

PENGARUH PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DAN IMPLEMENTASI *E-COMMERCE* TERHADAP KINERJA USAHA PELAKU UMKM DI DESA PENARUKAN

I Gusti Ngurah Putu Masta Adi Putra¹; Gede Widiadnyana Pasek²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja
Jln. Yudistira No. 11, Kendra, Kec. Buleleng, Bali Telp. (0362) 22950
E-mail : gustimasta@gmail.com (Koresponding)

Submit: 1 Oktober 2024

Review: 13 Oktober 2024

Publish: 26 Oktober 2024

Abstract: This research aims to determine the influence of entrepreneurial learning and the implementation of e-commerce on the business performance of MSMEs in Penarukan Village. The population in this research is all small business actors in Penarukan Village, totaling 74 small business actors. The sampling technique in this study used the Slovin formula so that the sample of respondents in this study was adjusted to 30, this was done to make data processing easier and for better test results. The data analysis method used to solve the problem in this research is multiple linear regression analysis which will be carried out using the SPSS (Statistics Program and Service Solution) program. Based on the results of the analysis, it is known that entrepreneurial learning has a positive effect on business performance and the implementation of e-commerce has a positive effect on business performance

Keywords: *Business Performance, E-Commerce Implementation and Business Performance*

Di antara negara-negara berkembang dengan populasi tertinggi di dunia, Indonesia berada di peringkat keempat, di belakang Cina, India, dan Amerika Serikat. Karena populasi yang besar, pemerintah harus menyediakan lapangan kerja. Seiring dengan pertumbuhan populasi dan pergeseran zaman industrialisasi, masalah baru muncul di dalamnya. Salah satu masalah tersebut adalah penurunan jumlah lapangan pekerjaan; jumlah pencari kerja terus meningkat sementara lapangan pekerjaan yang tersedia semakin berkurang, menyebabkan pengangguran. Serta banyaknya siswa yang tidak melanjutkan Pendidikan mereka ke sarjana yang hanya tamat SMA/SMK saja sehingga mereka hanya mendapat Ijasah SMA/SMK saja. Sedangkan di zaman sekarang banyak Perusahaan yang hanya menerima karyawan yang mempunyai gelar S1 saja.

Banyaknya Perusahaan sekarang yang hanya menerima minimal lulusan S1 yang membuat banyaknya pengangguran karena banyaknya orang – orang yang hanya lulusan SMA/SMK yang membuat pengangguran meningkat. Dilansir dari Flex Jobs yang dikutip dari Glants, studi menunjukkan bahwa perusahaan percaya

pada kandidat dengan gelar sarjana, Perusahaan menganggap orang dengan gelar sarjana lebih siap untuk bekerja dibandingkan orang yang tidak memiliki gelar sarjana. Perusahaan juga percaya bahwa orang dengan gelar sarjana memiliki lebih banyak soft skill dan hard skill dibandingkan orang yang tidak memiliki gelar sarjana.

Melansir laman *College Cures* yang dikutip dari OKE NEWS menyebutkan alasan Perusahaan menerima gelar sarjana yang pertama Pengusaha percaya bahwa mereka yang memiliki gelar sarjana lebih ambisius daripada lulusan sekolah menengah atas karena mendapatkan gelar membutuhkan banyak komitmen, dan pengusaha percaya bahwa komitmen tersebut akan menghasilkan etika kerja yang baik dan yang kedua yaitu Banyak industri yang lebih teknis dan bergerak lebih cepat mengharapkan karyawan dengan berbagai pengetahuan dasar. Ini jauh lebih efisien dan efektif daripada memberikan pelatihan baru selama beberapa bulan. Dengan banyaknya pengangguran serta sangat sulit mendapat pekerjaan membuat orang – orang banyak

tertarik dengan membuat usaha kecil atau UMKM. Usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro.

Kewirausahaan adalah proses mencari peluang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang dengan cara yang inovatif dengan menggunakan sumber daya yang tersedia. Kewirausahaan adalah proses dinamis yang membutuhkan modal, jasa, dan tentu saja resiko untuk mencapai sesuatu. Kemakmuran ekonomi dapat dibantu oleh kewirausahaan.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di seluruh negara tak terkecuali di Indonesia menjadi penunjang perekonomian yang bernilai kuat yang mampu mendukung perekonomian negara. Dalam memberdayakan Usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) di tengah tingginya persaingan dan globalisasi membuat pelaku UMKM diharuskan dapat menghadapi dan bertahan dalam tantangan global, contohnya dengan pemberdayaan ekonomi kreatif, pengelolaan keuangan yang baik dan meningkatkan kompetensi keahlian, pengembangan teknologi dan sumber daya manusia, serta perluasan area pemasaran.

Berdasarkan data Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi Usaha Mikro Kecil, jumlah UMKM mengalami perkembangan usaha yang tinggi serta menandakan adanya peningkatan. Berikut data UMKM pada Kabupaten Buleleng pada tabel 1.

Tabel 1
Perkembangan jumlah UMKM Berdasarkan Klasifikasi Usaha Kabupaten Buleleng Tahun 2021-2022

| No | Klasifikasi Usaha | Tahun 2021 | Tahun 2022 | Jumlah |
|----|-------------------|------------|------------|--------|
| 1 | Usaha Mikro | 6.112 | 6.453 | 12.565 |
| 2 | Usaha Kecil | 3.499 | 3.512 | 7.011 |
| 3 | Usaha Menengah | 205 | 228 | 433 |
| | Total | 9.816 | 10.193 | 20.009 |

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng (2024)

Berdasar tabel 1 diketahui bahwa terdapat kenaikan setiap tahun secara signifikan UMKM di Kabupaten Buleleng yang disebabkan adanya kemudahan yang diberikan kepada pelaku UMKM dalam mendapatkan izin untuk membuka usaha dengan memenuhi syarat dan ketentuan yang

berlaku di Kabupaten Buleleng. Selain dari perkembangan jumlah UMKM di Kabupaten Buleleng terdapat juga pada pendapatan UMKM Perkecamatan Kabupaten Buleleng hal ini di sampaikan pada tabel 2.

Tabel 2
Rekap Jumlah Pendapatan Tahun 2023 Per Kecamatan

| Kecamatan | Pendapatan UMKM |
|--------------|-----------------|
| Buleleng | 3,1 Milyar |
| Gerokgak | 2,5 Milyar |
| Busungbiu | 1,9 Milyar |
| Sukasada | 1,7 Milyar |
| Seririt | 1,4 Milyar |
| Tejakula | 1,3 Milyar |
| Banjar | 1,2 Milyar |
| Sawan | 1,2 Milyar |
| Kubutambahan | 900 juta |

Sumber: Dinas Perdagangan, Perindustrian dan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Buleleng (2024)

Berdasarkan data tabel 2, Pendapatan di per Kecamatan Kabupaten Buleleng memiliki jumlah yang sangat besar. Hal ini berarti perkembangan usaha yang terjadi di Kecamatan Buleleng juga mengalami peningkatan. Dimana pada dasarnya segala kegiatan dan aktivitas kegiatan usaha berbagai bidang UMKM berkembang lebih banyak di Kecamatan Buleleng. Pertumbuhan UMKM di Kecamatan Buleleng sangat lah diperhatikan dalam pencapaian kinerja usahanya. Hal ini diamati dari banyaknya kegiatan yang dilaksanakan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan UMKM melalui pameran dan festival budaya yang dulakukan di Kecamatan Buleleng dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM.

Salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Buleleng adalah Desa Penarukan. Desa Penarukan adalah sebuah desa yang memiliki potensi wilayah yang nyegare atau laut yang cukup luas, persawahan, dekat perkotaan. Dimana kondisi wilayah semacam itu merupakan arena yang potensial bagi pengembangan berbagai usaha produktif baik dibidang pertanian, perternakan dan kenelayanan. Dalam perkembangannya, bahkan sejak tahun 2010 di desa ini mulai dikembangkan aktivitas pariwisata. Hal itu dimulai dari adanya inisiatif Kelompok Peduli Pantai Baruna Asri yang memperkenalkan potensi wisata pantai. Saat ini Desa Penarukan berkembang menjadi daerah tujuan wisata

yang cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan local.

Fenomena berkembangnya Desa Penarukan sebagai daerah tujuan wisata seperti itu tentu terkait dengan upaya-upaya pemberdayaan masyarakat setempat serta strategi yang digunakan dalam mengembangkan tempat wisata. Hal ini dapat terlihat Bandara Pelabuhan Jalur Wisatawan Mancanegara ke Bali Jumlah Wisman dari keterlibatan kelompok peduli pantai Baruna Asri pantai penarukan dan partisipasi dan kontribusi masyarakat untuk mengembangkan pariwisata. Desa Penarukan terletak di Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng. Desa penarukan memiliki 6 lingkungan. lingkungan Penarungan, lingkungan Ketewel, lingkungan Sidayu, lingkungan Satria, lingkungan Penarukan Desa, lingkungan Bhuana Sari. Desa penarukan memiliki pantai yang indah dan sangat cocok di jadikan sebagai objek wisata pantai. Wisata pantai penarukan berpeluang sangat besar bagi penduduk sekitar desa penarukan, namun ada tantangan yg ada di pantai penarukan seperti, akses jalan yang kurang memadai, kurangnya penerangan seperti lampu, fasilitas tempat parkir yang kurang memadai, tempat sampah yang sangat minim. Pantai Penarukan memiliki peluang yang cukup besar, dimana pantai penarukan memiliki pemandangan temburu karang yang bagus, spot foto yang menarik, tersedianya warung lesahan, ada tempat penyewaan ban untuk mandi, ada juga wisata sejarah seperti peninggalan cina yaitu kuburan cina, dan seme sakit (kuburan jaman dahulu) dan nantinya akan ada penyewaan cano.

Di zaman sekarang banyak orang – orang yang hanya ingin memulai membangun UMKM dengan hanya membekali modal usaha saja tanpa adanya pembekalan tentang kewirausahaan seperti yang pertama permasalahan UMKM terkait surat perizinan, Menurut Online Pajak ,Banyak UMKM di Indonesia belum memiliki badan hukum yang jelas. Tidak adanya izin usaha resmi menghambat usaha mereka, terutama dalam hal mengajukan modal. Akibatnya, sulit bagi pelaku UMKM untuk berkembang lebih jauh.

Untuk alasan ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) disarankan untuk memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang diterbitkan sesuai dengan lokasi usaha. SIUP sangat penting bagi pelaku UMKM agar usaha mereka dapat dianggap sebagai bukti yang sah dari pemerintah. Dan yang kedua, Rendahnya kesadaran membayar pajak juga termasuk kurangnya pemahaman tentang UMKM, Selain perizinan, pelaku UMKM sering mengabaikan peraturan pembayaran pajak. Hanya 2,5%, atau sekitar 1,5 juta dari sekitar 60 juta pelaku UMKM di Indonesia, yang melaporkan pajaknya. Ini menunjukkan bahwa beberapa pelaku UMKM tidak tahu cara menghitung pajak yang menjadi kewajiban mereka.

Salah satu konsekuensi terburuk yang dapat dialami pelaku UMKM adalah bisnis mereka dapat gulung tikar karena modal yang mereka miliki habis untuk membayar sanksi pajak yang telat dibayarkan. Yang ketiga yaitu kurangnya inovasi juga menjadi salah satu kurangnya pemahaman tentang berwirausaha seperti Jumlah usaha kecil dan menengah (UMKM) di tanah air terus meningkat seperti dua sisi mata uang. Di satu sisi, kecenderungan masyarakat Indonesia untuk membuat bisnis sendiri berkontribusi pada peningkatan ekonomi negara. Sebaliknya, banyak orang yang memulai bisnis hanya karena mengikuti mode atau lath. Karena kurangnya inovasi, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) gagal berkembang. Pada akhirnya, banyak bisnis hanya bertahan satu atau dua tahun sebelum bangkrut karena barang atau jasa mereka tidak kuat atau tidak kompetitif. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia hanya menjalankan bisnis karena ikut-ikutan tanpa mempertimbangkan potensi diri mereka. Tidak mengherankan jika hanya sedikit produk UMKM lokal yang berhasil masuk ke pasar global. Produk UMKM Indonesia tidak kompetitif dari segi kualitas dan harga dibandingkan dengan produk sejenis dari negara lain.

Produk yang berasal dari lahan atau ikut-ikutan tren ini tidak berasal dari ide yang matang dan mirip dengan produk sejenis. Di awal, ada banyak permintaan dan barang yang ditawarkan, tetapi kemudian permintaan menurun karena pelanggan menjadi bosan dengan produk yang sama. Yang keempat yaitu minimnya pengetahuan tentang pentingnya menggunakan E-Commerce. Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang *definisi e-commerce*, menurut Loudon (1998) menyatakan bahwa E-Commerce adalah suatu proses transaksi di mana pembeli dan penjual membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis. Sedangkan menurut Kalakota et al., (2007) E-Commerce adalah proses transaksi digital melalui transfer uang dan belanja online dengan menggunakan jaringan internet.

Beberapa UMKM belum memahami sepenuhnya potensi dan manfaat e-commerce, terutama dalam hal memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas online. Penting untuk mendidik dan mendukung UMKM agar mereka dapat memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh platform E-Commerce untuk pertumbuhan bisnis mereka. Karena kurangnya pengetahuan, sumber daya, atau resistensi terhadap perubahan, beberapa UMKM belum memahami e-commerce. Ketidakpastian terkait teknologi, kurangnya instruksi, atau kurangnya akses ke informasi dapat termasuk dalam kategori ini. Pendidikan dan dukungan yang lebih baik dapat memperluas pengetahuan dan membuka peluang baru bagi usaha kecil dan menengah (UMKM).

Menurut Jubelio Blog, dengan memanfaatkan E-Commerce kita tentu mendapatkan benefit yaitu seperti yang pertama Dapat memperluas jangkauan pasar, Berbeda jika hanya memiliki toko konvensional yang menjangkau pembeli di wilayah itu saja, tetapi dengan menggunakan website e-commerce, pelanggan dari berbagai wilayah dapat mengakses produk. Yang kedua yaitu menciptakan Brand Awareness, Jika lebih banyak orang yang tahu tentang produk

atau toko kita, itu menandakan bahwa merek kita telah membentuk kesadaran merek. E-Commerce dapat membantu pelanggan menemukan toko online kita lebih mudah, terutama jika pelanggan berada di daerah yang tidak terlalu jauh dari lokasi kita, sehingga penjualan produk akan meningkat. Dan yang keempat yaitu menghemat biaya, Manfaat E-Commerce tidak hanya dapat menjangkau pasar, tetapi juga dapat mengurangi biaya promosi karena tidak perlu menyewa toko fisik. Biaya untuk iklan, tenaga kerja, dan pembuatan situs web toko online cukup. Akibatnya, banyak bisnis lebih suka menjual secara online karena lebih tepat sasaran dan dapat meningkatkan penjualan.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Desa Penarukan, Singaraja. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha kecil di Desa penarukan yang berjumlah 74 pelaku usaha kecil. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini disesuaikan menjadi 30. Teknik pengumpulan data ini menggunakan teknik observasi dan kuesioner.

HASIL

Tabel 5.1

VALIDITAS VARIABEL KEWIRAUSAHAAN (X1)

| Item | Corrected Item-Total Correlation | rTabel | Keterangan |
|------|----------------------------------|--------|------------|
| X1.1 | 0,466 | 0,311 | Valid |
| X1.2 | 0,592 | 0,311 | Valid |
| X1.3 | 0,375 | 0,311 | Valid |
| X1.4 | 0,512 | 0,311 | Valid |
| X1.5 | 0,583 | 0,311 | Valid |

Sumber : Lampiran

Uji Validitas berdasarkan tabel 5.1 dapat dikatakan bahwa dari ketiga item pernyataan tersebut sudah valid. Hal ini ditandai dengan *Corrected Item-Total Correlation* > *rTabel* (0,311). Pembuktian tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan layak untuk digunakan mewakili variabel kewirausahaan (X1).

Tabel 5.2
VALIDITAS VARIABEL IMPLEMENTASI E-COMMERCE (X1)

| Item | Corrected Item-Total Correlation | rTabel | Keterangan |
|------|----------------------------------|--------|------------|
| X2.1 | 0,972 | 0,311 | Valid |
| X2.2 | 0,946 | 0,311 | Valid |
| X2.3 | 0,982 | 0,311 | Valid |
| X2.4 | 0,972 | 0,311 | Valid |

Sumber : Lampiran

Uji Validitas berdasarkan tabel 5.2 dapat dikatakan bahwa dari keempat item pernyataan tersebut sudah valid. Hal ini ditandai dengan *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel (0,311). Pembuktian tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan layak untuk digunakan mewakili variabel implementasi *e-commerce* (X2).

Tabel 5.4
VALIDITAS VARIABEL KINERJA USAHA (Y)

| Item | Corrected Item-Total Correlation | rTabel | Keterangan |
|------|----------------------------------|--------|------------|
| Y1 | 0,536 | 0,311 | Valid |
| Y2 | 0,632 | 0,311 | Valid |
| Y3 | 0,581 | 0,311 | Valid |
| Y4 | 0,759 | 0,311 | Valid |
| Y5 | 0,712 | 0,311 | Valid |

Sumber : Lampiran

Uji Validitas berdasarkan tabel 5.4 dapat dikatakan bahwa dari kelima item pernyataan tersebut sudah valid. Hal ini ditandai dengan *Corrected Item-Total Correlation* > r tabel (0,311). Pembuktian tersebut menunjukkan bahwa semua item pernyataan layak untuk digunakan mewakili variabel kinerja usaha (Y).

Tabel 5.5
RELIABILITAS VARIABEL PENELITIAN

| Variabel | Cronbach's Alpha | >/< 0,60 | Keterangan |
|-------------------------------------|------------------|----------|------------|
| Kewirausahaan (X1) | 0,659 | > 0,60 | Reliabel |
| Implementasi <i>e-commerce</i> (X2) | 0,854 | > 0,60 | Reliabel |
| Kinerja usaha (Y) | 0,745 | > 0,60 | Reliabel |

Sumber : Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.5 menyatakan bahwa semua *Cronbach's Alpha* memiliki nilai diatas 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa variable kewirausahaan (X1), Implementasi *e-commerce* (X2) dan kinerja usaha (Y) merupakan reliabel atau mempunyai ketepatan yang tinggi dijadikan variabel pada suatu penelitian.

Tabel 5.6
ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

| Model | Coefficients ^a | | | | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | Sig. | |
| | B | Std. Error | Beta | t | | |
| 1 | (Constant) | 10,165 | 2,187 | | 4,648 | ,000 |
| | X1 | ,252 | ,126 | ,264 | 1,995 | ,056 |
| | X2 | ,416 | ,085 | ,644 | 4,867 | ,000 |

a. Dependent Variable: Y
Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.6 menunjukkan bahwa persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:
 $Y = 10,165 + 0,252X1 + 0,416X2 + e$
Pada persamaan diatas dapat dilihat bahwa kewirausahaan (X1) dan implementasi *e-commerce* (X2) memiliki kemampuan untuk mempengaruhi kinerja usaha (Y).

Tabel 5.7
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | Unstandardized Residual | |
|----------------------------------|-------------------------|----------------|
| | Mean | Std. Deviation |
| N | 30 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,00000000 |
| | Std. Deviation | 1,24996265 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,131 |
| | Positive | ,098 |
| | Negative | -,131 |
| Test Statistic | ,131 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,200 ^{c,d} | |

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.7 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200 diatas signifikan 0,05, Sehingga dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Tabel 5.8

UJI MULTIKOLINEARITAS

| Model | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|-----------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | B | Std. Error | Beta | | | | | |
| 1 | (Constant) | 10,165 | 2,187 | | 4,648 | ,000 | | |
| | X1 | ,252 | ,126 | ,264 | 1,995 | ,056 | ,683 | 1,464 |
| | X2 | ,416 | ,085 | ,644 | 4,867 | ,000 | ,683 | 1,464 |

a. Dependent Variable: Y
Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.8 menyatakan bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variable Independen yang memiliki nilai *tolerance* < 0,10 sedangkan nilai VIF juga menunjukkan tidak adanya nilai yang > 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen

dalam model regresi.

Tabel 5.9

UJI HETEROKEDASTISITAS

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2.467 | 1.038 | | 2.377 | .025 |
| X1 | -.024 | .060 | -.088 | -.403 | .690 |
| X2 | -.051 | .041 | -.274 | -1.247 | .223 |

a. Dependent Variable: abres
 Sumber: Lampiran

Uji Asumsi Klasik Berdasarkan Tabel 5.9 menyatakan bahwa variabel Kewirausahaan (X1) memiliki nilai signifikan $0,690 > 0,05$ dan variabel implementasi *e-commerce* (X2) memiliki nilai signifikan $0,223 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedasitas.

Tabel 5.10

UJI KELAYAKAN MODEL

| Model | Model Summary ^b | | | |
|-------|----------------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .823 ^a | .677 | .653 | 1.295 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: Y
 Sumber: Lampiran

Uji Kelayakan Model Dari hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel diatas bahwa besarnya R Square adalah 0,653. Hal ini berarti memberi sumbangan pengaruh variabel kewirausahaan (X1) dan implementasi *e-commerce* (X2) terhadap kinerja usaha (Y) dipengaruhi sebesar 65,3%. Jadi besarnya pengaruh antara kewirausahaan (X1) dan implementasi *e-commerce* (X2) sebesar 65,3% sedangkan sisanya 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Tabel 5.11

UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI F)

| Model | ANOVA ^a | | | | | |
|-------|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 94.857 | 2 | 47.428 | 28.262 | .000 ^b |
| | Residual | 45.310 | 27 | 1.678 | | |
| | Total | 140.167 | 29 | | | |

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X2, X1
 Sumber: Lampiran

Uji Kelayakan Model Berdasarkan Tabel 5.11 menyatakan bahwa nilai Fhitung adalah 28,262, dengan menggunakan derajat

kebebasan $df = (2-1), (30-3)$ dan tingkat kepercayaan 0,05% maka diperoleh Ftabel sebesar 2,73. Jadi Fhitung $> Ftabel (28,262 > 2,73)$, demikian juga hasil uji signifikan yang diperoleh adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel kewirausahaan (X1) dan implementasi *e-commerce* (X2) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap Kinerja usaha (Y).

Tabel 5.12

UJI SIGNIFIKANSI INDIVIDUAL (UJI T)

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 10.165 | 2.187 | | 4.648 | .000 |
| X1 | .252 | .126 | .264 | 1.995 | .056 |
| X2 | .416 | .085 | .644 | 4.867 | .000 |

a. Dependent Variable: Y
 Sumber: Lampiran

Berdasarkan Tabel 5.12 menunjukkan bahwa nilai perolehan thitung dari masing-masing variabel independent, kemudian hasil tersebut dibandingkan dengan ttable dengan Tingkat kesalahan (α) = 5% dan derajat kebebasan $df = 27 (30-2-1)$ adalah 1,66 dapat dilihat dilampiran.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat 2 variabel bebas yaitu kewirausahaan (X1) dan implementasi *e-commerce* (X2) terhadap kinerja usaha (Y) Berdasarkan hasil yang diperoleh diatas, maka dapat dilakukan pembahasan sebagai berikut: Berdasarkan hasil penelitian diketahui variabel X₁ mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,05 sama dengan tingkat signifikan 0,05 dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan mampu mempengaruhi kinerja usaha. Berdasarkan hasil analisis diatas maka hipotesis yang menyatakan makin baik kewirausahaan berpengaruh maik tinggi kinerja usaha dapat diterima dan dibuktikan. Ini menunjukkan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha

Menurut Peneliti Mukhyar et al (2021)Menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pembelajaran kewirausahaan terhadap usaha

kecil yang Dimana pengaruh pembelajaran kewirausahaan sangat berpengaruh karena bisa memahami bagaimana mengelola usaha kecil termasuk dengan pengembangan ide bisnis, mengelola keuangan dan pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X_2 mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dibawah tingkat signifikan 0,05 dapat disimpulkan bahwa implementasi *e-commerce* mampu mempengaruhi kualitas pembelian. Berdasarkan hasil analisis diatas maka hipotesis yang menyatakan makin baik implementasi *e-commerce* berpengaruh makin tinggi kinerja usaha dapat diterima dan dibuktikan Ini menunjukkan implementasi *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja usaha.

Kemampuan *e-commerce* diharapkan memiliki kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan yang baik untuk memperoleh umpan balik dari pengguna maupun konsumen dalam meningkatkan kinerja usaha yang berupa pertumbuhan penjualan, pendapatan, tenaga kerja serta pangsa pasar yang mumpuni. Dengan demikian, orientasi kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* diharapkan dapat memoderasi UKM untuk menciptakan kinerja usaha yang lebih baik.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Surya dan Handayani (2019) yang mengemukakan bahwa pembelajaran kewirausahaan terhadap kinerja usaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

Kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Pengaruh pembelajaran kewirausahaan sangat berpengaruh karena bisa memahami bagaimana mengelola usaha kecil termasuk dengan pengembangan ide bisnis, mengelola keuangan dan pemasaran. Implementasi *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Kemampuan *e-commerce* diharapkan memiliki kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan yang baik

untuk memperoleh umpan balik dari pengguna maupun konsumen dalam meningkatkan kinerja usaha yang berupa pertumbuhan penjualan, pendapatan, tenaga kerja serta pangsa pasar yang mumpuni.

DAFTAR RUJUKAN

- Dahlia, Suherman, & Partono. (2022). Peran Kalyāṇamitta Dalam Menanamkan Disiplin Dan Tanggung Jawab Pada Remaja Smb Surya Maitreya. *ABIP: Jurnal Agama Buddha Dan Ilmu Pengetahuan*, 08(2), 48–58. <https://doi.org/10.53565/abip.v8i2.604>
- DEWI, A. N. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Networking Pada Kinerja Wirausahawan Muslim Di Surabaya, Sidoarjo Dan Gresik*. 1–154.
- Elmansori, E. (2014). Business incubators in the Arab World. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 11(4), 282–293. <https://doi.org/10.1108/WJSTSD-06-2014-0011>
- Grassi, G., Stehfest, E., Rogelj, J., van Vuuren, D., Cescatti, A., House, J., Nabuurs, G. J., Rossi, S., Alkama, R., Viñas, R. A., Calvin, K., Ceccherini, G., Federici, S., Fujimori, S., Gusti, M., Hasegawa, T., Havlik, P., Humpenöder, F., Korosuo, A., ... Popp, A. (2021). Critical adjustment of land mitigation pathways for assessing countries' climate progress. *Nature Climate Change*, 11(5), 425–434. <https://doi.org/10.1038/s41558-021-01033-6>
- Hadjimanolis, A. (2000). An investigation of innovation antecedents in small firms in the context of a small developing country. *R and D Management*, 30(3), 235–246. <https://doi.org/10.1111/1467-9310.00174>

- Hamalik, O. (2009). *Pendidikan Guru Berdasarkan Pendekatan Kompetensi*. Bumi Aksara.
- Kalakota, R., Whinston, A. B., Commerce, E., Manager, A., Kalakota, R., Download, A. B. W., Electronic, R., Manager, C. A., Collection, F., Kalakota, R., & Whinston, A. B. (2007). *Electronic-Commerce-a-Managers-Guide-Ravi-Kalakota-Andrew-B-Whinston-Pdf-Download-Free-Book-Df76020*.
- Karmeli, E., Sutanty, M., Kurniawansyah, K., Mustaram, R. A., & Usman, U. (2021). Utilization of *E-Commerce* to Increase the Selling Value of MSMEs in Sumbawa Regency During the Covid-19 Pandemic. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Education and Social Science (ACCESS 2020)*, 556(Access 2020), 204–207. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210525.075>
- Khan, M. R., & Motiwala. (2002). *The influence of E-Commerce initiatives on corporate performance: An empirical investigation in the United States* (pp. 503–510).
- Khumaidi, & Tarsis, T. (2014). Pengaruh Kecerdasan Intelektual (Iq), Cara Belajar, Dan Kreativitas Guru Dalam Pembelajaran Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Bangsri Kabupaten Jepara. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 18–23.
- Loudon, L. (1998). *Computer and Information System* (Times Mirror HigherE (ed.)). Education Group.
- McLeod, R. L., Correll, C. C., Jia, Y., & Anthes, J. C. (2008). TRPV1 antagonists as potential antitussive agents. *Lung*, 186(SUPPL. 1). <https://doi.org/10.1007/s00408-007-9032-z>
- Mukhyar, M., Refika, R., Candra, E., Nurhasanah, N., & Wardana, A. (2021). Menumbuhkan Literasi Enterprneurship Pada Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Ar-Ribhu*, 4(1), 132–168. <https://doi.org/10.46781/ar-ribhu.v4i1.289>
- Nurfina, O., Haryono, A. T., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh *E-Commerce* Strategy, Service Performance Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management*, 2(2).
- Sipitanou, A. A., & Papagiannis, G. D. (2013). Education, Entrepreneurship and Entrepreneurial Activation: a Challenge for All. *International Journal of Arts & Sciences*, 6(2), 139–149. http://search.proquest.com/docview/1496695487?accountid=40690%5Cnhttp://link.perodicos.capes.gov.br/sfxlcl41?url_ver=Z39.88-2004&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:journal&genre=article&sid=ProQ:ProQ%3Aproq&atitle=EDUCATION%2C+ENTREPRENEURSHIP+AND+ENTREPRE
- Soleh, M., Sutarti, S., & Rosita, S. I. (2020). *The Effect of Human Resources Quality and Technology Adoption on the Quality of Financial Reporting (Evidence from MSMEs in Bogor)*. 143(Isbest 2019), 199–203. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.039>
- Sugiharto, & Situnjuak. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*.
- Sugiyono, P. (2015b). Metode penelitian kombinasi (mixed methods). *Bandung: Alfabeta*, 28, 1–12.