nilai-nilai yang dibangun menjadi sebuah organisasi, sehingga mereka dapat memahami satu sama lain, membuat anggota merasa seperti keluarga, dan menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lain. Budaya organisasi mencakup pedoman perilaku, pemikiran dan tindakan yang diajarkan dan diterapkan oleh anggota organisasi. ³ Perusahaan yang memiliki budaya organisasi yang baik, cenderung akan melakukan pekerjaan yang baik dan akan berdampak pada kinerja perusahaan yang lebih baik daripada perusahaan pesaing yang memiliki budaya organisasi yang kurang baik.

Komitmen organisasi mengacu ¹¹³ keterikatan emosional dan psikologis yang dirasakan karyawan terhadap organisasi mereka. Karyawan yang sangat berkomitmen pada organisasi mereka lebih mungkin untuk tetap terlibat dalam pekerjaan mereka, menunjukkan kesetiaan, dan melakukan tugas mereka dengan tekun. Komitmen organisasi sering dianggap sebagai penentu utama perilaku karyawan dan terkait erat dengan faktor-faktor seperti kepuasan kerja, niat pergantian, dan produktivitas (Badewin, 2024).

2.1.3.1 Manfaat budaya organisasi

Menurut (Pokhrel, 2024), manfaat budaya organisasi meliputi:

1. Sebagai identitas organisasi budaya, organisasi mencerminkan identitas organisasi, termasuk aspek-aspek seperti visi, misi, tujuan, filosofi, serta etika yang diyakini oleh organisasi. Melalui budaya organisasi yang kuat dan konsisten, organisasi dapat mengembangkan identitas yang berbeda dan membedakan diri dari organisasi lain.
2. Peningkat kinerja dan efektifitas kinerja, dan efektivitas organisasi dapat meningkat melalui budaya organisasi yang baik. Budaya organisasi positif juga mampu mendorong kerja sama antar anggota organisasi, meningkatkan kualitas kerja, serta mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif.
3. Peningkatan loyalitas dan motivasi, Budaya organisasi yang positif mampu meningkatkan loyalitas dan motivasi di antara anggota organisasi. Budaya organisasi yang memberikan dukungan serta nilai-nilai kontribusi anggota organisasi akan meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja anggota organisasi.
4. Peningkatan pelayanan dan kepuasan pelanggan budaya, organisasi yang baik

mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Anggota organisasi dengan budaya kerja positif mendorong mereka untuk memberikan layanan yang lebih baik dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

5. Peningkatan inovasi dan kreativitas budaya, organisasi yang positif dan inovatif mendorong inovasi serta kreativitas organisasi. Mengembangkan solusi inovatif dan efektif adalah kunci untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh organisasi.
6. Peningkatan citra organisasi budaya, organisasi yang positif dapat meningkatkan citra dan reputasi organisasi di mata masyarakat. Budaya organisasi yang positif mencerminkan sikap dan profesionalisme organisasi yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi.

2.1.3.2 Indikator budaya organisasi

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa budaya organisasi terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Inovatif menghitung risiko ,budaya organisasi yang mengutamakan inovasi sekaligus memiliki kesadaran yang tinggi akan potensi risiko yang mungkin muncul akibat inovasi tersebut.
2. Berorientasi pada hasil yang akan dicapai, dengan budaya yang berorientasi pada hasil, perusahaan mengutamakan kinerja, kesuksesan, dan pencapaian tujuan sebagai fokus utama.
3. Berorientasi pada semua kepentingan karyawan, mencerminkan dedikasi organisasi untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan

kesejahteraan karyawan secara keseluruhan. Organisasi dengan budaya seperti ini memahami pentingnya mencapai keseimbangan antara tujuan perusahaan dan kebutuhan karyawan.

4. Berorientasi detail pada tugas, mencerminkan penekanan organisasi pada pencapaian tujuan dan pelaksanaan pekerjaan dengan efisien.

2.1.4 Literasi Keuangan

Menurut OJK (2017) literasi keuangan merupakan serangkaian proses atau aktivitas guna meningkatkan pengetahuan, keyakinan dan keterampilan konsumen serta masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan baik dan meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan. Ketika perilaku usaha memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, maka akan cenderung mampu mengelola keuangan usahanya secara lebih baik, serta mampu mengenali dan mengakses sumber daya keuangan sehingga diharapkan akan dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Menurut Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016 pengertian literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*) yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Aqila, 2024). Aspek keuangan merupakan salah satu unsur utama dalam pengelolaan perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Inklusi keuangan, sikap keuangan, dan literasi keuangan semuanya mempengaruhi peluang keberhasilan UMKM. Literasi keuangan merupakan faktor yang fundamental untuk pertumbuhan ekonomi dan

kestabilan keuangan bagi konsumen, penyedia jasa keuangan dan pemerintah. Literasi keuangan yang baik akan menimbulkan keputusan pembelian yang mengedepankan kualitas, dan meminimalisir keputusan yang salah yang akan diambil terhadap isu ekonomi dan keuangan (Prasetyo & Farida, 2022).

Literasi keuangan merupakan segala hal yang berhubungan dengan keuangan dapat dimengerti guna pengambilan keputusan dengan mudah (Aqila, 2024). Permasalahan mengenai literasi keuangan pada pelaku usaha yaitu sebagian besar pelaku usaha tidak melakukan pengelolaan keuangan dengan baik (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023).

2.1.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan

Menurut (Salma, 2024) faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah:

1. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi literasi keuangan seseorang. Perbedaan jenis kelamin sangat berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Laki-laki lebih mempunyai kepercayaan diri yang tinggi dalam membuat keputusan keuangan dibandingkan dengan Perempuan yang lebih cenderung menghindari resiko dibandingkan laki-laki.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan karena semakin tinggi pendidikan, semakin luas akses untuk mendapatkan informasi, termasuk keuangan.

3. Tingkat pendapatan

Dalam literasi keuangan, pendapatan diartikan sebagai penghasilan yang didapat dari aktivitas perusahaan, seperti penjualan, sewa, bunga, dan penghasilan jasa.

2.1.4.2 Indikator literasi keuangan

Menurut (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023) menyatakan bahwa indikator literasi keuangan sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola informasi ekonomi, membuat perencanaan keuangan dan mengambil keputusan yang tepat.

2. Perilaku

Pemikiran, pendapat, dan penilaian individu terhadap situasi keuangan mereka dapat membentuk keputusan yang mereka buat. Misalnya kebiasaan menabung, ketika individu memiliki gagasan, penilaian dan pendapat bahwa menabung bukanlah hal yang penting, maka hal ini akan terus membentuk kebiasaan/perilaku yang sulit untuk diubah.

3. Sikap

Sikap keuangan menunjukkan bahwa uang dapat memiliki banyak arti tergantung tergantung pada tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang, termasuk uang sebagai bagian penting dari kehidupan, kehormatan, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan sumber kejahatan. Banyak faktor yang mempengaruhi sikap finansial, antara lain pengalaman masa kecil, pendidikan, status sosial finansial, lingkungan sosial ekonomi, dan keluarga.

2.1.5 Kinerja UMKM

2.1.5.1 Pengertian kinerja UMKM

¹ Kinerja didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan didalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang merupakan salah satu tolak ukur individu dan kinerja sebagai kualitas dan kuantitas dari pencapaian tugas tugas, baik yang dilkauan individu, kelompok, maupun perusahaan. Disamping pengertian tersebut, kinerja atau performace sering disebut sebagai outcome yang berarti hasil akhir. Kinerja yaitu pencapaian tujuan tertentu oleh individu atau organisasi (Pokhrel, 2024).

Kinerja adalah pelaksanaan tugas seseorang selaras dengan tanggung jawab dan wewenangnya di. ⁸ Kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau standar yang diprediksi dan disepakati dalam bisnis dengan aset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang (Natsiruddin, 2023). ¹² Kinerja UMKM dianggap sebagai komponen penting untuk mencapai tujuan perusahaan (Hoiron, 2018). Penerapan teknologi *e-commerce* dan SIA merupakan dua faktor yang dapat memengaruhi efektivitas kinerja pelaku UMKM. Efektivitas kinerja saat ini tentunya didukung dengan adanya perkembangan teknologi dengan perkembangan tersebut, masyarakat ditantang untuk mengikuti perkembangan tersebut dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal (Fitrah & Yuliati, 2023).

Kinerja merupakan hasil capaian pekerjaan yang memiliki hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi (Natsiruddin, 2023). Peningkatan kinerja

akan membawa kemajuan bagi suatu usaha untuk dapat bertahan dalam persaingan dan tidak mengalami kebangkrutan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka perusahaan harus memiliki kinerja yang baik. Kinerja yaitu gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara maksimal untuk tujuan perusahaan (Wahyuni, 2021).

Kinerja UMKM¹ adalah menunjukkan kinerja teladan di berbagai bidang, meliputi keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran (Wahyuni et al., 2021).² Kinerja UMKM menjadi suatu hal yang penting dimasa pandemi seperti ini. Kinerja juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam perkembangan UMKM, karena salah satu aspek yang berperan penting dalam kemajuan UMKM adalah kinerja. Kinerja UMKM dianggap menjadi salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan perusahaan (Wahyuni et al., 2021).

³ Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut di dalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standar dari perusahaan yang individu bekerja. Kinerja sendiri adalah capaian yang akan diperoleh seseorang maupun perusahaan yang dan mencapai dalam suatu tujuan tertentu, (Yusriwati, 2023).

UMKM adalah kelompok usaha yang paling besar dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan UMKM akan ditentukan oleh kinerjanya. Jika UMKM berkinerja baik, maka UMKM akan berkembang pesat. Kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja,

target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023). Menurut (Pokhrel, 2024) kinerja merupakan instrumen untuk mengukur pencapaian tujuan, tetapi bagi karyawan kinerja adalah kewajiban. Kinerja adalah hasil kerja karyawan ketika dia melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya.

2.1.5.2 Indikator kinerja umkm

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa ada empat indikator kinerja umkm antara lain:

1. Peningkatan omset penjualan

Peningkatan omset penjualan adalah proses suatu bisnis termasuk umkm, berhasil meningkatkan total pendapat yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan dalam satu periode tertentu.

2. Peningkatan finansial (keuangan)

Merujuk pada upaya untuk memperbaiki dan memperkuat kondisi keuangan usaha agar lebih efisien, produktif dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

3. Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja

Upaya untuk meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia dalam suatu sektor usaha serta meningkatkan kualitas tenaga kerja.

4. Pertumbuhan pasar yang luas

Peningkatan jumlah konsumen atau pelanggan yang tertarik dan membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Savera Wahyuni Wawan Sadtyo Nugroho, Anisa Hakim Purwantini & Siti Noor Khimah (2021)	Pengaruh e-commerce, budaya oraganisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm	Pengaruh e Hasil Penelitian commerce (X1), budaya organisasi (X2), penggunaan sistem informasi akuntansi (X3), literasi keuangan (X4) terhadap kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.	Dari penelitan ini yaitu e-commerce dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja umkm, sedangkan budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm
2.	Ode Aulia Rahim (2023)	Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektifitas kinerja umkm diKota Ambon Vol 17no2	Pangaruh e-commerce (X1) dan penggunaan sistem informasi akuntansi (X2) terhadap efektifitas kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan	dari penelitan ini yaitu e-commerce dan penggunan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap efektifitas kinerja diKota Ambon.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
		0852-8977, e ISSN 2807 1581	analisis regresi berganda,	
3.	Eko Prasetyo, dan Farida (2022)	Pengaruh E-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm vol 1 no 3: 370-383 DOI : https://doi.org/10.32528/nms.vli3.102	Pengaruh e-commerce (X1), budaya organisasi (X2), penggunaan sistem informasi akuntansi (X3), literasi keuangan (X4) terhadap kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm.
4.	Aqila Al Afif Fadhil, Fitriana Umar, Sukmawati Sultan	Pengaruh e-commerce, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap	Pengaruh e-commerce (X1), budaya	Dari penelitian ini e-commerce, budaya

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
	Sahrir, Ema Sari, Nur Fadhillah Safrillah, dan Asalya Muhammad Ali (2024)	organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm diKota Palopo Jurnal kolaborasi sains, vol 7 no 6 juni 2024 e-ISSN:2623 2022 DOI10.5633 8/jks.v76.550 7	organisasi (X2) dan literasi keuangan (X3) terhadap kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda.	organisasi dan literasi keuangan berpengaruh simultan terhadap kinerja umkm diKota Palopo.
5.	Miftah Nur Fitrah dan Yuliati (2023)	Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektifitas kinerja umkm diKota Malang Jurnal Manajemen,	Pengaruh e-commerce (X1) dan penggunaan sistem informasi akuntansi (X2) terhadap efektifitas kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan	Dari penelitian ini yaitu e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas kinerja diKota Malang.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
6.	Enis Setiawanti, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi, (2023)	Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Akuntansi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM Kota Malang Jurnal Akuntansi, E JRA vol.10 no. 04, 2023	Pengaruh E-commerce (X1), Pengetahuan Akuntansi (X2) Dan Budaya Organisasi (X3) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan rumus dari slovin dengan analisi riset.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce dan pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kinerja umkm di Kota Malang.
7.	Sintia Maya, Anggun Permata Husda, (2024)	Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Terhadap Kinerja UMKM Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 6, 3 april 2024 p-ISSN 2622-4291, p ISSN 2622 4305	Pengaruh E-commerce (X1) Pengetahuan Akuntansi (X2) dan Sistem Informasi Akuntansi (X3) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Alat Metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja umkm.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
8.	Diah Ayu Susanti, Khoirotun Nida Laili dan Zuliyanti, (2023)	Pengaruh E commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Demak Jurnal akuntansi, vol.01, no,01	Pengaruh E commerce (X1), Pengetahuan Akuntansi (X2), Modal Usaha (X3) dan Karakteristik Wirausaha (X4) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan rumus dari slovin dan purposive sampling dengan analisi riset.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce dan modal usaha memiliki pengaruh secara positif terhadap kinerja umkm diKota Demak.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penerapan teknologi dalam kegiatan pemasaran (*e-commerce*) juga diharapkan mempengaruhi kinerja UMKM. Teknologi informasi merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuk. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, usaha kecil atau menengah dapat memasuki pasar global. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering kali

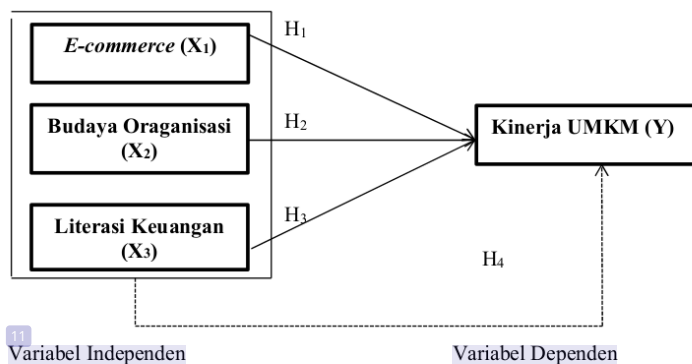
dikenal *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemakaian internet memungkinkan UMKM dapat menembus pasar global.¹ Pelaku UMKM dalam menjalankan usaha melalui *e-commerce* menggunakan provider yang berkualitas sehingga bisa mendorong berjalannya usaha. Penggunaan *e-commerce* mempermudah antara penjual dan pembeli dalam berinteraksi. Selain itu dengan *e-commerce* dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk usaha.

² Pelaku UMKM dalam menjalankan usaha melalui *e-commerce* menggunakan provider yang berkualitas sehingga bisa mendorong berjalannya usaha. Penggunaan *e-commerce* mempermudah antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Selain itu dengan *e-commerce* apabila terdapat komplain bisa dilakukan secara online tanpa harus datang ke toko. Penggunaan *e-commerce* dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk usaha (Fitrah & Yuliati, 2023). Kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah. Suatu perusahaan biasanya menerapkan budaya organisasi yang baik, hal tersebut menjadikan perusahaan cenderung memiliki kinerja yang berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kinerja perusahaan dibandingkan perusahaan pesaing yang budaya organisasinya buruk.³ Kebiasaan yang ada di dalam suatu organisasi seperti sifat, karakter, sikap dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja (Septiani & Wuryani, 2020)

Literasi keuangan yang baik oleh pelaku UMKM membuat kinerja keuangan UMKM meningkat, pelaku usaha sudah melakukan pembukuan kas, penyusunan anggaran untuk mendukung planning yang di tujukan pada indikator perilaku pada variabel literasi keuangan. Apabila pelaku usaha dapat mengelola usahanya dengan baik, maka usaha tersebut akan memiliki perkembangan yang baik pula. Pelatihan yang dilakukan oleh dinas tersampaikan dengan baik, sehingga pelaku UMKM memiliki pengetahuan serta keterampilan terkait keuangan dan dapat mencerminkan kinerja yang bagus.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Gambar 3.2
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

- > Pengaruh secara Persial
- > Pengaruh secara Simultan

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiono (2019) ⁴⁹ Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : *E-commerce* berpengaruh terhadap ⁹ kinerja UMKM Tembilahan.

H₂ : Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.

H₃ : Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.

H₄ : *E-commerce*, budaya organisasi, ⁹ dan literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2022), Desain penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Desain penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan memakai kuesioner sebagai alat atau instrument untuk mengumpulkan data pokok. Variabel independen merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variable dependen sedangkan variable dependen merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable independen (bebas).

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat atau objek penelitian ini dilakukan pada UMKM Tembilahan. Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini selama 3 bulan yaitu Maret sampai dengan Mei 2025 yang dimulai dari survei tempat penelitian, tahap pemrosesan perizinan, pelaksanaan penelitian dan tahap terakhir adalah proses pengolahan data.

3.3 Populasi Dan Sempel

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakter tertentu yang tetap

kan oleh penelitian untuk diepelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populai yang digunakan untuk penelitian ini adalah seluruh UMKM diwilayah Tembilahan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut dan betul-betul harus representative. Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria antara lain:

1. UMKM yang masih aktif dan beroperasi Di Tembilahan.
2. UMKM Perindustrian dan Perdagangan Di Tembilahan
3. UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal satu tahun
4. UMKM yang menggunakan *e-commerce* penjualan secara online baik dimedia sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram atau lainnya.

3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

3.4.1 Variabel Independen

3.4.1.1 *E-commerce* (X₁)

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui platform digital. *E-commerce* adalah tahap pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, serta informasi melalui internet. . Menurut (Fitrah & Yulianti, 2023) dengan perkembangan tersebut, masyarakat ditantang untuk mengikuti perkembangan tersebut dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal. *E-commerce* ialah tahapan membeli, menjual,

membeli, menjual, menukarkan produk, pelayanan, maupun informasi dengan Internet.

Menurut mengemukakan (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa *e-commerce* terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Biaya pengeluaran merupakan strategis perusahaan untuk memimalkan biaya. Biaya menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen Indonesia menggunakan *e-commerce*. Dalam beberapa kasus, semakin murah biaya teknologinya, maka semakin cepat pula teknologi tersebut digunakan dan diadaptasi dalam suatu organisasi.

2. Reputasi

Reputasi merupakan ukuran di mana sebuah *e-commerce* dapat membentuk keyakinan calon konsumen dan konsumen yang sudah ada, serta memengaruhi perilaku pembelian mereka.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan mekanisme di mana kegiatan pendistribusian untuk mempromosikan dan menjual produk ⁴⁶ barang atau jasa tertentu dari produsen ke ⁴⁶ konsumen. Tujuan pemasaran adalah merancang, mengevaluasi, ⁴⁶ mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan 18 layanan untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang sudah ada atau calon pembeli.

4. Kemudahan dalam Berbisnis Online

Kemudahan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah diaplikasikan.

Untuk penelitian pengaruh e-commerce terhadap kinerja umkm Wulandari (2020) terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan menggunakan skala likert sebagai sekala pengukuran yaitu:

Tabel 3. 1 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.4.1.2 Budaya Organisasi (X₂)

Menurut (Natsiruddin, 2023) Budaya organisasi adalah contoh dari keyakinan dan nilai organisasi, dan menjadi standar karena semua anggota dan berlatih dalam menjalankan tugasnya sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan masalah terkait, atau aturan organisasi

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa budaya organisasi terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Inovatif menghitung risiko ,budaya organisasi yang mengutamakan inovasi sekaligus memiliki kesadaran yang tinggi akan potensi risiko yang mungkin muncul akibat inovasi tersebut.
2. Berorientasi pada hasil yang akan dicapai, dengan budaya yang berorientasi pada hasil, perusahaan mengutamakan kinerja, kesuksesan, dan pencapaian tujuan

sebagai fokus utama.

3. Berorientasi pada semua kepentingan karyawan, mencerminkan dedikasi organisasi untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan. Organisasi dengan budaya seperti ini memahami pentingnya mencapai keseimbangan antara tujuan perusahaan dan kebutuhan karyawan.

4. Berorientasi detail pada tugas, mencerminkan penekanan organisasi pada pencapaian tujuan dan pelaksanaan pekerjaan dengan efisien.

Untuk penelitian pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja UMKM (Prasetyo & Farida, 2022) terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran yaitu:

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.4.1.3 Literasi Keuangan (X₃)

Menurut (Aqila, 2024) hasil penelitian ini sejalan dengan teori atribusi, dimana literasi keuangan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi

kinerja UMKM. Faktor eksternal yaitu bisa dari pelatihan yang dilakukan oleh lembaga terkait misalnya bisa dari dispering yang melakukan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan. Literasi keuangan tidak hanya di dapat dari pendidikan saja akan tetapi bisa didapat dari yang lainnya, seperti pelatihan atau sosialisasi keuangan yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi.

Menurut (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023) menyatakan bahwa indikator literasi keuangan sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola informasi ekonomi, membuat perencanaan keuangan dan mengambil keputusan yang tepat.

2. Perilaku

Pemikiran, pendapat, dan penilaian individu terhadap situasi keuangan mereka dapat membentuk keputusan yang mereka buat. Misalnya kebiasaan menabung, ketika individu memiliki gagasan, penilaian dan pendapat bahwa menabung bukanlah hal yang penting, maka hal ini akan terus membentuk kebiasaan/perilaku yang sulit untuk diubah.

3. Sikap

Sikap keuangan menunjukkan bahwa uang dapat memiliki banyak arti tergantung pada tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang, termasuk uang sebagai bagian penting dari kehidupan, kehormatan, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan sumber kejahatan. Banyak faktor yang mempengaruhi sikap finansial, antara pendidikan, status sosial finansial, sosial ekonomi dan keluarga.

Untuk penelitian literasi keuangan terhadap kinerja umkm (Al et al., 2024) terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan diukur dengan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran yaitu

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.4.1 Variabel Dependen

3.4.2.1 Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut (Natsiruddin, 2023) kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil dari kerja, target, sasaran atau standar yang diprediksi dan disepakati dalam bisnis dengan aset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang.

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa ada empat indikator kinerja umkm antara lain:

1. Peningkatan omset penjualan

Peningkata omsen penjualan adalah proses suatu bisnis termasuk umkm, berasil meningkatkan total pendapat yang diperoleh dari penjualan atau berhasil

meningkatkan total pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan dalam satu periode tertentu.

2. Peningkatan financial (keuangan)

Merujuk pada upaya untuk memperbaiki dan memperkuat kondisi keuangan usaha agar lebih efisien, produktif dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

3. Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja

Upaya untuk meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia dalam suatu sektor usaha serta meningkatkan kualitas tenaga kerja.

4. Pertumbuhan pasar yang luas

Peningkatan jumlah konsumen atau pelanggan yang tertarik dan membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

Untuk penelitian kinerja umkm (Al et al., 2024)terdapat 5 pertanyaan maka responden diminta untuk menjawab bagaimana persepsi mereka diantara lima jawaban mulai dari sangat setuju sampai kejawaban tidak setuju. Masing-masing lima pertanyaan tersebut kemudian diukur dengan menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran yaitu :

Tabel 3. 4 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono,2025

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun prosedur pengumpulan data yang peneliti lakukan dalam penelitian

lakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer. Sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan menggunakan kuisioner dan wawancara.

Kuesioner dan wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung dengan mengirimkan langsung ke UMKM yang sudah sesuai dengan kriteria dengan yang pertama UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Di Tembilahan, kedua UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal satu tahun, ketiga UMKM yang menggunakan e-commere, penjualan secara online baik di media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, atau yang lainnya. Dan yang terakhir UMKM yang masih aktif dan beroperasi Di Tembilahan. penyampelan dan juga dilakukan penyebaran secara online melalui google form. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut

Tabel 3. 5 Skala Likert

No	Kode	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	KS	Kurang Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono, 2025

3.6 Analisis Data

Teknik analisis data ialah pengolahan data menjadi informasi yang mudah

dipahami untuk menjawab pertanyaan pada penelitian ini menggunakan angka dan perhitungan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang kembali akan diperiksa terlebih dahulu untuk melihat kelengkapan pengisian kuesioner. Penelitian ini menggunakan software Statistical Package for Social Sciences (SPSS) dalam membantu mengolah data penelitian dan menganalisis data penelitian (Natsiruddin, 2023).

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan bagian dari statistik mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dipahami. Statistik deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan atau fenomena. Berdasarkan pada ruang lingkup bahasan statistik deskriptif mencakup ukuran nilai pusat (rata-rata, median, modus, kuartil dan sebagainya), ukuran dispersi (jangkauan, simpangan, rata-rata, varians, simpangan baku, dan sebagainya) dan ukuran lainnya. Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2018).

3.6.2 Uji Validitas Validitas Dan Uji Reliabilitas

3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022) uji validasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) dalam memastikan tingkat ketepatan suatu alat

ukur. Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan tujuan agar kuesioner mendapatkan hasil yang valid. Uji validitas pada proses analisis data memiliki tujuan agar validitas instrumen dapat diketahui sehingga instrumen tersebut dapat dipakai. Hasil uji validitas penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Kriteria pengujian uji validitas menggunakan nilai signifikan pengujian uji validitas menggunakan nilai signifikan (p-value) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau Nilai signifikansi 0.05 berkesimpulan tidak valid.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2022) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk uji reliabilitas digunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil penelitian reliable terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas pada penelitian ini memakai uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dengan ketentuan >60 dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas penelitian ini menggunakan SPSS.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian, dan untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka uji asumsi klasik dalam penelitian ini yaitu terdiri dari uji normalitas data uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian asumsi klasik ini dilakukandengan menggunakan bantuan program komputer SPSS.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik (uji Kolmogorov-Smirnov) test yang terdapat di program SPSS. Teknik kolmogorov smirnov memiliki kriteria jika signifikansi 0,05 maka data berdistribusi normal. Selain itu analisis grafik adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas data dengan cara membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal probability plot. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal (Ghozali, 2018).

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Sugiyono, 2018) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk menentukan mendeteksi adanya multikolinearitas, dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Adanya multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 1$.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji Glejser. Jika angka probabilitas signifikan diperoleh atas persamaan regresi diatas tingkat kepercayaan 5% maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Pengujian Hipotesis

Menurut (Aqila, 2024) Untuk membuktikan hipotesis benar secara parsial digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien Jalur secara parsial dengan membandingkan Untuk membuktikan hipotesis benar secara parsial digunakan uji t, yaitu untuk menguji keberartian koefisien Jalur secara parsial dengan membandingkan artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat dan terdapat pengaruh di antara kedua variabel yang diuji, b. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat dan terdapat pengaruh antara dua

variabel yang diuji. Uji t menunjukkan variabel e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0.115 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai T_{hitung} 0.115 lebih besar dari ttabel 1.66515 maka dapat disimpulkan e-commerce berpengaruh dengan kinerja UMKM. Maka H_1 diterima.

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2016), regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan serta seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Model ini digunakan ketika peneliti ingin memahami kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara lebih komprehensif dan mendalam. Oleh karena itu, analisis regresi berganda akan dilakukan apabila jumlah variabel independennya minimal dua, sehingga dapat menggambarkan hubungan yang lebih kompleks dan realistis dalam fenomena yang sedang diteliti. Dengan menggunakan analisis ini, diharapkan dapat diperoleh informasi yang lebih akurat dalam pengambilan keputusan maupun dalam merumuskan kebijakan berdasarkan data. Maka model analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan

Y = Kinerja UMKM

α = Konstanta

$\beta^1 - \beta$ = Koefisien Regresi

X_1 = *E-commerce*
 X_2 = Budaya organisasi
 X_3 = Literasi keuangan
 ε = *error term*

3.6.4.2 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2021) uji T bertujuan untuk menguji secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.
2. Jika nilai signifikan (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima.

3.6.4.3 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Sugiyono (2021) Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig. } t < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antar variabel dengan variabel terikat
2. Jika $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig. } t > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi R^2

Menurut Sugiyono (2021) Kemampuan determinan (R^2) pada dasarnya

mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memperlihatkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Tetapi penggunaan koefisien determinasi tersebut memiliki suatu kelemahan, yaitu terdapatnya suatu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Agar terhindar dari bias tersebut, maka digunakan nilai adjusted R^2 , dimana nilai adjusted R^2 mampu naik atau turun apabila terjadi penambahan satu variabel independent.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Pengembangan UMKM

UMKM di Indonesia sama tuanya dengan sejarah perekonomian bangsa Indonesia kegiatan UMKM dalam bentuk perdagangan telah ada sejak masih berbentuk barter hingga penemuan uang. Aktivitas perekonomian di Indonesia pada awalnya adalah UMKM, bentuk usaha dagang dalam bentuk industri besar baru berkembang setelah masuknya kolonialisme ke Indonesia. Suburnya kegiatan UMKM di Indonesia terlihat dengan adanya pasar-pasar di tiap daerah di Indonesia hal ini dibuktikan saat terjadi krisis perekonomian negara pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap UMKM melalui program pengembangan sektoe UMKM. Pasar menjadi tempat pertukaran barang baik produk pertanian, peternakan, kerajinan tangan, dan lain-lain. Hingga saat ini, UMKM masih terus eksis sebagai penyangga perekonomian nasional. UMKM bisa ditemui dari pusat perkotaan hingga pelosok pedesaan sebagai wujud dari kemandirian masyarakat di tengah terbatasnya lapangan pekerjaan formal (UMKM Indonesia - KADIN Indonesia, 2023)

Kabupaten Indragiri Hilir sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Riau juga memiliki potensi UMKM yang cukup besar. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Indragiri Hilir, pada tahun 2023 tercatat sebanyak

37.194 UMKM yang tersebar di 20 kecamatan. Sektor UMKM di Kabupaten Indragiri Hilir didominasi oleh usaha perdagangan, industri pengolahan, dan jasa. Dengan pertumbuhan yang pesat UMKM khususnya di Tembilahan sehingga dapat menciptakan lapangan kerja yang banyak serta memiliki peran penting dalam sektor perekonomian di Tembilahan Kabupaten Indragiri Hilir (Susanto et, 2024)

4.1.2 Deskripsi Responde

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM di wilayah Tembilahan. Total UMKM yang didatangi Di Tembilahan sebanyak 97 UMKM dengan jenis usaha dagang, jasa, fashion dan kuliner yang ada di tembilahan. Penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengambil sampel yakni UMKM yang ada di Tembilahan dengan mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung dan melalui google form. Penyebaran kuesioner dilakukan pada bulan juni 2025.

Tabel 4. 1

Daftar Responden Kuesioner

Nama	Nama Usaha	Alamat
Sy. Eva Ganura	Toko buku usaha mulia	Jl. Lingkar II
Nur Lela	Toko Alia Fisation	Jl. Telaga biru
Siti Nur Baiyah	Londry gemilang	Jl. J. Sudirman
Siska Rahmadani	Toko hasbi mahkota karpet	Jl. Baharudin yusuf parit 10
Najamuddin Andika	Naka	Jl. Soeberantas

Nama	Nama Usaha	Alamat
Zainal Aripin	Toko fariz	Jl. Telaga biru tembilahan hulu
Zulfahmi	Toko bustam	Jl. Batang tuaka
Amri Yanto	Rumah jagong mak'e	Jl. Subrantas
Willy Novaldi	Teteh	Jl. Subrantas
Elfi	Q Ta	Jl. Subrantas
Rudi Agung	Rudi sayur	Jl. Subrantas
Adrian Putra	Andrian putra	Jl. K khalidi
Afda	Toko putra	Jl. Abdul Manaf no 27
Frianida	Kedai afrianida	Jl. Barang tuaka
Afri	Kedai afri	Jl. Guru hasan
Afrizal	Berkah dan	Jl. Arsyad ahmad
Afrizah sa	Berkat II	Jl. Barang tuaka
Agus	Rm puncak polo	Lr. Basrah
Agus Susanto Wibowo	Rm wong jogja	Jl. Mboya
Ahmad FAuzan	Kedai ahmad	Jl. Mboya
Hj Li	Kedai makan li	Pasar rakyat blok E
Ahmad Rau'at	Harum seroja	Jl. H said
Ahmad Sitoli	Kedai kopi roda baru	Jl. Hang tuah gemilang plaza lt. 1
Ai	Kedai kopi ai	Jl. Yos saudarso
Adiwarna	Kedai adi	Jl. H said
Febby Pransiska	Kedai febby	Lr. Semangka 20 Rt 002 Rw. 009
Nama	Nama Usaha	Alamat
Dahlia Sukma	Cake dahlia	Jl. Switatarjo

Deskarni Wati	Usaha air galon aple	Jl. H said lr. Singgalang no 21 Tembilahan kota
Zainal Arifin	Warung makan	Jl. Trimas lr. Trimas ramadhan no 02
Herdian	Warung makan	Jl. Baharudin Yusuf
Badrun	Saljugo	Jl. H Abd gani no. 12
Aminah	Aneka kue basah 3 putra	Jl. Baharudin Yusuf
Ema Nofita	Kedai azzarah	Jl. Gajah mada no. 281 rt. 004 rw. 001 Tbh kota
Rusdiana	Amplang Ros	Jl. Suwito tarjort. 005 rw.008
Masbun	Home industri kerupuk sagu	Jl. M. Boya lr. Manggis Tembilahan kota
Uci Kapita	Kue uci	Jl. M. Boya lr. Kalimas rt. 003 rw. 009
Romi Juita	Keripik Pisang	Jl. M. Boya lr. Manggis rt. 005 rw. 009
Dewi Sasmitha	Kebab pisang 2 m	Jl. Baharudin yusuf rt. 001 rw. 16
Asmawati	Toko Abdi	Jl. M. Boya no. 28 rt. 001 rw. 010
Bimo Teguh Pengestu	Penjahit bimo	Jl. Ra kartanini no. 20 rt 006 rw 003
Mohd. Nur Ihsanshah	Warung ayam penyet	Jl. Hj said
Restu Wahyuni	Ampera	Jl. H said
Nama	Nama Usaha	Alamat
Ahmad Ryan	Kedai ahmad	Jl. Hj said

Ardiansyah Arius	Kedai Arius	Jl. Trimas
Rasuna	Kedai rasuna	Jl. Pintu air Gg. Al hadar
Ardi. St. Basa. H	Kedai ardi	Jl. H said
Ardinas	Kedai ardinan	Jl. Kapten mutar
Raja Zamrah	Kedai raja zamrah	4-5 tahun
Zainal Aripin	Toko fariz jaya	Jl. Telaga biru
Mahmudiah	Toko zeau	Jl. Pekan arba samping Gg borneo
Aloh Sinah	Aloh Sinah	Jl.H sadri no 40
Anitaria	Anitaria	Jl. Khalidi no 41
John Kennedy	Gorengan alah	Jl. H Hasan rt 1 re 5
Harin	Harin	Jl. H sadari no 37
Misran. M	Misran. M	Jl. Trimas lr. Trimas permai
Muhammad Lutfi	Bakso bakar	Jl. M boya lr durian rt 005 re 010
Yuni Ermayanti	Sop tunjang	Jl. H durung ardi
Yunita	Roti pirang B	Jl. Di ponegoro
Mardiana	Kedai mardiana	Jl. Yoan sudarso
Safri Harmanto	Kedai safri	Jl. Sultan Syarif Qasim
Suherti	Kedai suherti	Jl. Ki hong
Diana	Kedai cece	Jl. Hj said
Titi	Kedai kopi aking	Jl. Hj said
Aben	Aben sandal	Jl. Trimas
Sri Rahayu	Sri rahayu	Lr. Dermawan no 42
Abdul Hamid	Kedai hamid	Gamilang plaza
Aan Syaf	Kedai Aan	Jl. M boya
Nama	Nama Usaha	Alamat

Adang	Kios bimar	Pasar rakyat blok 1
A YAtim	K taruna kaya	Jl. Batang tuaka
M Yani	M YAni	Jl. Mandala Gg. Hikma
Ayu Lestari	Ayu Lestari	Jl. M. Siap no 23
Suliat	Bakso Malang	Jl. Tanjung harapan
Farin Wijaya	Kedai pak lurah	Jl. H abh manaf
Siti Solekah	Roti Bakar	Kampung baru rt 003 rw 003 Tembilahan Kota
Nyimas Suraiya	Dapur cikay	Jl. Kembang no 17
Pakto	Warung ayam penyet	Jl. Hj said
Elsya Yuliskan Lestari	Soto elsya	Jl. Kampung jawa
Nena Azwar	Kedai nena	Jl. Telaga biru
Syofiah	Kedai syofiah	Jl. Jendral Sudirman
Chika Anjar Sari	Kedai chika	Jl. Pintu Air Gg. Al Hadar
H. Br. Siregar	Kedai H. Br.	Lr. Singgalang
Noni Karmila	Noni Karmila	Jl. . H. Abdul Gani
Dewi Sartika	Kedai Dewi Sartika	Jl. Jend. Sudirman Aspol Parit Xi
Eva Arnas Mordiyani	Ar-Rayya	Jl. H. Said Lr. Singgalang No. 35
Faridah	Faridah	Jl. Telaga Biru Gg. Karet
Dedi Aprio	Dedi Aprio	Tembilahan Kota
Eliya Pizza	Setup Roti Online	Jl. Telaga Biru Gg. Mutiar Rt.006 Rw.014
Mardigus Endang	Bakar Bandung	Jl. M. Boya Rt. 001 Rw. 01 Tembilahan Kota
Nama	Nama Usaha	Alamat

M. Rezki Anugrah	Keripik Ubi "Rezki"	Jl. Cendrawasih I No. 40 Rt. 005 Rw. 004
Heriadi	Warung Makan	Jl. Baharuddin Yusuf
M. Tarmizi	M. Tarmizi	Jl. M. Boya
Arbaiyah	Arbaiyah	Lr. Kapuas
Rahma Yuni	Dapur Yuni	Jl. Soebrantas Gg. Jelutung Indah No. 8a
Liyana Odes	Kedai Liyana	Jl. A. Akhmad
Naliana. A. Wahab Swadaya Murni I	Kedai Naliana. A. Wahab	Jl. Hasan Gani Lr. Swadaya Murni I
Erni	Kedai Erni	Jl. Budiman. Sikaturrehmi

Sumber : Data UMKMr olahan 2025

Tabel 4. 2
Taknik Pengambilan Kuesioner

Keterangan	Jumlah data
Total kuesioner disebarikan	120
Total kuesioner tidak dikembalikan	23
Total kuesioner kembali	97
Total kuesioner yang diolah	97
Tingkat pengembalian kuesioner 97/100/100%	97%

Sumber : Data Olahan .2025

Data tabel 4.2 dapat dilihat bahwa peneliti telah menyebarkan sebanyak 120 kuesioner, dimana terdapat 23 kuesioner dari total kuesioner yang tidak dikembalikan. Sedangkan 97 kuesioner dapat diolah berattingkat pengembalian dari kuesioner yang telah disebarikan 97%.

Tabel 4. 3
Demografi Responden

NO	Data Responden	Jumlah Responden	Persentase
1.	Usia	97	100%
	22-35 Tahun	28	26,8%
	36-45 Tahun	52	55,7%
	46-55 Tahun	17	17,5%
2,	Jenis Kelamin	97	100%
	Perempuan	49	56,6%
	Laki-laki	48	47,4%
3.	Umur Usaha	97	100%
	1-3 Tahun	33	33,9%
	4-5 Tahun	40	41,2%
	5 Tahun lebih	24	24,9%
		97	100%

Sumber: Data yang diolah 2025

Berdasarkan tabel diatas 4.3 terlihat bahwa terdapat 49 responden (56,6%) dengan jenis kelamin perempuan, dan 48 (47,4%) dengan jenis kelamin laki-laki. Responden yang memiliki usia 20-35 tahun sebanyak 28 responden (26,8%), usia 36-45 tahun sebanyak 52 responden (55,7%). Sedangkan responden memiliki usia 46-55 tahun sebanyak 17 responden (17,5%). Hal ini menunjuk responden UMKM di Tembilahan yang berusia masih mudah. Responden memiliki lama usaha yang dimiliki tingkat responden lama usaha 1-3 tahun sebanyak 33 responden (34,9%), responden yang memiliki lama usaha 4-5 tahun sebanyak 40 responden (41,2%), sedangkan responden yang memiliki lama usaha 5 tahun lebih 24 responden (24,7%).

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1. Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara umum mengenai semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan cara melihat tabel statistik deskriptif yang menunjukkan data yang digunakan. Berikut ini rangkuman hasil statistik deskriptif.

Tabel 4. 4
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	97	21	35	27.7320	2.06810
x2	97	26	36	31.5361	2.79154
x3	97	27	40	31.7835	2.92693
Y	97	19	29	25.8144	3.57010
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Data Olahan SPSS 24,2025

Pada tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah responden (N) yang diolah oleh penelitian ini berjumlah 97 responden. Pada variabel (X₁) E-commerce Independen terdiri 6 pertanyaan. Responden memiliki jawaban adalah 27 dan nilai maksimal adalah 35 dengan rata-rata jawaban 27.7320 serta dengan deviasi 2.69180 Variabel (X₂) Budaya organisasi terdiri dengan 8 pertanyaan dan memiliki nilai jawaban minimal 26 dan maksimal 36 dengan rata-rata jawaban 31.5361 serta standar deviasi 2.92693. Variabel (X₃) Literasi keuangan terdiri dengan 8 pertanyaan dan memiliki nilai jawaban minimal 27 dan maksimal 40. dengan rata-rata jawaban 31.7835 serta standar deviasi 2.92693. Variabel (Y)

Kinerja UMKM terdiri 6 pertanyaan. Responden memiliki jawaban adalah 19 dan nilai maksimal adalah 29 dengan rata-rata jawaban 25.8144 serta dengan deviasi 3.57010.

4.2.2 Uji Kualitas Data

4.2.2.1 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan tujuan agar kuesioner mendapatkan hasil yang valid. Uji validitas pada proses analisis data memiliki tujuan agar validitas instrumen dapat diketahui sehingga instrumen tersebut dapat dipakai. Hasil uji validitas penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Kriteria pengujian uji validitas (menggunakan nilai signifikan (p-value) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ atau Nilai signifikansi 0.05 berkesimpulan tidak valid.

a. E-commerce (X_1)

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas . E-commerce (X_1)			
Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,368	0,168	Valid
Pertanyaan 2	0,296	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,373	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,467	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,251	0,168	Valid
Pertanyaaan 6	0,700	0,168	Valid

(Sumber: Data Olahan SPS24,2025)

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas yang menggunakan Korelasi Product Moment yang dilakukan pada instrumen variabel penelitian menghasilkan nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (0,168) dan signifikan $< 0,05$. Dari data diatas dapat c alat ukur yang tepat untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini.

b. Budaya Organisasi (X₂)

Tabel 4. 6

Hasil Uji Validitas Budaya Organisasi (X₂)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,391	0,16	Valid
Pertanyaan 2	0,392	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,214	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,476	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,431	0,168	Valid
Pertanyaan 6	0,446	0,168	Valid
Pertanyaan 7	0,522	0,168	Valid
Pertanyaan 8	0,446	0,168	Valid

(Sumber :Data Olahan SPSS 24,2025)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas yang menggunakan *Korelasi Product Moment* yang dilakukan pada instrumen variabel penelitian menghasilkan nilai r hitung > r tabel (0,168) dan signifikan < 0,05. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas pada masing-masing instrumen merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini.

c. Literasi Keuangan

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan (X₃)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,393	0,168	Valid
Pertanyaan 2	0,481	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,613	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,337	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,630	0,168	Valid
Pertanyaan 6	0,382	0,168	Valid
Pertanyaan 7	0,654	0,168	Valid
Pertanyaan 8	0,627	0,168	Valid

(Sumber :Data Olahan SPSS,2024)

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas yang menggunakan *Korelasi Product Moment* yang dilakukan pada instrumen variabel penelitian menghasilkan

nilai r hitung $> r$ tabel (0,168) dan signifikan $< 0,05$. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas pada masing-masing instrumen merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini.

d. Kinerja UMKM

Tabel 4. 8

Hasil Uji Validitas Kinerja UMKM(Y)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,662	0,168	Valid
Pertanyaan 2	0,677	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,555	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,567	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,640	0,168	Valid
Pertanyaan 6	0,647	0,168	Valid

(Sumber :Data Olahan SPSS,2024)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas yang menggunakan *Korelasi Product Moment* yang dilakukan pada instrumen variabel penelitian menghasilkan nilai r hitung $> r$ tabel (0,168) dan signifikan $< 0,05$. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas pada masing-masing instrumen merupakan alat ukur yang tepat untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk uji reliabilitas digunakan metode *Cronbach's Alpha*. Hasil penelitian reliable terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Uji reliabilitas pada penelitian

ini memakai uji statistik Cronbach Alpha (α) dengan ketentuan $>0,60$ dikatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas penelitian ini menggunakan SPSS.

Tabel 4. 9

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>E-commerce</i>	0,713	0.6	Reliabel
Budaya Organisasi	0,757	0.6	Reliabel
Literasi Keuangan	0, 780	0.6	Reliabel
Kinerja UMKM	0, .879	0.6	Reliabel

Pada tabel 4.9 menunjukkan nilai Cronbach's *Alpha variabel e-commerce* sebesar (0,713), budaya organisasi sebesar (0,757), literasi keuangan sebesar (0,780) kapasitas sumber daya manusia sebesar (0,832) dan kinerja UMKM sebesar (0,879). Dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner ini reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

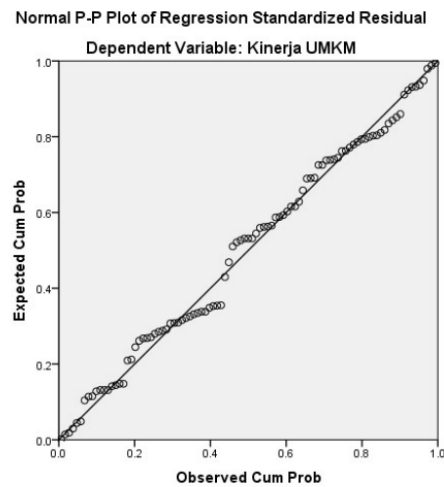
4.2.3.1 Uji Normalisasi

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik (uji Kolmogorov-Smirnov) test yang terdapat di program SPSS. Teknik kolmogorov smirnov memiliki kriteria jika signifikansi

0,05 maka data berdistribusi normal. Selain itu analisis grafik adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas data dengan cara membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal probability plot. Normal probability plot adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal

Gambar 4. 1

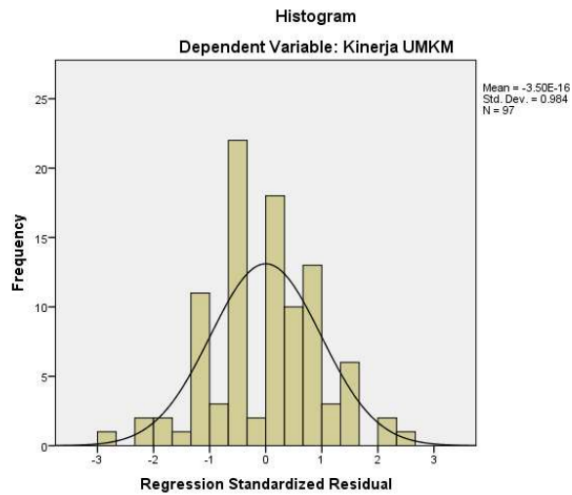
Normal P-P Plot
Sumber



(Sumber: Data Olahan SPSS 24, 2025)

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat dari grafik normal probability plot diatas menunjuk bahwa titiknya mendekati garis diagonal dan tidak melenceng ke kiri dan kekanan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa distribusi data penelitian adalah normal.

Gambar 4. 2
Grafik Histogram



(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2024)

Dalam penelitian ini untuk memperkuat asumsi normal atau tidaknya penelitian, yang mana sebelumnya telah dijelaskan pada gambar normal p-plot dan histogram diatas maka digunakan uji non paramatik kolmogrosmirnov (k-) dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Data residual normal jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 Ghozali (2018). Adanya hasil output SPSS uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.13 dibawah

Tabel 4. 10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54382235
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.058
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.137 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance		
(Sumber: Data Olahan SPSS,2024)		

(Sumber: Data Olahan SPSS24,2025)

Berdasarkan hasil tampilan output SPSS pada tabel 4.10 tersebut menunjukkan bahwa nilai *Kolmogrov Smirnov* 0.080 , dan signifikansi 0.137, nilai signifikansi tersebut berada diatas 0.05 yang mengertikan bahwa residual terdistribusi dengan normal. Kesimpulanya adalah data dapat terdistribusi dengan normal.

4.2.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk menentukan mendeteksi adanya multikolinearitas, dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF).

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{Tolerance}$). Adanya multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.500	3.458		5.349	.000		
	E-commerce	-.014	.082	-.019	-.175	.862	.891	2.122
	Budaya Organisasi	.053	.098	.061	.545	.587	.836	2.197
	Literasi	.026	.096	.154	1.314	.192	.756	3.322

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

(Sumber : Data Olahan SPSS 24, 2025)

Berdasarkan tabel 4.10, dapat dilihat bahwa nilai tolerance semua variabel independen lebih besar dari 0,10 ($\text{tolerance} < 10,00$). Nilai tolerance E-commerce sebesar 0,891, Budaya Organisasi sebesar 0,836, dan Literasi Keuangan sebesar 0,756. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat adanya gejala multikolinearitas dalam model persamaan regresi didalam penelitian ini yang dilakukan

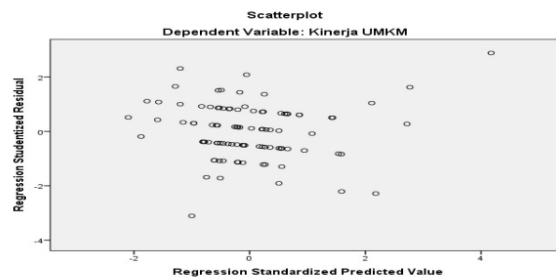
4.2.3.3 Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*. Jika angka probabilitas signifikan diperoleh atas persamaan regresi diatas tingkat kepercayaan 5% maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedasitas



(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2025)

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah 0 pada sumbu Y dan titik membentuk suatu pola tertentu. Hal tersebut menandakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini, sehingga data dilanjutkan ke uji berikutnya.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

4.2.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan serta seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Analisis regresi linier

berganda memerlukan uji secara serempak dengan menggunakan F_{Hitung} . Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yaitu *E-commerce* (X_1) Budaya Organisasi (X_2) dan Literasi Keuangan (X_3) Terhadap variabel dependen Kinerja UMKM.

Tabel 4. 11

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.500	3.458		5.349	.000		
	E-commerce	-.014	.082	-.019	-.175	.862	.891	2.122
	Budaya Organisasi	.053	.098	.061	.545	.587	.836	2.197
	Literasi	.026	.096	.154	1.314	.192	.756	3.322

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

(Sumber : Data Olahan SPSS 24,2025)

Dari tabel 4.11, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 18,500 - 0,014 X_1 + 0,053 X_2 + 0,026 X_3 + \epsilon$$

Dari Persamaan diatas diketahui:

1. Nilai konstanta sebesar 18,500, menunjukan arti apabila nilai X_1 , X_2 dan X_3 dinilainya adalah 0, maka Kinerja UMKM sebesar 18,500
2. Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dianalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kinerja UMKM, yaitu koefisien regresi 0,014 pada variabel *e-commerce* hubungan negatif dengan kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *e-commerce* akan menyebabkan ini *e-commerce* akan menyebabkan penurunan pada tingkat kinerja UMKM sebesar *e-commerce* penurunan pada tingkat kinerja UMKM sebesar nilai koefisennya

e-commerce penurunan yaitu 0,014.

3. Nilai koefisien regresi 0,053 pada variabel budaya organisasi terhadap hubungan positif dengan kinerja UMKM. Setiap kenaikan satu persen dari e-commerce. Peningkatan pada tingkat kinerja UMKM sebesar nilai koefisien 0,053.
4. Nilai koefisien regresi 0,026 pada variabel literasi keuangan terhadap hubungan positif dengan kinerja UMKM. Semakin baik satu persen dari budaya organisasi. Peningkatan pada tingkat kinerja UMKM sebesar nilai koefisien 0,026.

4.2.3.2 Uji Parsial (Uji T)

Bertujuan untuk menguji secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan ($\text{sig} > 0,05$) maka H_0 diterima H_1 ditolak.
2. Jika nilai signifikan ($\text{sig} < 0,05$) maka H_0 ditolak H_1 diterima

Tabel 4. 12

Hasil Uji Parsial F (Statistik F)

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.500	3.458		5.349	.000		
	E-commerce	-.014	.082	-.019	-.175	.862	.891	2.122
	Budaya Organisasi	.053	.098	.061	.545	.587	.836	2.197
	Literasi	.026	.096	.154	1.314	.192	.756	3.322

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2025)

Dari tabel 4.12 variabel *e-commerce* memiliki T_{hitung} 1,665 sedangkan T_{tabel} 2,70. Sehingga T_{hitung} ($1,665 > 2,70$) dengan signifikansi untuk variabel *e-commerce* 0,862 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Variabel budaya organisasi memiliki T_{hitung} 1,665 sedangkan T_{tabel} 2,70. Sehingga T_{hitung} ($1,665 > 2,70$) dengan signifikansi untuk variabel budaya organisasi 0,587 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Variabel literasi keuangan memiliki T_{hitung} 1,665 sedangkan T_{tabel} 2,70. Sehingga T_{hitung} ($1,665 > 2,70$) dengan signifikansi untuk variabel budaya organisasi 0,192 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

4.2.3.3 Uji T Simultan (Statistik T)

Uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila tingkat probabilitas lebih kecil dari 5% (0,05) maka model penelitian dapat digunakan atau dinyatakan layak. Kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau $Sig. t < 0,05$, maka H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antar variabel dengan variabel terkait.

2. Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau $Sig. t > 0,05$, maka H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 4. 13

Hasil Uji Silmultan T (Statistik T)						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.855	3	2.618	2.064	.005 ^b
	Residual	228.805	93	2.460		
	Total	236.660	96			
a. Dependent Variable: KINERJA						
b. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN, E-COMMERCE, BUDAYA ORGANISASI						

(Sumber: Data Olahan SPSS 24, 2025)

Berdasarkan tabel 4.13, maka diketahui hasil ANOVA (*Analysis Of Variance*) atau uji F menunjukkan bahwa hasil nilai F_{hitung} sebesar dan t_{hitung} dan t_{hitung} 1,665 > t_{tabel} 2,70. Dapat disimpulkan variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Tembilahan yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sehingga dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha akan berjalan lebih baik jika memiliki literasi keuangan yang baik. Keberhasilan kinerja keuangan UMKM akan didukung dengan semakin tingginya tingkat literasi keuangan yang dimiliki. Sebaliknya, kinerja keuangan UMKM yang rendah maka semakin rendah juga tingkat literasi keuangannya. > t_{tabel} 1,655. Dapat disimpulkan variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Tembilahan Kota yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat

keterkaitan secara signifikan dari.

4.2.3.4 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Kemampuan determinan (R^2) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil memperlihatkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksikan variasi variabel dependen. Tetapi penggunaan koefisien determinasi tersebut memiliki suatu kelemahan, yaitu terdapatnya suatu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Agar terhindar dari bias tersebut, maka digunakan nilai adjusted R^2 , dimana nilai adjusted R^2 mampu naik atau turun apabila terjadi penambahan satu variabel independen.

Tabel 4. 14

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.182 ^a	.303	.	3.568
a. Predictors: (Constant), Literasi, E-commerce, Budaya Organisasi				
b. Dependent Variable: Kinerja UMKM				

(Sumber : Data Olahan SPSS 24,2025)

Dari output diatas dapat bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0,303 yang jika dipresentasikan senilai 30,3% variabel *e-commerce* budaya organisasi dan literasi keuangan dapat menjelaskan variabel kinerja UMKM keuangan dapat

menjelaskan variabel kinerja UMKM. Kemudian untuk sisanya yakni sebesar 69,7% dijelaskan oleh faktor dan aspek lainnya diluar penelitian ini yaitu Pengetahuan Akuntansi, Sistem Informasi Akuntansi, Modal Usaha , Karakteristik Wirausaha.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang dibahas diatas, hipotesis untuk penelitian ini sebagai berikut :

4.3.1 Pengaruh *E-commerce* Terhadap Kinerja Di Tembilahan UMKM

Variabel *E-commerce* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,165 lebih besar dari t tabel 2,70 dan tingkat signifikatnya 0,014 lebih kecil dari tingkat signifikat yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan *e-commerce* berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM di Tembilahan.

Koefisien regresi menunjukkan bahwa *e-commerce* maka tingkat kinerja UMKM juga mengalami peningkatan Penerapan *e-commerce* menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, para pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk mereka. *E-commerce* juga menawarkan kemudahan proses jual beli secara online dengan menyediakan informasi pengiriman yang lebih pesat kepada konsumen, memfasilitasi pengiriman dan penerimaan pesanan secara cepat.

Penelitian ini sejalan dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan penyebab yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menjalankan bisnisnya yaitu adanya pengaruh perubahan atau pemanfaatan

teknologi. Sebagian besar pelaku usaha sudah menggunakan *e-commerce* dan banyaknya tuntutan dari konsumen yang lebih menyukai belanja secara online sehingga mendorong para pelaku usaha untuk menggunakan *e-commerce* agar dapat meningkatkan daya saing yang nantinya dapat berpengaruh terhadap kinerjanya. Penerapan *e-commerce* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menunjang kinerja UMKM. Penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja yang meliputi kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Savera dkk (202) yang menyimpulkan dari penelitian ini yaitu *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

4.3.2 Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM Di Tembilahan

Variabel Budaya Organisasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,165 lebih besar dari t tabel 2,70 dan tingkat signifikatnya 0,053 lebih kecil dari tingkat signifikat yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H_2 diterima sehingga dapat disimpulkan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di Tembilahan.

Koefisien regresi menunjukkan bahwa budaya organisasi maka tingkat kinerja UMKM juga mengalami peningkatan, budaya organisasi berpengaruh dikarenakan partisipasi dari para karyawan, tertantang dengan tugas-tugas selanjutnya, dan datang tepat waktu, serta penyesuaian kerja karyawan yang ditujukan pada indikator inovasi dan keagresifan pada variabel budaya organisasi. Hal ini memiliki arti bahwa budaya yang sudah ada dapat mencerminkan hasil yang baik. Budaya organisasi yang ada dalam UMKM sudah stabil, lebih maju,

dan mampu untuk menghadapi perubahan lingkungan, Hal ini memiliki arti bahwa budaya yang sudah ada dapat mencerminkan hasil yang baik. Budaya organisasi yang ada dalam UMKM sudah stabil, lebih maju, dan mampu untuk menghadapi perubahan lingkungan hasil.

Penelitian ini sesuai dengan teori atribusi yang menjelaskan bahwa budaya organisasi merupakan faktor internal yang dapat berpengaruh terhadap kinerja. Kebiasaan yang ada di dalam suatu organisasi seperti sifat, karakter, sikap dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja. Faktor eksternal disini juga bisa dari dinas atau organisasi yang melakukan pelatihan atau penyuluhan terkait penggunaan sistem informasi akuntansi yang dapat mempermudah para pelaku usaha dalam melakukan pencatatan keuangan yang terintegrasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang lakukan oleh Enis Setiawanti (2023) yang menyimpulkan dari penelitian ini yaitu budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, hal ini dikarenakan partisipasi dari para karyawan, tertantang dengan tugas-tugas selanjutnya, dan datang tepat waktu, serta penyesuaian kerja karyawan yang ditujukan pada indikator inovasi dan keagresifan pada variabel budaya organisasi.

4.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Tembilahan

Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,165 lebih besar dari t tabel 2,70 dan tingkat signifikatnya 0,026 lebih kecil dari tingkat signifikat yang ditetapkan yaitu 0,05, maka H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan *e-commerce* berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM di Tembilahan Pelatihan yang dilakukan oleh dinas tersampaikan dengan baik, sehingga pelaku UMKM

memiliki pengetahuan serta keterampilan terkait keuangan dan dapat mencerminkan kinerja yang bagus.

Koefisien regresi X_3 menunjukkan bahwa *e-commerce* maka tingkat kinerja UMKM juga mengalami peningkatan disimpulkan budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, pengetahuan serta keterampilan dibidang keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja usahanya. Hal ini ditunjukkan dengan pelaku usaha dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja usahanya. dengan pelaku usaha sudah melakukan pembukuan kas, penyusunan anggaran untuk mendukung planning yang ditunjukan pada indikator perilaku pada variabel literasi keuangan. Pelaku usaha dapat mengelola usahanya dengan baik, maka usaha tersebut akan memiliki perkembangan yang

hasil penelitian ini sesuai dengan teori atribusi, dimana literasi keuangan merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Faktor eksternal yaitu bisa dari pelatihan yang dilakukan oleh lembaga terkait misalnya bisa dari dispering yang melakukan pelatihan mengenai pengelolaan keuangan. Literasi keuangan tidak hanya didapat dari pendidikan saja akan tetapi bisa didapat dari yang lainnya, seperti pelatihan atau sosialisasi keuangan yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aqila Al Fadhl (024) menyatakan bahwa literasi keuangan positif berpengaruh terhadap kinerja UMKM Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik usaha dan karyawan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris mengenai pengaruh variabel *e-commerce*, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Tembilahan Kota. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh UMKM industri pengolahan yang tersebar di Tembilahan berdasarkan data sebanyak 15.286 UMKM yang sudah tercatat di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Indragiri Hilir tahun 2023. Pengambilan sampel menggunakan desain *probability* sampling. Adapun jumlah keseluruhan kuesioner yang disebarkan dalam penelitian ini adalah 120 kuesioner sehingga kuesioner yang kembali adalah 97 sedangkan tingkat kuesioner yang gugur adalah sebanyak 23. Sehingga dapat ditarik kesimpulan berikut dari data yang dikumpulkan dan analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *E-commerce* memiliki nilai signifikansi $0,014 < 0,05$ dan $t_{hitung} 1,165 > t_{tabel} 2,70$. Maka disimpulkan variabel *e-commerce* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan umkm di Tembilahan yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut menjelaskan tidak terdapat keterkaitan secara signifikan dari variabel tersebut.
2. Budaya Organisasi memiliki nilai signifikansi $0,053 > 0,05$ dan $t_{hitung} 1,165 < t_{tabel} 2,70$. Dapat disimpulkan variabel budaya organisasi berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja umkm di Tembilahan yang signifikan terhadap

kinerja umkm di Tembilahan yang menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak.

3. Literasi keuangan secara persial berpengaruh terhadap kinerja UMKM , hasil ini enunjukkan nilai t hitung 1,165 dan t tabel 2,70 dan tingkat signifikansi sebesar 0,026 lebih besar dari signifikan yang ditetapkan sebesar 0,05 maka H_3 ditolak sehingga disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak memepengaruhi kinerja UMKM
4. Secara simultan *e-commerce*, budaya organisasi dan literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F_{Hitung} sebesar 1,165 lebih besar dari F_{Tabel} 2,70 dan tingkat signifikansi sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan *e-commerce*, budaya organisasi dan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM, sehingga H_4 diterima.

5.2 Saran

Peneliti mungkin memberikan saran berikut kepada pihak terkait berdasarkan temuan dan kesimpulan tersebut di atas:

1. Bagi pelaku UMKM di Tembilahan dapat menerapkan media sosial untuk pengetahuan dan keterampilan melalui banyak akses karena sejatinya upaya mempromosikan melalui *e-commerce* bisa menjangkau pasaran yang lebih luas tidak hanya customer di daerah Tembilahan saja.
2. Saran untuk peneliti selanjutnya mengingat penelitian ini hanya terbatas pada

dua variabel *e-commerce*, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

3. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat memasukkan variabel tambahan lainnya yang mungkin berdampak pada kinerja UMKM, seperti *e-commerce* budaya organisasi, sistem informasi akuntansi dan kualitas keuangan.
4. Saran untuk para konsumen agar menghargai produk UMKM agar pelaku UMKM dapat menjalankan dan mengembangkan usahanya dengan baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Al, A., Fadhil, A., Umar, F., Sahrir, S. S., Sari, E., Fadhilah, N., & Ali, A. M. (2024). *Pengaruh E-commerce , Budaya Organisasi , dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Palopo The Influence of E-commerce , Organizational Culture , and Financial Literacy on the Performance of MSMEs in Palopo City.* 7(6), 2152–2160. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i6.5507>
- Ayu Susanti, D., & Nida Laili, K. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara ICMA*, 01(01), 23–29. <http://finance.detik.com>
- Azhari Hutabarat, M. P., Yunita, N. A., Putri, R. G., & Indrayani, I. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Sistem Penjualan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.29103/jam.v1i1.6852>
- Fitrah, M. N., & Yulianti, Y. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Kinerja Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 91–101. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.2969>
- Natsiruddin, A., Nuramalia Hasanah, & Diah Armeliza. (2023). Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, dan Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 4(2), 470–485. <https://doi.org/10.21009/japa.0402.09>
- Pokhrel, S. (2024). No TitleELENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Prasetyo, E., & Farida, F. (2022). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 370–383. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.102>
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Universitas Diponegoro
- Prayudi, A., & Machdie, M. (2024). *The Role of Ethical Leadership , Corporate Culture , Employee Empowerment , and Organizational Commitment on Employee Productivity : Case Study of State-Owned Enterprise Employee.* 5(2), 2663–2674.
- Salma, Z., Literasi, P., Sistem, P. E., Keuangan, P. L., Sistem, E. D. A. N.,

- Akuntansi, I., & Salma, Z. (2024). *UMKM DI KECAMATAN MEDAN BARU SKRIPSI OLEH : PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI SKRIPSI OLEH : ZAHARA SALMA.*
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p16>
- Sugiyono.(2022) metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R& D
- Sofyan, S., Juanidi, & indah. (2023). Pengaruh Inflasi Dan PertumbuhanEkonomi Terhadap TingkatPengangguran Di KabupatenIndragiri Hilir Periode 2017-2022. *Jurnal Syariah, Vol. XI, N.*
- Susanto, B. F., Muchlis, Raju Maulana, Fauzan, M., & Widyawati. (2024). Strategi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Digital Di Kabupaten Indragiri Hilir: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Analisis Manajemen*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.32520/jam.v10i1.3584>
- UMKM Indonesia - KADIN Indonesia. (2023). In *KADIN Indonesia* (pp. 1–1). <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1.*
- Pabundu, T. (2014). Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan. Bumi Aksara.Pricilia,
- 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. *Jurnal UNTIDAR*, September, 287–300. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/view/4479>
- Nurfitriani, M.M. (2020) Manajemen Kinerja Karyawan .
- SUSANTI, N., YUSRIWARTI, Y., & HAPSARI, S. U. (2023). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Manajemen, Pengetahuan Akuntansi Dan Kepribadian Kewirausaha Terhadap Kinerja Umkm Di Tembilahan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 11(2), 130–140. <https://doi.org/10.32520/jak.v11i2.2266>

¹⁹LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 1 - Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

Sehubung⁷⁶ dengan penelitian yang akan saya lakukan pada bidang keuangan dengan judul “Pengaruh *E-commerce*, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Di Tembilahan”.

Maka saya¹⁹ yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Heping Tiara

NIM : 102211010022

Program Studi : Akuntansi

Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indragiri

Pada kesempatan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu dan bersedia⁴ menjadi responden dengan menjawab seluruh pernyataan yang telah disediakan.⁶ Penelitian ini digunakan untuk kepentingan penulisan skripsi saya, sehingga semua keterangan dan jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i⁶ berikan sangat besar sekali artinya untuk kelancaran penelitian saya.

⁴Demikian pengantar ini saya buat, atas perhatian serta bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Heping Tiara

1. Petunjuk Pengisian Angket

- Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang ada dalam kuisioner ini. Kemudian pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda(✓) pada kolom yang tersedia.
- setiap jawaban hanya diperkenankan 1 jawaban.
- Dibawah terdapat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan E-commerce, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan Terhadap Efektifitas Kinerja Keuangan UMKM.

2. Pengisian Kuisioner

Terdapat 5 (lima) pilihan skala jawaban yang tersedia, yaitu:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Netral (N)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

Tidak ada jawaban yang dianggap salah, semua jawaban diterima sesuai persepsi anda, untuk pilihlah jawaban yang sesuai menurut anda

3. Identitas Responden

- Nama :
- Nama Usaha :
- Alamat Usaha :

4. Usia

	20-35 tahun

	36-45 tahun

46-55 tahun

>56tahun

22
5. Jenis kelamin

☐	Laki-laki	☐	Perempuan
☐	Kurang Dari Rp 50.000.000		
☐	Rp 50.000.000 – Rp 500.000.000		
☐	Rp 500.000.000 – Rp 10.000.000.000		

6. Umur usaha sejak berdiri

☐	Dibawah 1 tahun	☐	1-3 tahun
☐	4-5 tahun	☐	Lebih dari 5 tahun

7. Jenis usaha

☐	Dagang	☐	FashionJasa
☐	Kuliner	☐	Jasa

8. Pendidikan terakhir

☐	SD	☐	SMP
☐	SMA	☐	Diploma
☐	Serjana		

Pertanyaan Kuesioner

Variabel E-commerce (X1)

E-commerce ¹⁰ Sistem penjualan e-commerce adalah proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan keuntungan bisnis, serta menggunakan jaringan komputer atau internet untuk transaksi, baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran maupun distribusi .

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk mengefisienkan biaya pengeluaran dalam memulai usaha.					
2.	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk meningkatkan reputasi usaha.					
3.	Saya sudah memahami bagaimana cara memasang iklan melalui <i>e-commerce</i> .					
4.	<i>E-commerce</i> membantu saya untuk melakukan pemasaran.					
5.	<i>E-commerce</i> dapat menarik investor untuk berinvestasi dalam suatu usaha.					

6.	E-commerce membantu saya dalam memperluas jangkauan usaha.					
----	--	--	--	--	--	--

Sumber: Okti Nurfadilah 2024

Variabel Budaya organisasi (X₂)

Budaya organisasi adalah contoh dari keyakinan dan nilai organisasi, dan menjadi standar karena semua anggota percaya dan berlatih dalam menjalankan tugasnya sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan masalah terkait, atau aturan organisasi.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Budaya organisasi mendorong saya untuk berinovasi menciptakan ide atau gagasan baru bagi kemajuan UMKM.					
2.	Dalam melakukan pekerjaan, saya berupaya memperkecil risiko.					
3.	Saya selalu menyampaikan tujuan dan target usaha kepada karyawan.					
4.	Saya selalu menghargai hasil kerja, tetapi saya juga fokus pada proses kerja untuk mencapai hasil terbaik.					
5.	Saya seringkali membantu karyawan apabila ada yang mengalami					

	kesulitan dalam bekerja.					
6.	Saya berusaha menciptakan loyalitas dan kerjasama dengan karyawan untuk mencapai hasil optimal bagi perusahaan.					
7.	Saya memberikan arahan kepada karyawan untuk lebih memperhatikan hal detail dalam pekerjaan dengan akurat, cepat, dan cermat.					
8.	Budaya organisasi mendorong saya untuk menyelesaikan tugas dengan penuh perhatian dan ketelitian.					

Sumber: Okti Nurfadilah 2024

Variabel Literasi keuangan (X₃)

¹ Literasi keuangan merupakan segala hal yang berhubungan dengan keuangan dapat dimengerti guna pengambilan keputusan dengan mudah.

⁴² NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
¹	Memahami dasar akuntansi					
²	Memahami manfaat pengelolaan keuangan					
3.	Memahami cara mengelola keuangan					

4.	Memenuhi syarat yang diperlukan untuk mendapatkan pinjaman dari bank					
5.	Mengetahui cara membuat pembukuan kas keluar masuk perhari					
6.	Aktif melakukan simpanan					
7.	Memahami tentang resiko kredit yang terlalu besar					
8.	Dapat melakukan penyusunan anggaran dan merealisasikan dengan baik					

Sumber: Okti Nurfadilah 2024

Variabel Kinerja UMKM (Y)

Kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau standar yang diprdiksi dan disepakati dalam bisnis dengan aset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Setiap bulan penjualan usaha saya meningkat					
2.	Dalam 1 tahun terakhir usaha saya mengalami peningkatan penjualan.					

3.	Sebagian profit yang saya peroleh digunakan untuk menambah modal usaha.					
4.	Saya menambah karyawan agar pesanan cepat selesai.					
5.	Saya merekrut tenaga kerja profesional untuk meningkatkan kinerja usaha saya					
6.	Semakin hari permintaan produk maupun jasa yang saya tawarkan semakin meningkat.					

Sumber: Zahara Salma 2024

Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner

<i>E-commerce</i>							
Resonden	X11	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1	5	5	5	5	5	5	30
2	4	5	4	5	4	5	27
3	3	4	4	5	4	4	24
4	3	4	3	5	3	4	22
5	4	3	4	4	4	4	23
6	5	5	4	5	5	5	29
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	3	4	3	4	4	22
9	3	4	5	4	4	4	24
10	4	5	4	3	4	4	24
11	5	3	5	3	4	3	23
12	3	3	3	4	4	4	21
13	4	5	4	5	4	5	27
14	4	4	5	4	5	4	26
15	3	4	4	4	4	4	23

16	4	5	4	4	4	4	25
17	4	3	4	5	3	4	23
18	4	3	5	4	3	4	23
19	3	4	4	3	4	3	21
20	5	4	5	4	5	4	27
21	3	4	5	4	5	5	26
22	4	4	5	3	3	3	22
23	3	4	4	3	4	3	21
24	4	5	4	5	4	4	26
25	4	3	3	4	4	4	22
26	4	5	4	3	5	4	25
27	5	4	5	4	4	3	25
28	4	4	4	4	4	3	23
29	4	4	4	4	5	4	25
30	4	4	4	4	4	3	23
31	4	4	5	3	4	4	24
32	4	3	4	4	3	4	22
33	5	5	4	3	4	4	25
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	5	4	4	4	25
36	4	3	5	4	5	2	23
37	4	4	4	5	4	4	25
38	4	3	4	4	5	4	24
39	4	5	5	4	4	4	26
40	5	4	4	3	4	4	24
41	4	5	4	4	3	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	5	5	4	4	27
44	4	3	4	5	4	15	35
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	3	5	4	5	4	25
47	5	4	3	4	5	1	22
48	5	5	5	4	3	5	27
49	4	4	4	5	4	4	25
50	4	4	5	4	4	4	25
51	4	3	4	5	4	3	23
52	4	5	4	4	3	4	24
53	5	4	4	4	4	4	25
54	4	2	4	5	4	4	23

55	4	4	4	4	4	3	23
56	5	5	4	3	4	5	26
57	4	4	4	4	5	4	25
58	4	4	5	4	4	4	25
59	4	4	3	4	4	4	23
60	4	3	4	5	4	4	24
61	5	4	4	3	4	4	24
62	4	4	4	4	4	2	22
63	4	5	2	4	4	4	23
64	5	4	4	4	3	4	24
65	5	4	5	5	4	4	27
66	5	4	5	4	4	3	25
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	4	5	4	4	25
70	1	5	5	4	4	5	24
71	4	4	4	4	5	4	25
72	5	4	4	4	4	4	25
73	5	4	3	5	4	4	25
74	3	4	4	4	4	4	23
75	5	4	5	5	4	4	27
76	5	4	5	5	3	5	27
77	4	4	5	4	4	5	26
78	4	4	5	5	4	4	26
79	4	4	4	4	5	4	25
80	4	4	4	5	4	4	25
81	4	4	5	5	4	4	26
82	4	3	4	5	4	5	25
83	4	5	5	5	4	4	27
84	4	4	5	5	4	5	27
85	4	4	5	4	3	4	24
86	4	5	3	4	4	5	25
87	4	4	4	4	4	4	24
88	3	4	5	5	4	5	26
89	4	4	5	5	5	1	24
90	5	5	5	5	5	5	30
91	4	4	4	3	4	4	23
92	5	4	5	4	4	5	27
93	4	4	4	4	4	5	25

94	5	4	5	4	3	4	25
95	4	5	4	4	4	4	25
96	4	3	4	4	5	5	25
97	5	3	4	5	5	5	27

Tabulasi Kuesioner

Budaya Oragnisasi									
Resonden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	4	5	4	4	5	5	5	4	36
2	4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	4	4	3	4	4	4	2	4	29
4	4	4	4	3	4	4	4	4	31
5	5	4	4	4	4	4	4	5	34
6	4	5	4	5	5	4	4	5	36
7	4	4	4	5	4	5	5	5	36
8	3	4	4	4	4	4	4	3	30
9	5	2	4	4	4	4	5	4	32
10	3	4	4	1	3	4	3	5	27
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	4	4	4	3	4	4	31
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	4	4	4	3	4	5	4	31
15	4	4	4	4	4	4	4	2	30
16	4	5	3	3	4	4	4	4	31
17	3	4	3	4	4	5	4	4	31
18	4	4	3	4	3	4	4	4	30
19	4	4	4	3	4	3	4	5	31
20	3	4	4	3	4	4	4	4	30
21	4	4	4	3	4	4	4	4	31
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32

23	5	4	4	4	4	5	4	3	33
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	4	4	4	3	4	4	3	3	29
26	3	4	4	4	3	4	4	4	30
27	2	4	4	4	4	4	4	4	30
28	4	4	4	4	4	3	4	4	31
29	4	3	4	4	5	4	4	2	30
30	5	5	4	2	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	3	4	4	4	4	4	5	4	32
34	3	4	4	4	3	3	4	4	29
35	4	5	4	4	4	4	4	5	34
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	4	5	4	4	4	4	33
38	1	4	4	4	4	2	4	5	28
39	4	4	4	4	5	4	4	4	33
40	4	1	4	4	4	4	4	4	29
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	4	4	4	4	4	4	4	3	31
43	3	4	4	4	4	4	2	4	29
44	3	4	4	4	4	4	4	4	31
45	4	3	3	3	2	5	4	4	28
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	4	4	4	4	4	4	3	32
48	3	4	4	4	4	4	4	4	31
49	4	4	5	4	4	4	4	2	31
50	4	3	4	4	5	3	5	5	33
51	4	5	4	5	4	5	5	4	36
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32

53	4	4	4	4	4	4	4	5	33
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32
56	4	4	4	4	4	1	4	1	26
57	4	2	4	4	4	4	4	4	30
58	4	4	4	4	4	4	3	4	31
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	4	5	4	4	4	5	4	2	32
63	4	5	4	4	5	4	4	4	34
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
66	4	4	3	4	4	4	3	4	30
67	4	4	4	4	4	3	4	4	31
68	4	4	4	4	4	4	4	5	33
69	4	4	4	4	4	4	5	4	33
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	4	4	4	4	4	4	3	31
72	4	4	4	4	4	3	4	3	30
73	4	4	4	5	4	4	3	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	4	5	4	5	4	4	5	5	36
78	4	4	4	4	3	4	5	4	32
79	4	5	4	4	4	2	4	4	31
80	4	4	4	4	4	4	4	2	30
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	3	4	4	4	4	4	3	4	30

83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	4	4	5	4	4	33
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	4	4	4	4	4	4	5	5	34
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	4	4	4	4	3	4	3	30
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32
91	4	4	4	4	4	4	2	4	30
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	4	3	4	4	4	4	4	2	29
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	4	4	4	4	4	5	5	4	34
96	4	4	4	4	4	4	4	3	31
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32

Tabulasi Kuesioner

Literasi Keuangan									
Resonden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	4	4	3	4	28
4	4	4	4	3	3	4	4	4	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	5	4	4	4	4	4	4	34
7	4	5	5	3	5	4	5	5	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	3	4	4	4	4	31
10	4	4	4	4	4	3	3	4	30
11	4	4	5	4	5	5	4	4	35
12	4	3	4	3	4	4	3	3	28
13	4	4	4	3	4	3	4	4	30
14	4	4	4	4	4	4	3	4	31
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32

16	4	4	4	3	4	2	3	4	28
17	4	4	3	4	4	4	3	4	30
18	4	4	4	3	4	4	3	5	31
19	3	4	4	5	4	4	3	4	31
20	4	4	4	3	5	5	3	4	32
21	4	4	4	4	3	4	4	4	31
22	4	5	2	3	4	4	3	2	27
23	4	4	4	3	5	5	3	4	32
24	4	4	4	3	3	4	3	4	29
25	4	4	4	3	4	4	4	4	31
26	4	3	4	4	5	4	4	4	32
27	4	4	5	3	4	4	3	5	32
28	4	4	4	3	4	5	3	4	31
29	4	4	4	4	4	5	3	4	32
30	4	4	4	4	2	4	4	4	30
31	4	5	4	3	4	5	3	3	31
32	4	4	3	4	4	4	4	4	31
33	4	4	4	3	4	4	3	4	30
34	3	4	4	3	5	4	3	5	31
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	4	3	4	4	3	4	30
38	4	4	4	4	4	4	4	3	31
39	4	5	5	1	4	4	3	4	30
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	4	4	4	3	4	4	3	3	29
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	4	4	4	4	5	4	4	33
45	4	4	4	3	4	4	4	4	31
46	4	3	5	4	3	4	4	5	32
47	3	4	4	3	4	4	4	4	30
48	4	4	4	4	4	4	3	4	31
49	4	4	4	4	4	4	4	3	31
50	5	5	5	3	5	3	5	5	36
51	4	5	5	3	5	4	5	5	36
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	3	4	5	4	4	32
54	2	4	5	4	4	5	4	4	32

55	4	4	4	3	4	5	4	2	30
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	4	4	3	4	5	4	4	32
58	5	4	4	4	4	4	4	5	34
59	4	4	4	3	4	4	4	4	31
60	4	4	4	3	5	5	3	4	32
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	3	4	4	3	4	4	4	4	30
63	4	5	5	3	4	4	4	4	33
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	3	5	5	4	4	33
66	4	5	4	3	4	5	3	4	32
67	5	4	4	3	4	4	4	4	32
68	4	4	4	3	4	3	4	4	30
69	4	4	4	3	4	4	4	4	31
70	3	4	4	4	5	4	4	5	33
71	4	4	4	3	4	5	3	4	31
72	4	4	4	3	4	4	4	4	31
73	5	4	4	3	4	5	1	3	29
74	4	4	4	3	4	4	4	4	31
75	4	4	4	3	5	5	4	4	33
76	4	4	4	3	5	5	4	4	33
77	5	5	5	5	5	4	4	2	35
78	4	4	4	3	4	5	5	4	33
79	4	4	4	3	4	4	4	4	31
80	4	4	4	3	5	5	4	4	33
81	2	4	4	4	4	4	3	4	29
82	4	4	4	3	5	5	4	4	33
83	4	4	4	3	5	5	4	5	34
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	4	4	5	3	5	5	5	4	35
86	5	4	4	3	5	5	4	4	34
87	4	4	4	4	5	4	4	4	33
88	4	4	5	3	5	5	5	4	35
89	4	4	4	3	5	5	4	4	33
90	4	4	4	3	5	5	4	4	33
91	3	4	4	4	4	4	4	4	31
92	4	4	4	4	4	4	3	4	31
93	4	4	4	3	4	4	4	4	31

94	4	4	4	4	4	4	4	5	33
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32
96	5	4	4	4	4	4	5	4	34
97	4	4	4	5	4	4	4	3	32

Tabulasi Kuesioner

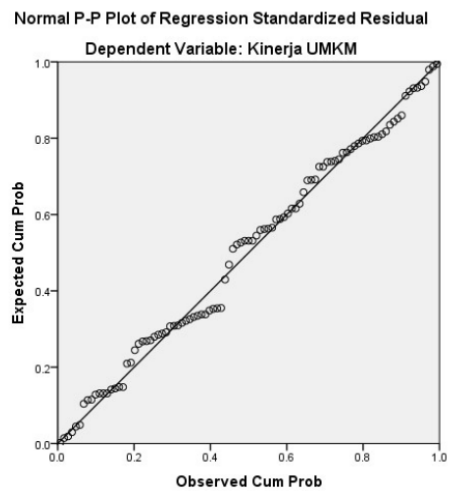
Kinerja UMKM							
Resonden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
1	5	5	5	4	5	5	29
2	3	4	3	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	5	3	3	21
5	5	4	4	4	4	4	25
6	4	3	4	3	3	4	21
7	4	4	5	4	4	4	25
8	5	5	4	4	4	5	27
9	4	4	4	3	4	4	23
10	4	4	4	3	5	4	24
11	2	4	4	4	5	4	23
12	4	5	4	4	4	4	25
13	4	4	3	5	4	3	23
14	4	3	4	4	4	4	23
15	3	4	5	4	3	4	23
16	4	5	4	4	4	4	25
17	4	4	3	5	4	3	23
18	5	4	4	4	4	4	25
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	3	5	2	23
21	3	3	4	3	4	4	21
22	4	4	3	4	4	4	23

23	4	4	4	4	2	4	22
24	4	4	4	5	4	4	25
25	5	3	4	4	4	5	25
26	4	4	3	4	5	4	24
27	5	3	4	3	4	3	22
28	4	4	5	4	4	4	25
29	2	4	5	4	3	4	22
30	4	4	4	2	4	4	22
31	4	5	4	4	4	3	24
32	4	3	3	4	5	4	23
33	3	3	4	4	4	5	23
34	4	3	4	5	3	4	23
35	5	4	4	4	4	4	25
36	4	4	4	3	4	3	22
37	5	3	3	4	3	4	22
38	3	4	4	4	4	5	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	5	4	5	3	25
41	4	5	4	4	4	4	25
42	5	4	4	5	4	4	26
43	4	4	4	4	5	5	26
44	4	4	4	5	4	4	25
45	4	3	4	4	4	5	24
46	4	4	2	5	4	4	23
47	5	3	4	4	3	4	23
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	3	4	3	22
50	5	4	5	4	4	4	26
51	4	5	5	4	5	4	27
52	3	4	4	4	4	4	23
53	4	4	3	4	5	3	23
54	4	4	4	3	4	4	23

55	4	3	4	4	4	3	22
56	3	4	3	3	2	4	19
57	4	4	5	4	4	4	25
58	4	4	4	4	4	5	25
59	4	3	4	4	5	4	24
60	4	4	3	5	4	4	24
61	4	5	4	4	4	3	24
62	4	3	4	4	4	4	23
63	5	4	5	3	3	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	2	4	2	4	5	21
66	5	4	3	3	3	4	22
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	5	25
69	4	4	4	4	3	4	23
70	4	4	4	5	4	4	25
71	4	5	2	5	4	3	23
72	4	4	4	3	5	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	5	5	26
75	4	3	4	5	4	4	24
76	4	4	4	4	4	3	23
77	4	4	3	3	3	4	21
78	4	3	4	4	4	4	23
79	4	4	4	4	4	5	25
80	4	4	4	5	4	4	25
81	4	5	5	4	5	4	27
82	4	4	4	2	4	4	22
83	4	4	4	4	4	3	23
84	5	4	4	4	5	4	26
85	4	4	3	4	4	4	23
86	4	3	5	4	4	5	25

87	4	4	4	4	3	4	23
88	4	4	4	5	4	4	25
89	5	5	3	4	4	3	24
90	4	4	4	3	4	5	24
91	5	4	4	4	4	5	26
92	4	4	5	4	4	2	23
93	4	4	4	5	4	4	25
94	5	3	4	5	4	4	25
95	4	4	3	4	3	5	23
96	4	4	4	5	4	4	25
97	4	5	4	4	4	4	25

Gambar 1
Normal P-P Plot
Sumber

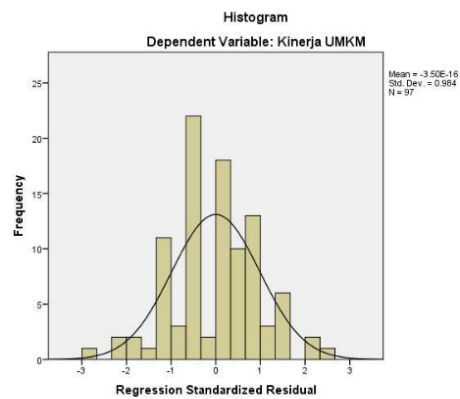


(Sumber: Data Olahan SPSS 24, 2025)

Lampiran 3 Hasil Cutput SPSS

Gambar 2

Grafik Histogram



(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2024)

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54382235
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.058
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.137 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance
(Sumber: Data Olahan SPSS,2024)

(Sumber: Data Olahan SPSS24,2025)

Tabel 2
Hasil Uji Multikolineritas

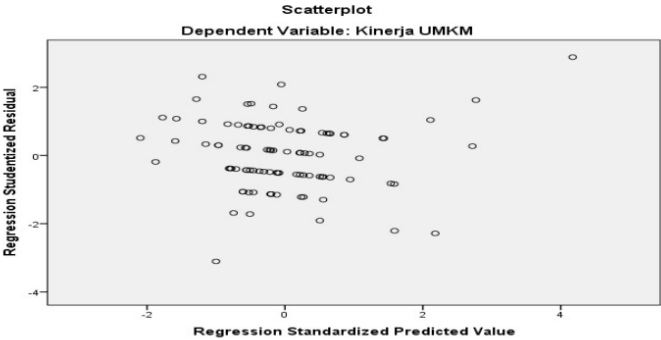
Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.500	3.458		5.349	.000		
	E-commerce	-.014	.082	-.019	-.175	.862	.891	2.122
	Budaya Organisasi	.053	.098	.061	.545	.587	.836	2.197
	Literasi	.026	.096	.154	1.314	.192	.756	3.322

 a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

(Sumber : Data Olahan SPSS 24,2025)

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedasitas



(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2025)

Tabel 3
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.500	3.458		5.349	.000		
	E-commerce	-.014	.082	-.019	-.175	.862	.891	2.122
	Budaya Organisasi	.053	.098	.061	.545	.587	.836	2.197
	Literasi	.026	.096	.154	1.314	.192	.756	3.322

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

(Sumber : Data Olahan SPSS 24,2025)

Tabel 4

Hasil Uji Parsial T (Statistik T)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.500	3.458		5.349	.000		
	E-commerce	-.014	.082	-.019	-.175	.862	.891	2.122
	Budaya Organisasi	.053	.098	.061	.545	.587	.836	2.197
	Literasi	.026	.096	.154	1.314	.192	.756	3.322

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2025)

Tabel 5
Hasil Uji Silmultan T (Statistik T)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.855	3	2.618	2.064	.005 ^b
	Residual	228.805	93	2.460		
	Total	236.660	96			
a. Dependent Variable: KINERJA						
b. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN, E-COMMERCE, BUDAYA ORGANISASI						

(Sumber: Data Olahan SPSS 24,2025)

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.182 ^a	.303	.	3.568
a. Predictors: (Constant), Literasi, E-commerce, Budaya Oranisasi				
b. Dependent Variable: Kinerja UMKM				

(Sumber : Data Olahan SPSS 24,2025)

Tabel 7

Hasil Uji Validitas . E-commerce (X₁)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,368	0,168	Valid
Pertanyaan 2	0,296	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,373	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,467	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,251	0,168	Valid
Pertanyaan 6	0,700	0,168	Valid

(Sumber :Data Olahan SPSS 24.2025)

Tabel 8

Hasil Uji Validitas Budaya Organisasi (X₂)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,391	0,16	Valid
Pertanyaan 2	0,392	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,214	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,476	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,431	0,168	Valid
Pertanyaan 6	0,446	0,168	Valid

Pertanyaan 7	0,522	0,168	Valid
Pertanyaan 8	0,446	0,168	Valid

(Sumber :Data Olahan SPSS 24.2025)

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan (X₃)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,393	0,168	Valid
Pertanyaan 2	0,481	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,613	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,337	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,630	0,168	Valid
Pertanyaan 6	0,382	0,168	Valid
Pertanyaan 7	0,654	0,168	Valid
Pertanyaan 8	0,627	0,168	Valid

(Sumber :Data Olahan SPSS 24.2025)

Tabel 10
Hasil Uji Validitas Kinerja UMKM(Y)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,662	0,168	Valid
Pertanyaan 2	0,677	0,168	Valid
Pertanyaan 3	0,555	0,168	Valid
Pertanyaan 4	0,567	0,168	Valid
Pertanyaan 5	0,640	0,168	Valid

Pertanyaan 6	0,647	0,168	Valid
--------------	-------	-------	-------

(Sumber :Data Olahan SPSS,2024)

Tabl 11

47
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Cronbach's Alpha	Keterangan
E-commerce	0,713	0.6	Reliabel
Budaya Organisasi	0,757	0.6	Reliabel
Literasi Keuangan	0,780	0.6	Reliabel
Kinerja UMKM	0,879	0.6	Reliabel

86
Tabel 12

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1	97	21.00	35.00	24.7320	2.05910
x2	97	26.00	36.00	31.5361	1.79154
x3	97	27.00	40.00	31.7835	1.92693
Y	97	19.00	29.00	23.8144	1.57010
Valid N (listwise)	97				

Sumber :Data Olahan SPSS 24,2025

DOKUMENTASI





ORIGINALITY REPORT

47%
SIMILARITY INDEX

44%
INTERNET SOURCES

22%
PUBLICATIONS

23%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.unismuhpalu.ac.id Internet Source	5%
2	ejournal.unisi.ac.id Internet Source	4%
3	jurnal.untidar.ac.id Internet Source	3%
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%
5	www.researchgate.net Internet Source	2%
6	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	2%
7	repositori.uma.ac.id Internet Source	2%
8	journal.unj.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%

10	ojs.unimal.ac.id Internet Source	1 %
11	repository.unisi.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1 %
13	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1 %
14	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
15	library.polmed.ac.id Internet Source	1 %
16	www.journal.stiemb.ac.id Internet Source	1 %
17	eprints.undip.ac.id Internet Source	1 %
18	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1 %
19	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %
20	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1 %

21	Submitted to Universitas Muhammadiyah Palembang Student Paper	1 %
22	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %
23	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	1 %
24	positori.usu.ac.id Internet Source	1 %
25	repo.stie-pembangunan.ac.id Internet Source	<1 %
26	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
28	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
30	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
31	repository.unifa.ac.id Internet Source	<1 %

32	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	<1 %
33	repository.eka-prasetya.ac.id Internet Source	<1 %
34	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %
35	Submitted to Keimyung University Student Paper	<1 %
36	repository.upiypk.ac.id Internet Source	<1 %
37	Sita Indriyani, Nur Laila Yuliani, Anissa Hakim Purwantini. "Analisis Antecedent Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)", Review of Applied Accounting Research (RAAR), 2022 Publication	<1 %
38	jurnal.uts.ac.id Internet Source	<1 %
39	ojs.unisbar.ac.id Internet Source	<1 %
40	core.ac.uk Internet Source	<1 %
41	repository.pelitabangsa.ac.id Internet Source	<1 %
42	ejurnal.umri.ac.id Internet Source	

<1 %

43

repo.itsm.ac.id

Internet Source

<1 %

44

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

<1 %

45

repo.undiksha.ac.id

Internet Source

<1 %

46

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

<1 %

47

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

<1 %

48

Aliah Pratiwi, Nafisah Nurulrahmatiah.
"Mediasi Determinan Keberlanjutan Usaha
Dengan Kinerja Pada Pelaku UMKM di Kota
Bima", Owner, 2024

Publication

<1 %

49

www.sois.uum.edu.my

Internet Source

<1 %

50

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1 %

51

ejournal.bsi.ac.id

Internet Source

<1 %

52

repository.uniks.ac.id

Internet Source

<1 %

53	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
54	Yogik Prasetyo, Rattih Poerwarini, I Nyoman Lokajaya. "Strategi peningkatan kualitas layanan dengan metode importance performance analysis di Eastu Coffebar Malang", Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 2025 Publication	<1 %
55	publikasi.dompethuafa.org Internet Source	<1 %
56	Submitted to STIE Ekuitas Student Paper	<1 %
57	Ihrom Jaelani, Kikin Mutaqin. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH", El-Ecosy : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 2023 Publication	<1 %
58	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
59	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1 %
60	www.scribd.com Internet Source	<1 %

61	Submitted to Bellevue Public School Student Paper	<1 %
62	Submitted to Christian University of Maranatha Student Paper	<1 %
63	Submitted to Sogang University Student Paper	<1 %
64	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
65	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
66	Evi Husnah, Iwan Setiadi. "Determinasi Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi", Journal of Accounting Science, 2020 Publication	<1 %
67	Junengsih Junengsih, Emanuel M Bayudhirgantara, Wa Ode Endriani. "Peningkatan Engagement Guru BBC Melalui Kepribadian Dan Kepemimpinan Transformasional di Wilayah Jabodetabek", Jurnal Minfo Polgan, 2025 Publication	<1 %
68	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	<1 %

69

Firda Aisyah, Sunu Jatmika. "Perancangan Aplikasi E-Commerce Hasil Pertanian Desa Kedungrejo Berbasis Android", JURNAL SISTEM KOMPUTER ASIA, 2023

Publication

<1 %

70

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

71

Amsah Hendri Doni. "Analisis Pengaruh Inflasi dan Pengangguran terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera Barat", JUSIE (Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi), 2022

Publication

<1 %

72

Maria Natalia Worotikan, Jenny Morasa, Sherly Pinatik. "PENGARUH SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN TERHADAP MANAJEMEN KUALITAS PROSES PADA PT.TELKOMSEL DISTRIBUTION CENTER MANADO", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2020

Publication

<1 %

73

Submitted to Universitas Wiraraja

Student Paper

<1 %

74

jurnal.umsu.ac.id

Internet Source

<1 %

75

repository.uindatokarama.ac.id

Internet Source

<1 %

76

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

<1 %

77

Khanifah Khanifah, Ratih Pratiwi, Lutfatul Kholafah. "Manajemen Keuangan Desa untuk Efektifitas Pembangunan Desa", Jurnal Abdidas, 2022

Publication

<1 %

78

Yulens Frits Bonai, Syaikhul Falah, Sylvia C. Daat. "PENGARUH KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN PERAN AUDITOR INTERNAL TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN WAROPEN", Jurnal Akuntansi, Audit, dan Aset, 2019

Publication

<1 %

79

Eka Sariningsih, Indah Lia Puspita, Amelia Larasati. "Pengaruh Pemahaman Akuntansi, E-Commerce, Budaya Organisasi, dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Kinerja UMKM", eCo-Fin, 2025

Publication

<1 %

80

Eva Nurdiyanti, Riduwan Riduwan. "Analisis Pengaruh Regulasi Syariah, Akses Pembiayaan Syariah, dan Inovasi Digital terhadap Kinerja Keuangan UMKM Halal", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025

<1 %

-
- | | | |
|----|---|------|
| 81 | Submitted to Universitas Bengkulu
Student Paper | <1 % |
|----|---|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 82 | proceeding.unmuhjember.ac.id
Internet Source | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|---|------|
| 83 | Submitted to Federal University of Technology
Student Paper | <1 % |
|----|---|------|
-
- | | | |
|----|---|------|
| 84 | ejournals.stiedharmaputra-smg.ac.id
Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
-
- | | | |
|----|---|------|
| 85 | repository.uinjambi.ac.id
Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
-
- | | | |
|----|---|------|
| 86 | repository.unej.ac.id
Internet Source | <1 % |
|----|---|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 87 | Dede Sevi, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "THE EFFECT OF KNOWLEDGE OF ETHICS, RELIGIOSITY, ETHICAL SENSITIVITY, ETHICAL ORIENTATION TO ACCOUNTING STUDENTS PERCEPTION OF CREATIVE ACCOUNTING PRACTICES", ACCRUALS (Accounting Research Journal of Sutaatmadja), 2021
Publication | <1 % |
|----|--|------|
-
- | | | |
|----|--|------|
| 88 | M. Kamilul Iman, Fahrudin Fahrudin. "Analisis Strategi Pengembangan Home Industry Keripik dalam Meningkatkan Eksistensi Usaha Keluarga", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 | <1 % |
|----|--|------|

89	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	<1 %
90	eskripsi.usm.ac.id Internet Source	<1 %
91	repositori.umrah.ac.id Internet Source	<1 %
92	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	<1 %
93	es.scribd.com Internet Source	<1 %
94	Sintia Maya, Anggun Permata Husda. "Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM", eCo-Buss, 2024 Publication	<1 %
95	Submitted to Universitas Papua Student Paper	<1 %
96	Novriavani Novriavani, Mohd Winario, Muhammad Zakir, Rifqil Khairi. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS KAMPUS TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA ANGKATAN 2018-2021 DI INSTITUT TEKNOLOGI & BISNIS MASTER PEKANBARU",	<1 %

SHARING: JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMICS, MANAGEMENT AND BUSINESS, 2022

Publication

-
- | | | |
|---|---|--------|
| <div style="background-color: red; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">97</div> | openjournal.unpam.ac.id
<small>Internet Source</small> | $<1\%$ |
|---|---|--------|
-
- | | | |
|---|---|--------|
| <div style="background-color: magenta; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">98</div> | repositori.uin-alauddin.ac.id
<small>Internet Source</small> | $<1\%$ |
|---|---|--------|
-
- | | | |
|--|--|--------|
| <div style="background-color: purple; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">99</div> | repositori.unpkediri.ac.id
<small>Internet Source</small> | $<1\%$ |
|--|--|--------|
-
- | | | |
|---|---|--------|
| <div style="background-color: teal; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">100</div> | <p style="color: teal;">Eka Susilawati, Siti Puryandani. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN STRUKTUR MODAL UMKM DENGAN INKLUSI KEUANGAN SEBAGAI PEMODERASI (Studi Pada UMKM Klaster Mebel dan Furnitur Kota Semarang)", Solusi, 2020</p> <small>Publication</small> | $<1\%$ |
|---|---|--------|
-
- | | | |
|--|--|--------|
| <div style="background-color: green; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">101</div> | <p style="color: green;">Marini Rosalyn Simorangkir, Ruzikna Ruzikna. "Pengaruh Financial Literacy dan Financial Technology terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Kuliner Pengguna Aplikasi Grab Duri Bengkalis)", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2024</p> <small>Publication</small> | $<1\%$ |
|--|--|--------|
-
- | | | |
|--|---|--------|
| <div style="background-color: brown; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">102</div> | <p style="color: brown;">Muhammad Hisyam Zulfa. "Peran financial technology syariah dalam meningkatkan inklusi keuangan di kalangan UMKM berbasis</p> | $<1\%$ |
|--|---|--------|

syariah di Indonesia", JEPP : Jurnal Ekonomi
Pembangunan Dan Pariwisata, 2025

Publication

-
- 103 Rudy Hartanto, Rini Lestari, Edi Sukarmanto,
Asri Suangga, Andhika Anandya, Nazma Nur
Annisa, Almira Khayyira Tsarwah.
"Transformasi Digital Usaha bagi Pelaku
UMKM Industri Halal PC PERSIS Banjaran",
Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada
Masyarakat, 2025

Publication

-
- 104 ecampus.iainbatusangkar.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 105 Muhammad Ilham Fakhirin, Isnι Andriana,
Kemas Muhammad Husni Thamrin. "Analisa
Pembiayaan Fintech terhadap Kinerja UMKM
pada UMKM di Kota Palembang", Al-Kharaj :
Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah,
2022

Publication

-
- 106 Nur Chasanah, Tiladela Luhita, Shafa Rizki
Fandestika. "IMPLEMENTASI E-SERVICE
QUALITY PADA E-COMMERCE KOMUNITAS
MUSLIMAH ENTREPRENEUR", Dinamika
Rekayasa, 2018

Publication

107	Syaima Nida, Alfi Nurhakim, Jelita Miranda Noor Isiqamah, Nuraini. "ANALISIS PERKEMBANGAN TOKO ONLINE (E-COMMERCE) DI INDONESIA", Jurnal Bisnis Digital (J-BisDig), 2024 Publication	<1 %
108	Submitted to Universitas Ibn Khaldun Student Paper	<1 %
109	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
110	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %
111	Isma Wati Ira, Haedar Haedar, Sulfitrah Sulfitrah. "Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen", Income : Digital Business Journal, 2024 Publication	<1 %
112	Santi Riana Dewi. "Pengaruh Stress Kerja dan Karakteristik Personal Terhadap Turnover Intention Pegawai Pada Perusahaan di Suralaya.", Jurnal Manajemen, 2021 Publication	<1 %
113	Selvi Diliyanti Rizki, Yuan Swastika, Nurafia Aswawi. "Mengoptimalkan Kinerja Karyawan: Peran Work-Life Balance, Konflik Kerja, dan Komitmen Organisasi di PT. Adira Finance	<1 %

Cabang Kendari", Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen Malahayati (JRAMM), 2024

Publication

-
- | | | |
|-----|--|----------------|
| 114 | Submitted to Universitas PGRI Semarang
Student Paper | <1 % |
|-----|--|----------------|
-
- | | | |
|-----|--|----------------|
| 115 | conference.binadarma.ac.id
Internet Source | <1 % |
|-----|--|----------------|
-
- | | | |
|-----|--|----------------|
| 116 | mafiadoc.com
Internet Source | <1 % |
|-----|--|----------------|
-
- | | | |
|-----|--|----------------|
| 117 | ojs.nitromks.ac.id
Internet Source | <1 % |
|-----|--|----------------|
-
- | | | |
|-----|--|----------------|
| 118 | repository.stienobel-indonesia.ac.id
Internet Source | <1 % |
|-----|--|----------------|
-
- | | | |
|-----|---|----------------|
| 119 | Andis Tira, Ahmad Rifqi, Mida Aprilina Tarigan.
"Pengaruh Manajemen Waktu, Efikasi Diri dan
Lingkungan Kampus terhadap Prestasi
Akademik Mahasiswa Teknik Mesin", Jurnal
Bisnis Mahasiswa, 2025
Publication | <1 % |
|-----|---|----------------|
-
- | | | |
|-----|---|----------------|
| 120 | Efrita Norman, Zul Hiskandar, Evinovita
Evinovita. "Kepuasan Pelanggan Dalam
Berbelanja di Alfamidi Pagelaran Bogor", El-
Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat,
2021
Publication | <1 % |
|-----|---|----------------|
-

- | | | |
|-------|--|------|
| 121 | Dini Vai Satriani Manurung, Indra Sukma Subagio. "Pengaruh Kompetensi, Tekanan Waktu, Konflik Peran Dan Pengalaman Terhadap Kinerja Auditor Dengan Stres Kerja Sebagai Variabel Intervening", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024 | <1 % |
| <hr/> | | |
| 122 | Fattakhillah Maulani, Ria Mennita. "Pengaruh Financial Literacy dan Technological Literacy Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang dengan Cultural and Social Capital sebagai variabel moderasi", MARGIN ECO, 2024 | <1 % |
| <hr/> | | |
| 123 | Gregorius Jeandry, Amin Dara, Zainuddin Zainuddin. ""Memajukan UMKM di Ternate: Eksplorasi Peran Inklusi Keuangan dalam Menggabungkan Literasi dan Teknologi Finansial", Owner, 2024 | <1 % |
| <hr/> | | |
| 124 | Soegihartono Soegihartono. "PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR, PENEMPATAN KERJA, TINGKAT PENDIDIKAN, TEKNOLOGI INFORMASI DAN FASILITAS KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi Kasus pada Kantor Badan Kependudukan dan Keluarga | <1 % |

Berencana Nasional Provinsi Jawa Tengah)", Solusi, 2019

Publication

125

Yuli Astini, Elvina Setiawati, Agus Khazin Fauzi, I Gde Ardika Wijaya Putra. "Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Mataram Melalui Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Inklusi Keuangan", eCo-Fin, 2024

Publication

<1 %

126

Zamroni Alpian Muhtarom, Adrianda Anwar, Abdurrahman Abdurrahman, Mohammad Najib Roodhi, Yeldy Dwi Genadi. "Hubungan antara Perencanaan Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Investasi pada Pelaku UMKM di Kabupaten Lombok Tengah", Al-DYAS, 2025

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On