

# PENGARUH STRATEGI *E-COMMERCE* DALAM PENGEMBANGAN UMKM TERHADAP PENINGKATAN PROFITABILITAS DI DESA KALIWULU

Ad. Silvia<sup>1</sup>, Yekti Nilasari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Cirebon

Email: [adsilvia13@gmail.com](mailto:adsilvia13@gmail.com)

## Abstrak:

*E-Commerce* menawarkan dalam penggunaannya untuk meningkatkan strategi pemasaran produksi. Salah satu lembaga pemerintah yang sudah menjalankan strategi *E-Commerce* yaitu Desa Kaliwulu yang terletak di Kecamatan Plered. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi *E-Commerce*, untuk mengetahui pengembangan UMKM dan untuk mengetahui peningkatan profitabilitas Desa Kaliwulu. Metode penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner disertai dengan teknik observasi. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi *E-Commerce* dalam Pengembangan UMKM berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Profitabilitas sebesar 60,2%, sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** *E-Commerce*, UMKM, Profitabilitas

## Abstract:

*E-Commerce* offers in its use to improve production marketing strategy. One government agency that has implemented an *E-Commerce* strategy is Kaliwulu Village, which is located in Plered District. This study aims to determine the effect of the *E-Commerce* strategy, to determine the development of MSMEs and to determine the increase in profitability of Kaliwulu Village. The research method in this study is descriptive descriptive. The data collection used was by distributing questionnaires accompanied by observation techniques. Data analysis technique using Multiple Linear Regression Analysis. The results showed that the *E-Commerce* Strategy in MSME Development had a significant effect on Increasing Profitability by 60.2%, the remaining 39.8% was influenced by other factors.

**Keywords:** *E-Commerce*, MSME, Profitability

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan telekomunikasi yang disertai dengan berbagai perubahan dalam mengelola bisnis telah menempatkan internet sebagai media interaksi yang sangat menjanjikan. Internet menyajikan informasi dan kemudahan dalam menjalankan aktivitas harian yang dibutuhkan dalam menekuni bisnis. Salah satu produk yang dihasilkan oleh internet yaitu sebuah *E-Commerce* (Hasanudin, 2019). *Electronic Commerce* atau yang lebih dikenal dengan *E-Commerce* adalah kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan internet.

*E-Commerce* adalah teknologi utama yang membantu *progress* UKM dan usaha kemajuan penjualan. *E-Commerce* tersebut menawarkan penggunaannya untuk meningkatkan strategi pemasaran produksi. Keunggulan *E-Commerce* ini dibuat dengan aplikasi *WordPress* untuk memudahkan para pelaku UMKM dalam mengelola dan

mengembangkan usahanya sehingga para pengusaha dengan mudah memasarkan hasil usahanya. Ada beberapa contoh *E-Commerce* yang sering digunakan di Indonesia diantaranya; Shopee, Bukalapak, Lazada atau pun Tokopedia. Beberapa contoh *E-commerce* tersebut kini telah menjadi lahan bisnis bagi para pelaku bisnis.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sangat berperan dalam perekonomian di Indonesia. UMKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis yang terjadi. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat membantu perekonomian negara menjadi lebih meningkat. Selain keberadaan UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi, UMKM juga berperan serta dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga mampu mendistribusikan hasil-hasil pembangunan serta mampu bertahan hingga kini bahkan dengan berkembangnya zaman yang semakin pesat.

Rintangan UMKM di Indonesia memang cukup beragam, sebab sangat terikat dengan rasio kewirausahaan di Indonesia yang baru mencapai 3,5%. Oleh sebab itu, peningkatan kualitas UMKM menjadi hal mutlak agar ke depan dapat tercipta kondisi kemudahan untuk berusaha. Perlu diketahui bahwa hingga saat ini UMKM telah berperan penting dalam penguatan ekonomi Indonesia. Bahkan, berdasarkan pengalaman saat terjadinya krisis ekonomi Indonesia UMKM telah menjadi salah satu pilar fundamental dan penyangga ekonomi Indonesia (Hanim et al., 2022).

Menurut (Wardhana, 2018) pada era ini para pelaku UMKM hendaknya memanfaatkan media digital sebagai upaya *marketing* produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses *online*, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan *E-Commerce* biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi dan daya saing. Akan tetapi masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital. Banyak pelaku UMKM juga belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut (NAIMAH et al., 2020).

Penggunaan *E-Commerce* bagi pelaku usaha memberikan dampak positif terhadap peningkatan profitabilitas. Pelaku usaha yang menggunakan sistem *E-Commerce* dapat melakukan pertukaran informasi yang berkaitan dengan bisnis yang ditekuni pada calon konsumen. Profitabilitas akan berpengaruh terhadap *E-Commerce* apabila profitabilitas dipersepsikan baik oleh konsumen maka hal ini akan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan (Yusuf et al., 2022).

Desa Kaliwulu adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Plered yang memiliki jumlah penduduk 8918 jiwa (berdasarkan data penduduk Desa Kaliwulu), terhitung pada bulan Oktober 2022. Berbagai macam UMKM terdapat di desa yang sebagian besar penduduknya adalah pendatang dari luar kota dan memilih untuk

menjadi pribumi di desa ini. Jenis usaha terbanyak diduduki oleh perdagangan olahan makanan, lalu disusul dengan kuliner atau *catering* dan juga mebel yang merupakan UMKM khas Desa Kaliwulu.

Masalah yang dihadapi di Desa Kaliwulu ini adalah sebagian besar pelaku UMKM belum menggunakan strategi *E-Commerce* guna meningkatkan penjualan dan meningkatkan profitabilitas bagi Desa Kaliwulu. Dengan menggunakan *E-Commerce* konsumen lebih mudah membeli barang atau jasa kapan saja dan di mana saja lewat aplikasi penjualan *online*. Seiring pesatnya perkembangan zaman, penggunaan *E-Commerce* lebih menjanjikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan sistem penjualan pada umumnya. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah penulis paparkan di atas, tujuan penelitian ini untuk mengetahui penjualan produk *online* menggunakan *E-Commerce* dalam meningkatkan profitabilitas dan menunjang kegiatan dari pelaku UMKM di Indonesia khususnya di Desa Kaliwulu.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kaliwulu, Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Juni 2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif menyebutkan bahwa, metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Desa Kaliwulu, dengan jumlah populasi 360 orang pelaku UMKM. Pemilihan sampel penelitian menggunakan teknik sampling kuota. Menurut (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa, sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Dari total sampel pelaku UMKM setelah ditentukan kuota sampel yang terpilih berjumlah 100 orang pelaku UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kuesioner terhadap pelaku UMKM di Desa Kaliwulu.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Hasil**

#### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Pengujian normalitas dilakukan melalui tes Kolmogorof-Smirnov koreksi Lilliefors dengan bantuan *software* SPSS 25.

**Tabel 1 Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,49893867
Test Statistic		,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		,149 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Analisis kenormalan berdasarkan metode Kolmogorof-Smirnov memberikan syarat kurva normal apabila nilai Asymp. Sig. berada di atas batas maksimum error, yaitu 0,05. Berdasarkan hasil data di atas, dapat digunakan karena variabel residu berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan suatu di mana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi tinggi. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF) dengan bantuan software SPSS 25 diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 2 Uji Multikolinearitas**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>	
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Strategi <i>E-Commerce</i>	,478	2,092
	Pengembangan UMKM	,478	2,092

a. Dependent Variable: Peningkatan Profitabilitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan variabel pengembangan UMKM ( $X_2$ ) adalah  $2,092 < 10$  dan nilai *Tolerance Value*  $0,478 > 0,1$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas.

### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepada pengamatan yang lain. Jika varians dan residual satu pengamatan kepada pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap variabel bebas dengan nilai mutlak residunya menggunakan korelasi *Rank Spearman* dengan bantuan *software* SPSS 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 3 Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,056	2,353		2,999	,003
Strategi E-Commerce	-,051	,067	-,109	-,768	,444
Pengembangan UMKM	-,073	,067	-,156	-1,096	,276

a. Dependent Variable: Peningkatan Profitabilitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Dari output di atas dapat dilihat bahwa terdapat korelasi yang tidak signifikan. Hal ini dilihat dari nilai p-value (Sig.) yang lebih besar dari 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### Uji Hipotesis Secara Simultan

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersama-sama (simultan) atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji F.

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ).

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ).

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji:

$$F = \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)}$$

Kriteria Uji:

1. Terima  $H_0$  jika  $F$  hitung  $<$   $F$  tabel.
2. Tolak  $H_0$  jika  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel.

**Tabel 4 Hasil Uji Simultan**

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	336,475	2	168,238	73,365	,000 <sup>b</sup>
Residual	222,435	97	2,293		
Total	558,910	99			

- a. Dependent Variable: Peningkatan Profitabilitas  
 b. Predictors: (Constant), Pengembangan UMKM, Strategi E-Commerce  
 Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

F hitung = 73,365

F tabel:

df1 = k (jumlah variabel bebas) = 2

df2 = n - k - 1 = (100 - 2 - 1) = 97

F tabel = 3,09

Hasil uji F berdasarkan pengelolaan SPSS disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 5 Hasil Uji F**

F hitung	Df	F tabel	Sig.	Keterangan	Kesimpulan
73,365	df1 = 2	3,09	0,000	Ho ditolak	Ada pengaruh
	df2 = 97				(signifikan)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Dari tabel di atas diperoleh nilai F hitung sebesar 73,365. Karena, hasil nilai F hitung ( $73,365 > F \text{ tabel } (3,09)$ ), maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ).

### Uji Hipotesis Secara Parsial

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu pengaruh dari variabel-variabel bebas secara parsial atas suatu variabel tidak bebas digunakan uji t.

Hipotesisnya adalah:

$H_{01} : \beta_1 = 0$  Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ )

$H_{a1} : \beta_1 \neq 0$  Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ )

$H_{02} : \beta_2 = 0$  Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ )

$H_{a2} : \beta_2 \neq 0$  Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ )

$\alpha = 5\%$

Statistik Uji:

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{\text{Se}(b)}$$

Kriteria Uji:

1. Terima  $H_0$  jika  $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ .
2. Tolak  $H_0$  jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ .

**Tabel 6 Hasil Uji Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,377	3,919		-,096	,924
Strategi E-Commerce	,537	,111	,446	4,814	,000
Pengembangan UMKM	,469	,112	,390	4,207	,000

a. Dependent Variable: Peningkatan Profitabilitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Hasil uji t berdasarkan pengolahan SPSS disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 7 Hasil Uji t**

Variabel	t hitung	df	t tabel	Sig.	Keterangan	Kesimpulan
$X_1$	4,814	97	1,985	,000	Ho ditolak	Signifikan
$X_2$	4,207	97	1,985	,000	Ho ditolak	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat hasil sebagai berikut:

1. Variabel  $X_1$  memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (4,814) > t tabel (1,985) maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas (Y).
2. Variabel  $X_2$  memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (4,207) > t tabel (1,985) maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas (Y).

### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk melihat Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Di mana:

Y = Peningkatan Profitabilitas

a = Konstanta

b = Nilai koefisien regresi

$X_1$  = Strategi *E-Commerce*

$X_2$  = Pengembangan UMKM

Hasil pengolahan *software* SPSS 25 untuk analisis regresi linier berganda disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	-0,377	3,919	-0,096	0,924
$X_1$	0,537	0,111	4,814	0,000
$X_2$	0,469	0,112	4,207	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas diperoleh bentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,377 + 0,537 X_1 + 0,469 X_2$$

Nilai koefisien regresi pada variabel-variabel bebasnya menggambarkan apabila diperkirakan variabel bebasnya naik sebesar satu unit dan nilai variabel bebas lainnya diperkirakan konstan atau sama dengan nol. Maka dengan itu, nilai variabel terikat diperkirakan bisa naik atau bisa turun sesuai dengan tanda koefisien regresi variabel bebas lainnya.

Dari persamaan regresi linier berganda di atas diperoleh nilai konstanta sebesar -0,377. Artinya, jika variabel Peningkatan Profitabilitas (Y) tidak dipengaruhi oleh kedua

variabel bebasnya yaitu Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) bernilai nol, maka besarnya rata-rata Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ) bernilai -0,377.

Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ). Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_1$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dengan Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ). Koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0,537 mengandung arti untuk setiap penambahan Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ) sebesar 0,537.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_2$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) dengan Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ). Koefisien regresi variabel  $X_2$  sebesar 0,469 mengandung arti untuk setiap penambahan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ) sebesar 0,469.

## **Pembahasan**

Pembahasan difokuskan pada mengaitkan data dan hasil analisisnya dengan permasalahan atau tujuan penelitian dan konteks teoretis yang lebih luas. Dapat juga pembahasan merupakan jawaban pertanyaan mengapa ditemukan fakta seperti pada data. Pembahasan ditulis melekat dengan data yang dibahas. Pembahasan diusahakan tidak terpisah dengan data yang dibahas. Pembahasan harus juga dikaitkan dengan penelitian sebelumnya.

## **Pembahasan**

Hasil penelitian ini akan dibahas dengan pembahasan sebagai berikut:

### **Pengaruh Strategi *E-Commerce* terhadap Peningkatan Profitabilitas**

Perkembangan yang terjadi pada bidang teknologi, khususnya teknologi informasi membuat setiap pelaku usaha membuat berbagai terobosan terbaru dalam memasarkan produknya. Hal ini dilakukan agar bisa bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin meningkat (Yusuf et al., 2022).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat perusahaan atau pelaku usaha memutar otak agar usahanya tetap berjalan dan mendapatkan keuntungan yang diinginkan, yaitu salah satunya dengan menjual produk atau jasa mereka lewat *E-Commerce*. Para pelaku usaha hendaknya memahami dan mampu mengaplikasikan sistem penjualan melalui elektronik atau *E-Commerce* tersebut agar tidak tertinggal oleh pembisnis lain yang sudah lebih dulu menggunakan sistem *E-Commerce*.

Tidak sedikit masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Kaliwulu yang sudah menggunakan *E-Commerce*. Sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menyatakan bahwa strategi *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan

profitabilitas. Pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa variabel Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ( $4,814$ )  $>$  t tabel ( $1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ).

### **Pengaruh Pengembangan UMKM terhadap Peningkatan Profitabilitas**

UMKM memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis terlepas dari produktivitas yang rendah. Hal ini disebabkan struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar. Daya tahan dan fleksibilitas menjadikan UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan (Hamza & Agustien, 2019).

Penjualan dari pelaku UMKM di Desa Kaliwulu terus mengalami peningkatan. Seperti halnya UMKM yang sudah berjalan di Desa Kaliwulu ini juga mendapatkan fasilitas dari desa, seperti ruko dan kios untuk kegiatan jual beli. Hasil dari sewa ruko atau kios dari pelaku UMKM nantinya akan masuk ke dalam kas Badan Usaha Milik Desa Maju Bersama.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dihitung dapat dijelaskan bahwa Variabel  $X_2$  memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung ( $4,207$ )  $>$  t tabel ( $1,985$ ) maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ).

### **Pengaruh Strategi *E-Commerce* dalam Pengembangan UMKM terhadap Peningkatan Profitabilitas**

Pesatnya perkembangan zaman membuat konsumen berpindah alih dari yang gemar berbelanja di toko offline kini berpindah melalui *E-Commerce* yang lebih efektif dari segi waktu.

UMKM adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat dalam mencukupi kebutuhannya yaitu kegiatan ekonomi dan aktivitas penjualan. Berbagai macam pelaku UMKM berlomba-lomba membuat inovasi agar menarik konsumen guna mendapatkan tujuan yang diinginkan.

Kolaborasi antara *E-Commerce* dan UMKM dapat meningkatkan profitabilitas yang dituju. Tingkat profitabilitas menjadi sinyal positif bagi investor dalam memprediksi nilai perusahaan. Jadi, dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa nilai perusahaan dapat tercermin dari kemampuannya untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan, demikian juga sebaliknya (Astakoni et al., 2019).

Seperti halnya dalam penelitian ini yang dapat memberikan pengaruh signifikan antara *E-Commerce*, UMKM dan Profitabilitas. Sehubungan dengan itu, di mana hasilnya

dari tabel yang telah dijelaskan di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 73,365. Karena nilai F hitung ( $73,365$ )  $>$  F tabel ( $3,09$ ), maka  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ).

### **Simpulan**

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pada penelitian Strategi *E-Commerce* ( $X_1$ ) dan Pengembangan UMKM ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Profitabilitas ( $Y$ ) di Desa Kaliwulu. Penjualan dari pelaku UMKM di Desa Kaliwulu terus mengalami peningkatan setelah menggunakan *E-Commerce*. Seperti halnya UMKM yang sudah berjalan di Desa Kaliwulu ini juga mendapatkan fasilitas dari desa, seperti ruko dan kios untuk kegiatan jual beli. Hasil dari sewa ruko atau kios dari pelaku UMKM nantinya akan masuk ke dalam kas Badan Usaha Milik Desa Maju Bersama. Permasalahan UMKM di Desa Kaliwulu adalah yang sebelumnya belum paham betul cara menggunakan *E-Commerce*, kini mulai mencoba untuk menggunakan *E-Commerce* guna mendapatkan keuntungan dari penjualan sistem *online*.

### **Saran**

Bagi yang telah menggunakan *E-Commerce* hendaknya mampu mempertahankan dan mensosialisasikan agar pendapatan dari penjualan produk dan jasa para pelaku UMKM Desa Kaliwulu terus meningkat. Bagi pelaku UMKM Desa Kaliwulu yang masih belum paham betul fungsi dari *E-Commerce* atau yang masih ragu-ragu menggunakan aplikasi penjualan online, hendaknya dapat beradaptasi dengan UMKM yang telah terbukti meningkatkan profitabilitas akibat menggunakan strategi *E-Commerce*. Dari program-program yang telah dilakukan strategi *E-Commerce* dan pengembangan UMKM Desa Kaliwulu menjadi desa yang lebih maju dan berkembang berkat adanya strategi *E-Commerce* dan pengembangan UMKM.

## Daftar Pustaka

- Astakoni, I. M. P., Wardita, I. wayan, & Nursiani, N. P. (2019). Efek Moderasi Kebijakan Dividen pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 18(2), 134–145.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135. <https://doi.org/10.23960/jep.v8i2.45>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Hasanudin, M. (2019). Aplikasi E-Commerce Sistem Informasi Penjualan Rolling Door Berbasis Rapid Application Development. *Petir*, 12(1), 64–71. <https://doi.org/10.33322/petir.v12i1.368>
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Yusuf, M., Andiena Nindya Putri, P., Asir, M., Adi Cakranegara, P., & Presiden, U. (2022). *PROSPEK PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PROFITABILITAS DAN KEMUDAHAN PELAYANAN KONSUMEN: LITERATURE REVIEW Universitas PGRI, Semarang 2) ITB Stikom, Bali 3) Politeknik LP3I, Makassar 4)*. 30(1), 786–801.