

Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM

Muhammad Ikhsan Mubarak*, Nurleli, Andhika Anandya

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*ikhsnibrk26@gmail.com, unileli.unisba@gmail.com, anandyaandhika@gmail.com

Abstract. In Indonesia, there are MSMEs which have a very large contribution to the Indonesian economy, amounting to 61.07% with the equivalent of 8.573.89 trillion rupiah from 64.2 million MSMEs in Indonesia. The contribution of MSMEs to the Indonesian economy includes the ability to absorb 97% of the total workforce and can collect up to 60.4% of the total investment. In addition, the presence of Covid-19 has made MSMEs, especially in Cianjur District, helpless because there is always a decline in income, so that the contribution of MSMEs to the Indonesian economy is hampered by Covid-19. Along with the rapid development of this era of digitalization of business and skills, the knowledge of a business person is one of the development factors in running MSMEs in order to revive the Indonesian economy which was hampered by Covid-19. The purpose of this study is to find out how much of the application of E-Commerce and Human Capital to the performance of MSMEs. This study uses 50 respondent data from owners of Fashion SMEs in Cianjur City District. In this study using a verification method with a quantitative approach. Purposive sampling is a technique in taking samples in this study. This study uses validity and reliability techniques in testing indicators and analytical techniques. In this study using multiple linear regression. In the results of this research, the implementation of E-Commerce has a significant effect on the performance of MSMEs. However, in other variables, Human Capital has no significant effect on MSME performance. For business actors or business owners, it is recommended for each employee, especially in terms of increasing skills, knowledge, and experience to improve their performance in an MSME business.

Keywords: *E-Commerce, Human Capital, MSME Performance.*

Abstrak. Indonesia terdapat UMKM yang memiliki kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia sebesar 61,07% dengan setara 8,573,89 triliun rupiah dari 64,2 juta UMKM yang ada di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Selain itu, dengan adanya covid-19 membuat UMKM khususnya di Kecamatan Cianjur tidak berdaya karena selalu terjadi penurunan pendapatan, sehingga kontribusi UMKM pada perekonomian Indonesia terhambat oleh Covid-19. Seiring perkembangan zaman yang pesat ini digitalisasi bisnis dan keterampilan, pengetahuan seseorang pelaku bisnis adalah salah satu faktor berkembangnya dalam menjalankan UMKM demi meningkatkan kembali perekonomian Indonesia yang sempat terhambat oleh Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar dari penerapan E-Commerce dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM. Pada penelitian ini menggunakan 50 data responden dari pemilik dari UMKM Fashion di Kecamatan Cianjur Kota. Pada penelitian ini menggunakan metode verifikasi dengan pendekatan kuantitatif. Purposive sampling adalah teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik validitas dan reliabilitas dalam menguji indikator dan teknik analisis. Pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Dalam hasil dari penelitian ini bahwa Penerapan E-Commerce berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM. Namun, pada variabel lainnya Human Capital tidak berpengaruh signifikan pada Kinerja UMKM. Bagi pelaku usaha atau pemilik usaha, disarankan bagi setiap karyawannya terutama dalam hal meningkat keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman untuk meningkatkan kinerjanya pada sebuah usaha UMKM

Kata Kunci: *E-Commerce, Human Capital, Kinerja UMKM.*

A. Pendahuluan

Seiring perkembangan zaman yang pesat ini digitalisasi bisnis dan keterampilan, pengetahuan seseorang pelaku bisnis adalah salah satu faktor berkembangnya dalam menjalankan UMKM. Adanya hal ini, membuat para pelaku ekonomi, dan pelaku usaha dengan mudah untuk melakukan aktivitas, salah satunya aktivitas bertransaksi dengan mudah, praktis dan efisien untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Adanya kemudahan yang dijelaskan setiap pelaku ekonomi mengharuskan memaksimalkan dengan mengikuti perkembangan zaman pada saat ini salah satunya dengan menggunakan digitalisasi dengan baik. Semakin tinggi persaingan membuat dunia usaha pada saat ini dituntut untuk melakukan langkah-langkah yang sangat strategis agar dapat bersaing khususnya untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

UMKM memiliki kontribusi sangat besar dan krusial bagi perekonomian RI secara makro Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah unit, UMKM memiliki pangsa sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia di tahun 2017, sementara usaha besar hanya sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit. Usaha Mikro menyerap sekitar 107,2 juta tenaga kerja (89,2%), Usaha Kecil 5,7 juta (4,74%), dan Usaha Menengah 3,73 juta (3,11%); sementara Usaha Besar menyerap sekitar 3,58 juta jiwa. Artinya secara gabungan UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sementara Usaha Besar hanya menyerap sekitar 3% dari total tenaga kerja nasional.

E-Commerce adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan computer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data (Kuswiratmo;2016:163) [1]. Hal serupa yang dijelaskan oleh (I Gusti Karmawan: 2014) [2], E-Commerce merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa dengan menggunakan World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi. E-commerce merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, salah satu media yang digunakan dalam e-commerce adalah internet.

Human capital merupakan lifeblood dalam modal intelektual. Disinilah sumber innovation dan improvement, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. Human capital juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Human capital mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. Human capital akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya (Sawarjuwono;2019) [3].

Sedangkan berikutnya menurut Kalkan, modal manusia dapat berupa pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawan. Modal manusia juga merupakan gabungan kemampuan manusia dalam suatu organisasi untuk memecahkan masalah yang dihadapi bisnis. Kreativitas dan inovasi yang terdapat dalam perusahaan juga dapat terjadi karena adanya modal manusia. (Kalkan et al;2014) [4]. Kemudian menurut Pulic (2008) [5], Human capital adalah kemampuan dari karyawan untuk mentransformasikan pengetahuan yang dimilikinya menjadi suatu value yang tercipta di dalam produk badan usaha Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari pengaruh penerapan E-Commerce dan Human Capital Terhadap kinerja UMKM

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode verifikatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer, didapatkan melalui kuesioner. Populasi yang ditetapkan adalah pemilik dan pengelola UMKM fashion yang terdapat di kabupaten Cianjur. Sampel penelitian ini berjumlah 50 sampel, dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki data tersebut harus terdistribusi secara normal, uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Kolmogorov dan Smirnov. Berikut hasil Uji Kolmogorov Smirnov sesuai dengan output SPSS Versi 23:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	.0000000
		Std. Deviation	2.01050280
Most Extreme Differences	Absolute		.079
	Positive		.079
	Negative		-.068
Kolmogorov-Smirnov Z			.560
Asymp. Sig. (2-tailed)			.913
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 23, 2022

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,913 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara E-Commerce dan Human Capital terhadap Kinerja UMKM. Berikut merupakan hasil uji menggunakan SPSS Versi 17.

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.659	1.373		.480	.634
	Human_Capital	-.013	.074	-.013	-.173	.863
	Penerapan E_Commerce	.626	.051	.947	12.353	.000

a. Dependent Variable: Kinerja_UMKM

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 17, 2022

Uji t dalam penelitian dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dan membandingkan tingkat signifikansi. Dengan tingkat signifikansi 5% maka diperoleh nilai $df = n - k = 50 - 2 = 48$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 2,010635. Berikut hasil uji hipotesis.

1. Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM
Berdasarkan pengujian pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel penerapan E-Commerce memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai p lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha=5\%$) yaitu $0,000 \leq 0,05$ dan hitung t berdasarkan tabel di atas diperoleh sebesar $12.353 \geq 2,01063$. Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai p dan perbandingan t hitung tabel, maka diperoleh pengujian H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara Penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM.
2. Pengaruh Human Capital terhadap Kinerja UMKM
Berdasarkan pengujian pada diatas menunjukkan bahwa variabel penerapan Human Capital memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai p lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha=5\%$) yaitu $0,863 \geq 0,05$ dan hitung t berdasarkan tabel di atas sebesar $-0,173 \leq 2,01063$. Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai p dan perbandingan t hitung tabel, maka diperoleh pengujian H2 tidak diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara Penerapan Human Capital terhadap Kinerja UMKM.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1419.093	2	709.547	168.373	.000 ^a
	Residual	198.064	47	4.214		
	Total	1617.157	49			

a. Predictors: (Constant), E_Commerce, Human_Capital

b. Dependent Variable: Kinerja_UMKM

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Versi 17, 2022

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung yang diperoleh adalah sebesar 168.373 dengan nilai signifikan 0,000, nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai F tabel pada tabel distribusi F. Jika tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel maka hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa E-Commerce dan Human Capital berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.937 ^a	.878	.872	2.05283

a. Predictors: (Constant), E-Commerce, Human Capital

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai R square dari perhitungan SPSS pada tabel 4.34 sebesar 0,878 = 87,8%. Artinya variabel E-Commerce dan Human Capital mempengaruhi variabel Kinerja UMKM sebesar 87,8% dan sisanya sebesar 12.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Sedangkan untuk melihat pengaruh masing-masing variable independen terhadap variable dependen, dapat dilakukan dengan perhitungan formula Beta x Zero Order x 100% . beta adalah koefisien regresi yang distandarkan, sedangkan Zero Order merupakan korelasi parsial setiap variable independen terhadap variable dependen.

Tabel 6. Variabel Kinerja UMKM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.659	1.373		.480	.634			
	Human_Capital	-.013	.074	-.013	-.173	.863	.693	-.025	-.009
	E_Commerce	.626	.051	.947	12.353	.000	.937	.874	.631

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil yang dilakukan perhitungan untuk mengetahui besar pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variable dependen

Penerapan E-Commerce : $0,947 \times 0,937 \times 100\% = 88\%$

Human Capital : $-0,013 \times 0,693 \times 100\% = -0,90\%$

Berdasarkan perhitungan tersebut, variabel penerapan E-commerce memiliki pengaruh terhadap Kinerja UMKM sebesar 88%, sedangkan untuk variabel Human Capital sebesar -0,90%. Variabel penerapan E-Commerce dan Human Capital secara persamaan memiliki pengaruh sebesar 87,8%

Pengaruh Penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.35 menunjukkan bahwa variabel penerapan E-Commerce memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai p lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha=5\%$) yaitu $0,000 \leq 0,05$ dan hitung t berdasarkan tabel di atas diperoleh sebesar $12.353 \geq 2,01063$. Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai p dan perbandingan t hitung tabel, maka diperoleh pengujian H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara Penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai p dan perbandingan t hitung tabel, maka diperoleh pengujian H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara Penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi diperoleh pengaruh parsial sebesar 88% hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh penerapan E-Commerce adalah 88%

Penerapan E-Commerce adalah salah satu bentuk perkembangan teknologi untuk memasarkan produknya barang atau jasa ke segala tempat dan segmen dalam bentuk digital dengan memanfaatkan jaringan internet, diterapkan dalam proses bisnis yang melibatkan transaksi jual beli antara konsumen dan produsen. Dengan adanya E-Commerce akan lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas sehingga produk mudah di kenal oleh para konsumen. Sehingga E-Commerce memungkinkan pelaku usaha memaksimalkan kinerja usahanya

Hasil pengaruh dari penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Savera (2021) bahwa E-Commerce berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. E-commerce dapat menjangkau pasar lebih luas dengan menggunakan jaringan internet pada saat sebuah produk atau jasa melakukan pemasaran, penjualan sebuah produk atau jasa, dan pembayaran sebuah produk atau jasa dengan menggunakan jaringan internet yang dapat diakses dengan mudah oleh setiap konsumen untuk melakukan transaksi produk atau jasa. Semakin banyak konsumen yang bertransaksi produk atau jasa melalui E-Commerce, semakin tinggi pula pertumbuhan laba, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pasar akan meningkat pada sebuah UMKM. Hal ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Enis Setiawati (2021) menyatakan bahwa dalam hasil penelitiannya bahwa E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini sejalan juga oleh Sriyanto, Nina (2020) bahwa E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh Human Capital terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.35 menunjukkan bahwa variabel Human Capital memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai p lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha=5\%$) yaitu $0,863 \geq 0,05$ dan hitung t berdasarkan tabel di atas sebesar $-0,173 \leq 2,01063$. Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai p dan perbandingan t hitung tabel, maka diperoleh pengujian H2 tidak diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara Penerapan Human Capital terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil analisis perbandingan nilai p dan perbandingan t hitung tabel, maka diperoleh pengujian H1 diterima, artinya terdapat pengaruh antara Penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan pengujian koefisien determinasi diperoleh pengaruh parsial sebesar -0,90% hasil tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh penerapan E-Commerce adalah -0,90%

Human capital merupakan lifeblood dalam modal intelektual. Disinilah sumber innovation dan improvement, tetapi merupakan komponen yang sulit untuk diukur. Human capital juga merupakan tempat bersumbernya pengetahuan yang sangat berguna, keterampilan, dan kompetensi dalam suatu organisasi atau perusahaan. Human capital mencerminkan kemampuan kolektif perusahaan untuk menghasilkan solusi terbaik berdasarkan pengetahuan

yang dimiliki oleh orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut. Human capital akan meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya, maka Human Capital dapat meningkatkan Kinerja UMKM

Tetapi hasil daripada Human Capital pada uji t, tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Putu Satya Purnama Sari (2021) bahwasannya Human Capital tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu juga, penelitian ini juga sejalan yang dilakukan oleh Marbun, dkk (2018) yang menyatakan bahwa human capital tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Penerapan E-Commerce dan Human Capital Terhadap Kinerja UMKM. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan E-Commerce berpengaruh terhadap Kinerja UMKM. Artinya ketika penerapan E-Commerce pada UMKM Fashion Kecamatan Cianjur yang dilakukan dengan baik maka akan dapat meningkatkan pula dari kemampuan pemilik dalam meningkatkan penjualan produk dalam Kinerja usahanya. Hal ini dapat dilihat dari Marketing, Selling, Order, dan payment yang diterapkan sudah berjalan dengan baik.
2. Penerapan Human Capital tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM. Artinya ketika penerapan Human Capital pada UMKM Fashion Kecamatan Cianjur yang dilakukan belum berjalan dengan baik maka belum dapat meningkatkan kerja sama keterampilan pada karyawan dalam meningkatkan kinerja usahanya. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman, keterampilan dan pengetahuan yang diterapkan belum berjalan dengan baik.

Acknowledge

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini sehingga dalam pengerjaan skripsi ini diberikan kelancaran hingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Daftar Pustaka

- [1] Kuswiratmo (2016:163) Memulai Usaha Itu Gampang!. Jakarta: Visimedia Pustaka
- [2] I Gusti Made K. 2014. Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon.Com ComTech Vol. 5 No. 2 Desember 2014: 748-762
- [3] Sawarjuwono 2019 Pengukuran dan Pelaporan (Sebuah Library Research)
- [4] Kalkan, Adnan, Bozkurt, Cetinkaya Ozlem, dan Arman, Mutlu. 2014. The impacts of intellectual capital, innovation and organizational strategy on firm performance. Social and Behavioral Sciences. 700-707.
- [5] Ahsha Kamilan, Jehan. 2022. Pengaruh Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan dan Jiwa Kewirausahaan terhadap Kinerja Operasional UMKM, Jurnal Riset Akuntansi, 2(1).
- [6] Pulic, Ante. 2008. The Principles of Intellectual Capital Efficiency - A Brief Description