



PENGARUH MODAL DAN E-COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) (STUDI KASUS PADA USAHA MEUBEL DI KABUPATEN KAUR)

Satiya Handayani¹, Ummul Khair²
Universitas Muhammadiyah Bengkulu^{1,2}
ummulkhair@umb.ac.id²

INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK :

Riwayat Artikel:

Diterima : 12/06/2024

Direvisi : 18/06/2024

Disetujui : 23/06/2024

Keywords:

Capital, E-Commerce,
MSMEs, Furniture
Business

Kata Kunci:

Modal, E-Commerce,
UMKM, Usaha Meubel

This research aims to determine the influence of business capital and E-Commerce on the development of furniture MSMEs in Kaur Regency. The type of research carried out in this research is quantitative research. The data used in this research uses primary data, namely by distributing questionnaires to business actors. The sampling technique is because the population is not greater than 100 people, the author took 100% of the population in the furniture business in Kaur Regency, namely 45 business actors. In this way, the entire population without having to draw a research sample as a unit of observation is called a census technique. The analysis method used is multiple linear regression analysis. The research results show that there is an influence of capital (X1) on the development of MSMEs (Y) of 0.009, thus H_0 is rejected and H_a is accepted and there is an influence of E-Commerce (X2) on the development of MSMEs (Y) of 0.003, thus H_0 is rejected and H_a is accepted.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal usaha dan E-Commerce terhadap perkembangan UMKM Meuble di Kabupaten Kaur. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan menyebarkan kuisioner pada pelaku usaha. Teknik penentuan sampel karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada usaha meuble di Kabupaten Kaur yaitu sebanyak 45 pelaku usaha. Dengan demikian seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus, metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian terdapat pengaruh modal (X1) terhadap perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,009 dengan demikian H_0 di tolak dan H_a di terima dan terdapat pengaruh E-Commerce (X2) terhadap perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,003 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.



PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam kehidupan perekonomian suatu negara dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di negara-negara berkembang yang jumlah penduduknya padat, termasuk Indonesia. UMKM menyediakan kesempatan kerja dan perkembangan UMKM yang cukup besar bagi masyarakat sehingga dapat mengurangi salah satu permasalahan yang dihadapi Indonesia yaitu pengangguran. Selain memberikan perkembangan UMKM bagi masyarakat, UMKM sudah dapat meningkatkan ekspor Indonesia. Saat ini kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia telah melebihi separuh dari produk domestik bruto (PDB). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pada tahun 2009 komposisi PDB nasional tersusun dari UKM sebesar 53,32%, kemudian usaha besar 41,00%, dan sektor pemerintah 5,68%. Meski memiliki peran yang sangat penting, mengembangkan UMKM bukanlah suatu hal yang mudah dilakukan.

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM mampu menjadi prioritas atau tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, selain itu UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Keberadaan UMKM merupakan satu hal yang sangat penting dalam perekonomian, dimana dalam kondisi ekonomi yang tidak kondusif, UMKM adalah alternatif yang mampu mengurangi beban berat yang dihadapi perekonomian nasional (Marini et al., 2024); (Helmalia & Afrinawati, 2018).

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, karena UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya di tuju untuk mengurangi masalah kesenjangan antara golongan perkembangan UMKM antar pelaku usaha, ataupun pengetasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangan UMKM mampu memperluas bisnis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan structural. Kontribusi tersebut adalah meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Marfuah & Hartiyah, 2019); (IBRAHIM et al., 2020)

Permasalahan UMKM yang paling sering ditemui adalah modal yang terbatas. Para pelaku UMKM mungkin saja memiliki banyak ide bisnis untuk mengembangkan usahanya, namun harus terhenti karena tidak adanya modal tambahan. Jika ditelusuri ke belakang, banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk mendapatkan modal tambahan dari lembaga keuangan dikarenakan banyaknya persyaratan yang belum terpenuhi. UMKM di Indonesia yang belum memiliki badan hukum yang jelas? Tidak adanya izin usaha resmi mendatangkan efek bagi pelaku UMKM karena akan menghambat laju usaha mereka sendiri, salah satunya saat ingin mengajukan modal. Sehingga sulit bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha mereka menjadi lebih besar lagi. Perkembangan teknologi yang terjadi sekarang ini justru membawa banyak manfaat bagi pelaku UMKM, tidak hanya dalam memasarkan produknya tetapi juga memudahkan proses produktivitas para pelaku UMKM. Kehadiran saluran E-commerce atau media sosial membuka peluang bagi pelaku UMKM dalam mengenalkan produk mereka ke ranah yang lebih luas (Ibrahim et al., 2019).

Modal merupakan faktor pendukung yang penting bagi pedagang untuk keberlangsungan usahanya. Berbagai kajian tentang sektor informal atau pengembangan usaha mikro, selalu mengedepankan peranan modal sebagai kesulitan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha ini. Hal ini memungkinkan akan turut mempengaruhi tingkat perkembangan UMKM pedagang. Kurangnya modal kerja bagi sebagian pedagang akan sangat membatasi



kemampuan mengadakan persediaan barang yang cukup, sehingga modal merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan usaha, termasuk berdagang. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Modal merupakan hal penting dalam sebuah usaha yang akan dibangun. Dalam sebuah usaha tidak hanya diperlukan modal sendiri tapi dibantu dengan modal pinjaman. Dengan adanya modal pinjaman akan mempengaruhi peningkatan perkembangan UMKM dan produktivitas usahanya (Pratiwi, 2014). Modal untuk berdagang dapat bersumber dari internal pedagang dan sumber lain selain dari pedagang, baik itu berupa pinjaman dari bank dan Lembaga nonbank. Pedagang UMKM di kabupaten kaur banyak yang mengeluh sulitnya mendapatkan permodalan, dikarenakan perkembangan UMKM yang diperoleh tiap harinya tidak menentu, Sehingga pedagang UMKM harus dapat memutar strategi untuk dapat melakukan kegiatan usaha. Hasil riset yang dilakukan oleh (Husain, 2017), (Artaman, 2015) dan (Kusumawardani, 2014) menyatakan bahwa modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap perkembangan UMKM, ini berarti bahwa semakin besar pengeluaran modal kerja dalam berdagang maka semakin besar pula perkembangan UMKM yang diperoleh pedagang. Sedangkan menurut penelitian (Purba et al., 2021) menyatakan bahwa modal memiliki pengaruh negatif terhadap perkembangan UMKM.

E-commerce merupakan suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. E-commerce yang pada awalnya sebuah mekanisme penjualan ritel online, sekarang sudah memiliki makna yang lebih luas. E-commerce telah menciptakan pasar digital baru dengan harga yang lebih transparan, kemudahan akses, pasar global dengan pergadangan yang sangat efisien. Meski belum sempurna, E-commerce ini memiliki dampak langsung pada hubungan perusahaan atau pelaku usaha dengan pemasok, pelanggan, pesaing dan dapat dengan mudah melakukan pemasaran produk maupun mengadopsi cara pemasaran pelaku bisnis lainnya. Beberapa E-commerce yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di Indonesia seperti facebook, wa, instagram dll. Dalam hal ini, pelaku usaha disarankan untuk dapat melakukan perdagangan secara e-commerce namun perlu adanya bantuan bagi pemerintah atau praktisi dan pendidikan untuk dapat melakukan pembimbingan kepada pelaku usaha agar mereka memiliki pengetahuan yang cukup dan dapat dengan maksimal menggunakan E-commerce ini (Laudon & Traver, 2016). Menurut (Helmalia & Afrinawati, 2018) e-commerce berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kinerja dan perkembangan UMKM. Namun hasil yang berbeda di peroleh dalam penelitian (Rianty & Rahayu, 2021) Terkait usaha kecil, E-commerce memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang di lakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan menyebar kuisisioner pada pelaku usaha. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Kuisisioner penelitian yang di bagikan kepada pelaku UMKM meubel yang berada di Kabupaten Kaur.

HASIL PENELITIAN

Deskriptif Data Penelitian

Data dalam penelitian merupakan data primer berupa penyebaran kuisisioner. Populasi dan sampel dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha meubel yang berada di kabupaten Kaur.



Pengumpulan data dimulai pada tanggal Januari sampai febuari. Pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi lokasi pengusaha UKM secara langsung untuk menyerahkan dan mengumpulkan kembali kuesioner. Responden yang berpartisipasi pada penelitian ini sebanyak 45. Dengan jumlah data yang diolah untuk penelitian ini sebanyak 45 yang berasal dari pelaku usaha meubel yang berada di kabupaten Kaur.

Tabel 1.
Deskriptif Kuesioner Responden

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Kuesioner yang disebarkan	45	100%
Kuesioner yang kembali	45	100%
Kuesioner yang gugur	0	0%
Kuesioner yang digunakan	45	100%

Data tabel 1 dapat kita lihat bahwa tingkat kuesioner yang kembali adalah 100%. Sedangkan tingkat kuesioner yang gugur adalah sebanyak 0%. Total kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini adalah 100% atau 45 kuesioner.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Untuk uji validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Suatu butir instrumen dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Apabila tingkat signifikansinya kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan valid, jika tingkat signifikansinya lebih dari 0,05 maka dikatakan tidak valid (Ghozali, 2016).

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas Perkembangan (UMKM)

Item Pertanyaan	Pearson Correlation	R Tabel	Keputusan
P1	0,794	0.294	Valid
P2	0,780	0.294	Valid
P3	0,710	0.294	Valid
P4	0,755	0.294	Valid
P5	0,729	0.294	Valid
P6	0,736	0.294	Valid

Berdasarkan tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa Perkembangan (UMKM) untuk pernyataan Pearson Correlation 1 sampai dengan Pearson Correlation 6 lebih besar dari nilai r table. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator Perkembangan (UMKM) pernyataan 1-6 dinyatakan valid.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Modal Usaha

Item Pertanyaan	Pearson Correlation	R Tabel	Keputusan
MU1	0,621	0.294	Valid
MU2	0,765	0.294	Valid
MU3	0,767	0.294	Valid
MU4	0,785	0.294	Valid



MU5	0,719	0.294	Valid
MU6	0,619	0.294	Valid

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa Modal Usaha untuk pernyataan Pearson Correlation 1 sampai dengan Pearson Correlation 6 lebih besar dari nilai r table. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator Modal Usaha pernyataan 1-6 dinyatakan valid.

Tabel 4.
Hasil Uji Validitas E- Commerce

Item Pertanyaan	Pearson Correlation	R Tabel	Keputusan
EC1	,781	0.294	Valid
EC2	,767	0.294	Valid
EC3	,673	0.294	Valid
EC4	,709	0.294	Valid
EC5	,708	0.294	Valid
EC6	,773	0.294	Valid

Dapat diketahui bahwa E- Commerce untuk pernyataan Pearson Correlation 1 sampai dengan Pearson Correlation 6 lebih besar dari nilai r table. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator E- Commerce i pernyataan 1-6 dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistic *Cronbach's Alfa*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alfa* > 0,60 (Ghozali, 2013).

Tabel 5.
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Jumlah instrumen	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perkembangan (UMKM) (Y)	6	0,842	Reliabel
Modal Usaha (X1)	6	0,809	Reliabel
E- Commerce (X2)	6	0,826	Reliabel

Berdasarkan Table 5 menunjukkan bahwa hasil pengujian Reliabilitas memperoleh *Cronbach's Alfa* lebih dari 0,60 yang artinya semua variabel menunjukkan *Reliable*.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan maksud untuk menguji apakah dalam model regresi, kedua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak (Imam, 2013). Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan melihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) dengan probabilitas 0,05. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak normal.



**Tabel 6.
Hasil Pengujian Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68490257
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,058
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,386
Asymp. Sig. (2-tailed)		,998
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan hasil pengujian *one sampel kolmogrov smirnov* (KS), terlihat bahwa semua variabel memiliki *asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari $\alpha=0,05$ yaitu sebesar 0,998. Ini menunjukkan semua variabel telah terdistribusi secara normal dengan nilai probabilitas $> 0,05$ yang artinya data telah terdistribusi secara normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pada dasarnya analisis ini adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel independen yang diketahui. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel berhubungan positif atau negatif. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan program SPSS. Model persamaan regresi berganda yang akan diteliti dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + C$$

**Tabel 7.
Hasil Uji Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,855	4,484		1,975	,055
	X1	,403	,147	,374	2,746	,009
	X2	,258	,119	,295	2,166	,036

$$\text{Model : } Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + C \\ = 8,855 + 0,403 + 0,258 + C$$

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana tersebut, maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

Nilai konstanta = 8,855 Bernilai positif maka artinya jika nilai variabel Modal (X_1), dan E-Commerce (X_2) dianggap tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai Perkembangan UMKM akan semakin bertambah atau mengalami peningkatan yaitu 8,855. Nilai koefisien variabel modal (X_1). Bernilai positif yaitu 0,403 artinya apabila Modal (X_1) mengalami



kenaikan satu satuan, maka nilai Perkembangan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0,403 dengan asumsi variabel E-Commerce (X_2) nilainya konstan.

Nilai koefisien variabel E-Commerce (X_2) 0,258. Bernilai positif yaitu 0,258 artinya apabila E-Commerce (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai Perkembangan UMKM akan mengalami peningkatan sebesar 0,258 satuan dengan asumsi variabel Modal (X_1) nilainya konstan.

Pengujian Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu variabel Pengaruh Modal, Perizinan Usaha Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM. Hipotesis ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana melalui aplikasi IBM SPSS *Statistic* 18. Hipotesis penelitian ini terdiri dari 2 hipotesis dengan 1 model persamaan regresi.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen (Imam, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 memiliki nilai yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam, 2013).

Tabel 8.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Dimension	1	,471 ^a	,222	,185	2,74809

Berdasarkan table 8 data diatas adapun analisis determinasi diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,185 maka koefisien determinasi $0,185 \times 100\% = 18,5\%$ dan sisanya $100\% - 18,5\% = 81,5\%$. Hal ini berarti naik turunnya variabel terikat yaitu Perkembangan UMKM dipengaruhi oleh variabel bebas Modal Dan E-Commerce sebesar 18,5%. Sedangkan sisanya sebesar 81,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam regresi telah layak (*fit*). Pengambilan keputusan dalam uji ini, yaitu melihat nilai signifikansi *p-value* $> 0,05$, maka model regresi tidak layak untuk digunakan (hipotesis ditolak). Sedangkan jika *p-value* $< 0,05$, maka model regresi layak untuk digunakan (hipotesis diterima) (Imam, 2013).

Tabel 9.
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90,462	2	45,231	5,989	,005 ^a
	Residual	317,183	42	7,552		



Total	407,644	44			
-------	---------	----	--	--	--

Berdasarkan tabel 9 hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi memperoleh nilai Fhitung sebesar 5,989 dengan signifikansi 0,005 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi menunjukkan Modal Dan E-Commerce berpengaruh secara simultan terhadap Terhadap Perkembangan UMKM.

Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Imam, 2016). Pada uji t statistik t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan t table. Apabila t hitung > t tabel atau probabilitas < tingkat signifikansi (Sig < 0,05) maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 10.
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,855	4,484		1,975	,055
1 X1	,403	,147	,374	2,746	,009
X2	,258	,119	,295	2,166	,036

Dari tabel di atas diperoleh nilai signifikansi masing-masing variabel sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh Modal (X_1) terhadap Perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,009 dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang dapat disimpulkan bahwa variabel Modal (X_1) berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM (Y).
- 2) Terdapat pengaruh E-Commerce (X_2) terhadap Perkembangan UMKM (Y) sebesar 0,036 dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dari nilai signifikansi yang dapat disimpulkan bahwa variabel E-Commerce (X_2) berpengaruh terhadap Perkembangan UMKM (X_2).

PEMBAHASAN

Pengaruh Modal terhadap Perkembangan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM, hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara modal terhadap Perkembangan UMKM. Bahwa Semakin tinggi nilai modal usaha maka pengembangan usaha akan meningkat atau semakin baik. Faktor pertama yang mempengaruhi perkembangan UMKM adalah modal usaha. Permodalan merupakan suatu dasar dalam membangun usaha dan pada umumnya menjadi kendala. Modal bisa dari diri sendiri maupun pinjaman dari pihak lain. UMKM merupakan usaha perorangan atau kelompok kecil dengan modal dari pemilik yang jumlahnya terbatas. Modal sendiri yang terbatas maka melakukan pinjaman pada bank, namun pinjaman sulit diperoleh karena persyaratan dari bank. Riyanto (2010) memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, dimana modal itu meliputi baik dalam modal bentuk uang (geldkapital), maupun dalam bentuk barang (sachkapital), misalnya mesin, barang-barang dagangan dan lain sebagainya.



Modal usaha atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa (Sukirno, 2009: 76). Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga perkembangan UMKM. Modal merupakan salah satu input atau faktor produksi yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM namun bukan satu-satunya faktor yang dapat meningkatkan perkembangan UMKM (Suparmoko, 1986). Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan (Ahmad, 2004: 72). Apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka produktivitas dan perkembangan UMKM juga akan meningkat (Sukirno, 2009). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Purwati & Paramita (2021) yang mengatakan bahwa dengan adanya modal yang tinggi akan mampu mengembangkan UMKM. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lasoma (2021) yang mengatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap peningkatan Perkembangan UMKM.

Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Commerce* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM, hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara *E-Commerce* terhadap Perkembangan UMKM. Bahwa Semakin tinggi *E-Commerce* maka pengembangan usaha akan meningkat atau semakin baik.

Dengan ini UMKM bisa berkembang dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi internet. Penggunaan internet memberi manfaat serta dampak besar pada dunia usaha. Melalui penggunaan e-commerce bisa menjadikan penjualan produk barang dan jasa meningkat. Peluang yang didapatkan dengan adanya kebijakan pemerintah yang mengupayakan usahamikro menggunakan layanan *e-commerce*, teknologi informasi yang mendukung untuk usaha mikro leluasa memanfaatkannya, dan pangsa pasar yang siap dan cermat menghadapi *e-commerce* untuk penjualan, pemasaran dan pelayanan cepat. Hal tersebut mendukung untuk usaha mikro dan menengah dalam mengembangkan produk dengan menggunakan layanan *e-commerce*. *E-Commerce* mampu menggunakan peluang dari teknologi informasi yang cepat dan instan untuk meningkatkan penjualan dari penjualan yang secara konvensional atau datang langsung ke toko. *E-commerce* juga dapat dilakukan dengan penjualan yang secara online (Hanny, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nasri (2020) dan Hanny (2020) yang mengatakan bahwa *E-commerce* yang tinggi akan mampu mengembangkan UMKM. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lismula (2022) yang mengatakan bahwa *E-commerce* berpengaruh positif terhadap Perkembangan UMKM.

Pengaruh Modal terhadap Perkembangan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM, hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara modal terhadap Perkembangan UMKM. Bahwa Semakin tinggi nilai modal usaha maka pengembangan usaha akan meningkat atau semakin baik.

Faktor pertama yang mempengaruhi perkembangan UMKM adalah modal usaha. Permodalan merupakan suatu dasar dalam membangun usaha dan pada umumnya menjadi kendala. Modal bisa dari diri sendiri maupun pinjaman dari pihak lain. UMKM merupakan



usaha perorangan atau kelompok kecil dengan modal dari pemilik yang jumlahnya terbatas. Modal sendiri yang terbatas maka melakukan pinjaman pada bank, namun pinjaman sulit diperoleh karena persyaratan dari bank. Riyanto (2010: 18) memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, dimana modal itu meliputi baik dalam modal bentuk uang (geldkapital), maupun dalam bentuk barang (sachkapital), misalnya mesin, barang-barang dagangan dan lain sebagainya. Modal usaha atau yang sering disebut investasi merupakan pengeluaran untuk membeli peralatan produksi, barang modal yang bertujuan untuk menambah modal dalam kegiatan perekonomian yang digunakan untuk memproduksi barang dan jasa (Sukirno, 2009: 76). Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting yang dapat menentukan tingkat produksi dan juga perkembangan UMKM. Modal merupakan salah satu input atau faktor produksi yang dapat mempengaruhi perkembangan UMKM namun bukan satu-satunya faktor yang dapat meningkatkan perkembangan UMKM (Suparmoko, 1986). Suatu usaha akan membutuhkan modal secara terus-menerus untuk mengembangkan usaha yang menjadi penghubung alat, bahan dan jasa yang digunakan dalam produksi untuk memperoleh hasil penjualan (Ahmad, 2004: 72). Apabila modal dan tenaga kerja meningkat maka produktivitas dan perkembangan UMKM juga akan meningkat (Sukirno, 2009).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Purwati & Paramita (2021) yang mengatakan bahwa dengan adanya modal yang tinggi akan mampu mengembangkan UMKM. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lasoma (2021) yang mengatakan bahwa modal berpengaruh positif terhadap peningkatan Perkembangan UMKM.

Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-Commerce mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM, hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara E-Commerce terhadap Perkembangan UMKM. Bahwa Semakin tinggi E-Commerce maka pengembangan usaha akan meningkat atau semakin baik.

Dengan ini UMKM bisa berkembang dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi internet. Penggunaan internet memberi manfaat serta dampak besar pada dunia usaha. Melalui penggunaan e-commerce bisa menjadikan penjualan produk barang dan jasa meningkat. Peluang yang didapatkan dengan adanya kebijakan pemerintah yang mengupayakan usahamikro menggunakan layanan e-commerce, teknologi informasi yang mendukung untuk usaha mikro leluasa memanfaatkannya, dan pangsa pasar yang siap dan cermat menghadapi e-commerce untuk penjualan, pemasaran dan pelayanan cepat. Hal tersebut mendukung untuk usaha mikro dan menengah dalam mengembangkan produk dengan menggunakan layanan e-commerce. E-Commerce mampu menggunakan peluang dari teknologi informasi yang cepat dan instan untuk meningkatkan penjualan dari penjualan yang secara konvensional atau datang langsung ke toko. E-commerce juga dapat dilakukan dengan penjualan yang secara online (Hanny, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nasri (2020) dan Hanny (2020) yang mengatakan bahwa E-commerce yang tinggi akan mampu mengembangkan UMKM. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lismula (2022) yang mengatakan bahwa E-commerce berpengaruh positif terhadap Perkembangan UMKM.

KESIMPULAN

- 1) Modal mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perkembangan



UMKM, hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara modal terhadap Perkembangan UMKM. Bahwa Semakin tinggi nilai modal usaha maka pengembangan usaha akan meningkat atau semakin baik.

- 2) E-Commerce mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Perkembangan UMKM, hal ini berarti bahwa adanya pengaruh antara E-Commerce terhadap Perkembangan UMKM. Bahwa Semakin tinggi E-Commerce maka pengembangan usaha akan meningkat atau semakin baik

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali.(2011). Uji simultan dan uji parsial.*Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali.(2013). *Uji Normalitas*. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Ghozali.(2013). *Uji Normalitas*. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018).Pengaruh *e-commerce* terhadap peningkatan perkembangan UMKM usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang.*JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237–246.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2016).*E-commerce: business, technology, society*.
- D., Diyah.;& Sari, P. (n.d.). *Analisa Penerapan Akad Mudharabah Pada Pembiayaan Modal Kerja Di Ksps Bmt Bina Ummat Sejahtera Cabang Mranggen Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Diploma III*.
- Hanny, Rissa., Syah, Arman., Novita, Dina. 2020. Analisis Penggunaan E-Commerce TerhadapPeningkatanperkembangan UMKM Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan – Depok.Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan, Vol 7, No 1 (2020) ; P.56-68;
- Ibrahim, A., Yusmaniarti, Y., Nurzani, Z., Gina, A., Pardede, I., Risky, N., & Husnia, A. (2019). Social Media Monitoring Twitter : Mobile Brand Awareness Using the Selection Sort. *Atlantis Press*, 172(Siconian), 386–392.
- IBRAHIM, A., ZURRIYATI, R., UTAMI, M. A., OCTARIA, S. L., WAHYUNI, T., SIADNYANI, L., & YUSMANIARTI, Y. (2020). *Implementation of Social Customer Relationship Management Using Instagram and Facebook as Songket Marketing Media*. 172(Siconian 2019), 554–560. <https://doi.org/10.2991/aisr.k.200424.085>
- Lasoma, Arniati., Sofhian., & Zainuddin, Yusran.2021.Pengaruh Modal Usaha Dan Strategi PemasaranTerhadap Pengembangan Usaha Mikro DiKecamatanKabila Kabupaten Bone Bolango.*Finansha-Journal Of Sharia Financial Management, Volume 2, Nomor 2 (2021), Halaman 45-60*.
- Marini, Yusmaniarti, Faradilla, I., & Setiorini, H. (2024). Measuring The Financial Performance Of Msmes From The Perspective Of Financial Literacy , Financial Inclusion And Financial Technology ISSN : 2338-8412. *Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 285–296. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1>
- Rianty, M., & Fitri Rahayu, P. (2021).*Pengaruh E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19*.16(2), 153–167. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
- Purwati, D., Purwa, G. E., & Paramita, D. P. (2021).Pengaruh Kemampuanusaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadapkeberhasilan Usaha Dengan Perkembangan Usahasebagai Variabelintervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro KecilDan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro).*Journal of Management*, 7(1).