

## PENGARUH *E-COMMERCE* DAN MODAL USAHA TERHADAP KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID- 19 DENGAN SUMBER DAYA MANUSIA (SDM) SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Kasus UMKM Kecamatan Dolopo)

Mega Kurniawati  
Universitas PGRI Madiun  
mega.kurniawati1999@gmail.com

### *Abstract*

*The purpose of this study is to empirically test the effect of e-commerce and business capital on the performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic with human resources as a moderating variable. This research is aimed at MSME actors in the dolopo sub-district. The population of this study was 3,119. The research sample is 100 respondents. The research method used is a quantitative approach using the SPSS version 23 software program. The results of this study are e-commerce has an effect on the performance of MSMEs, business capital does not affect the performance of MSMEs, human resources cannot moderate the e-commerce relationship on MSME performance variables, human resources cannot moderate the relationship between business capital and MSME performance.*

**Keywords:** *E-commerce, Business Capital, MSME Performance, Human Resources*

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh e-commerce dan modal usaha terhadap kinerja UMKM di masa pandemi covid-19 dengan sumber daya manusia sebagai variabel moderasi. Penelitian ini ditujukan kepada pelaku UMKM di kecamatan dolopo. Populasi penelitian ini sebanyak 3.119. Sampel penelitian 100 responden. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan menggunakan bantuan program software SPSS versi 23. Hasil penelitian ini adalah e-commerce berpengaruh terhadap kinerja UMKM, modal usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sumber daya manusia tidak dapat memoderasi hubungan e-commerce terhadap variabel kinerja UMKM, sumber daya manusia tidak dapat memoderasi hubungan modal usaha terhadap kinerja UMKM.

**Kata Kunci:** E-commerce, Modal Usaha, Kinerja UMKM, Sumber Daya Manusia

## PENDAHULUAN

Kinerja yang baik sangat diperlukan dalam suatu usaha agar usaha tersebut dapat dikatakan sebagai usaha yang maju, hal ini tidak terlepas dari tujuan pemilik usaha itu sendiri dalam proses pengembangan usahanya dengan memperhatikan kinerja pada usahanya. Kinerja dapat dikatakan sebagai suatu hasil keseluruhan seseorang selama periode tertentu dalam melaksanakan berbagai tugas seperti standar hasil kerja, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan telah disepakati terlebih dahulu (Suindari & Juniariani, 2020). Kinerja sebagai kemampuan seseorang atau sekelompok individu untuk melakukan suatu tindakan dan menyempurnakannya dengan hasil yang diharapkan sesuai dengan tanggungjawabnya (Nadra, 2020).

Kinerja juga dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah adanya Pandemi Covid-19 yang masuk ke Indonesia membuat kinerja pada UMKM mengalami penurunan yang menyebabkan pelaku usaha terpaksa mengurangi jumlah tenaga kerja dikarenakan hasil penjualan mengalami penurunan selain penurunan penjualan UMKM juga mengalami penurunan kinerja dalam segi permintaan baik konsumsi atau daya beli masyarakat pada produk-produknya akibat pandemi covid-19.

Penelitian ini sesuai dengan keadaan yang sedang terjadi saat ini yang telah dilansir dari (bbc.com - Indonesia, 2020), Semenjak pandemi covid-19 masuk di Indonesia pada tahun 2020 pemerintah melakukan berbagai cara untuk mencegah penularan Covid-19 dengan memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) darurat di Jawa dan Bali yang mengakibatkan Sektor Perekonomian terutama UMKM ikut terimbas dampak pandemi Covid-19. Sekitar 30 juta usaha kecil gulung tikar selama pandemi COVID-19, turun dari 64,7 juta pada 2019 menjadi 34 juta pada 2020. Akibatnya, sekitar 7 juta pekerja UMKM informal kehilangan mata pencaharian.

Menurut Bank Indonesia, 87,5% UMKM terkena dampak Covid-19. Dari jumlah tersebut, 93,2% dipengaruhi oleh penjualan. Secara spesifik, 16,2% UMKM mengalami penurunan penjualan sebesar 25%. Kemudian, dari 40% UMKM, mengalami penurunan penjualan sebesar 25-50%, dan 28,2% UMKM mengalami penurunan penjualan sebesar 51-75%. Ini diikuti oleh 15,6% UMKM, di mana penjualan turun lebih dari 75%.(2/7).

Adanya pandemi Covid-19 juga mengubah pola perilaku masyarakat dalam aktivitas jual beli. Masyarakat yang selama ini lebih banyak melakukan transaksi perdagangan yang dilakukan secara langsung atau tatap muka (face to face), kini beralih secara online melalui *e-commerce* (Syamruddin, 2021). Adanya pandemi juga membawa berkah bagi industri *e-commerce* di tahun 2020 dikarenakan pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia semakin meningkat selama pandemi. (W.

B. Prasetyo, 2020). *E-commerce* yang meningkat di masa pandemi covid-19 saat ini memberikan peluang besar bagi UMKM dalam memasarkan dan juga pengembangan usahanya (Karyati, 2019).

Adanya *e-commerce* membuat pelaku UMKM sangat mudah dalam melakukan pemasaran produk-produknya melalui online. Peran marketplace sangat penting bagi UMKM, beberapa UMKM menilai adanya marketplace membantu memasarkan produk UMKM sehingga bisa bertahan dan berjualan di masa pandemi. Hal ini ditunjukkan bahwa rata-rata pelaku UMKM menggunakan dua hingga tiga marketplace untuk berjualan. (Burhan, 2021).

Kegiatan pemasaran online yang dilakukan oleh UMKM dalam menawarkan produk-produknya biasanya melalui media social seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan melalui website *E-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Go Food (Go Jek), Blibli dan Buka Lapak. Dengan adanya *e-commerce* di tengah pandemi saat ini sangat mempermudah UMKM dalam memasarkan produknya tanpa perlu menawarkan secara langsung kepada konsumen dan pelaku UMKM juga dapat melakukan promosi melalui story media social atau link website yang di sebarakan secara online selain memudahkan dalam mendapatkan customer juga memudahkan dalam menghemat waktu.

Dengan adanya *E-commerce* yang tumbuh di tengah pandemi Covid-19 saat ini membuat beberapa pelaku UMKM berminat membuka usahanya kembali dengan mencoba memanfaatkan *e-commerce* di masa krisis seperti saat ini. Pelaku UMKM berharap dengan memanfaatkan *e-commerce* dapat memperoleh penghasilan tambahan untuk bertahan di masa Pandemi. Namun beberapa pelaku UMKM mengalami kesulitan saat memulai usahanya yaitu dalam hal mengembangkan usahanya.

Untuk pengembangan usahanya pelaku UMKM harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dengan memberikan produk yang berkualitas. Namun selama pandemi Covid-19 transaksi bisnis menjadi terkendala. Untuk mengatasi masalah tersebut, pemasaran produk perlu didukung dengan penerapan *e-commerce*, sehingga pencapaian kinerja akan menjadi semakin baik (Sriyanto & Adelina, 2020a). Menurut (Triandra et al., 2019) menyatakan bahwa dengan penggunaan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pasar sehingga akan berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Meskipun telah didukung oleh adanya *e-commerce* yang memberikan kemudahan UMKM dalam proses pemasaran disaat pandemi. Adanya pandemi ini juga membuat UMKM terkendala pada permodalan. Hambatan sering dialami UMKM lebih didominasi oleh masalah modal dan pembiayaan. Permasalahan ini sering dirasakan oleh pengusaha yang berasal dari daerah, di mana perputaran modal tidak terlalu besar dari pendapatan masyarakat sekitar (Triandra et al., 2019).

Masalah pemodalannya sering kali menjadi kendala bagi pelaku UMKM dikarenakan pendapatannya mengalami penurunan sehingga banyak pelaku usaha memutuskan untuk tidak meneruskan usahanya disebabkan modalnya telah habis dipakai sedangkan barang yang dijual sudah tidak laku. Sehingga modal usaha dapat dikatakan berperan penting bagi pemilik usaha dalam memulai suatu bisnis dan juga sebagai biaya untuk keberlangsungan suatu usaha agar tidak berhenti di tengah jalan.

Modal disini dapat berasal dari modal sendiri maupun modal yang berasal dari pinjaman seperti dari bank, koperasi dll. Namun kenyataannya beberapa pelaku usaha lebih memilih menggunakan modal sendiri dibandingkan meminjam modal dari pihak lain. Dikarenakan modal sendiri lebih mudah diperoleh sedangkan jika meminjam modal dari pihak lain pemilik usaha harus melewati persyaratan yang rumit dan memiliki merasa takut jika tidak bisa membayar modal yang telah dipinjam.

Selain kendala pemodalannya, UMKM juga terkendala pada Sumber Daya Manusia (SDM). Adanya pandemi Covid-19 membuat Pelaku UMKM di tuntut untuk memiliki sumber daya yang berkualitas yang bisa menguasai teknologi yang berperan dalam proses pemasaran dan penjualan produk UMKM di Masa Pandemi Covid-19. Dengan adanya teknologi informasi pada bentuk digital pada era saat ini merupakan langkah yang dapat dilakukan pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya (Huda & Munandar, 2021). Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas di masa Pandemi covid-19 saat ini dapat memberikan peluang bagi UMKM untuk melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan produk secara online dalam upaya untuk memperkenalkan produk UMKM.

Maka penelitian terdahulu dan gap riset yang terkait dengan kinerja UMKM antara lain adalah penelitian yang dilakukan oleh (Sriyanto & Adelina, 2020), hasil penelitian ini menyebutkan bahwa penerapan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM di kota Solo. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Abbas, 2018), hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel Modal Usaha berpengaruh positif secara parsial terhadap Kinerja Perusahaan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Purwaningsih & Haryono, 2019), hasilnya menyebutkan bahwa sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti Pengaruh *E-commerce*, Modal Usaha, Sumber Daya Manusia (SDM) dan Kinerja UMKM. Penelitian ini merupakan mereplikasi penelitian sebelumnya yang dilakukan (Mukoffi & As'adi, 2021) yang meneliti Karakteristik wirausaha, Modal Usaha dan Kecanggihan Teknologi terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat

variabel independennya *e-commerce* dan variabel Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai variabel moderasi.

Dalam penelitian ini terdapat keterbaruan variabel dari penelitian terdahulu yaitu penambahan variabel sumber daya manusia sebagai pemoderasi atas hubungan *e-commerce* dan modal usaha terhadap kinerja UMKM.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh *E-commerce* dan Modal Usaha terhadap kinerja UMKM di masa pandemic covid-19 dengan Sumber Daya Manusia sebagai variabel moderasi. Alasan peneliti memilih objek di Kecamatan Dolopo dikarenakan UMKM di Kecamatan Dolopo ikut terdampak oleh adanya pandemi Covid-19 dan banyak pelaku usaha juga memanfaatkan *e-commerce* sebagai cara untuk bertahan di tengah pandemi Covid-19.

## KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### 1. Teori Growth Stage Model (GSM)

*Grand Stage Model (GSM)* biasa disebut dengan model tahap pertumbuhan usaha. Teori yang mendefinisikan setiap usaha pasti akan mengalami pasang surut dalam perjalanan suatu usaha. Seperti halnya sebuah produk yang memiliki siklus, suatu usaha juga memiliki tahapan pertumbuhan yang mirip dengan siklus produk yang bertujuan untuk menunjukkan tahapan pertumbuhan bisnis baik tetap maupun menurun Tekic, & Anisic, (2013) dalam (Yuliantoko, 2021:12).

### 2. Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* biasa disebut dengan model penerimaan teknologi yang merupakan teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Rosyida, 2017).

### 3. *E-Commerce*

Definisi *e-commerce* sebagai aktivitas perdagangan jual beli barang dan layanan melalui Internet (Sriyanto & Adelina, 2020). Definisi lain yang menyatakan bahwa *e-commerce* atau *e-marketplace* merupakan sarana bagi para penjual dan pembeli melakukan aktivitas belanja, menjual atau memasarkan produk dengan memanfaatkan kecanggihan digital melalui aplikasi, dan kegiatan ini dilakukan pada internet atau web. (Fadhli et al., 2021). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *e-commerce* yang dikembangkan oleh (Johana, 2016) yaitu kesiapan sarana, keterbukaan sarana, kemudahan sarana.

#### 4. Modal Usaha

Definisi modal usaha menurut kamus bahasa Indonesia (dalam Sari, 2020:20) merupakan uang yang dipakai sebagai pokok untuk suatu usaha, melepas uang, dan sebagainya harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan sesuatu yang bisa menambah kekayaan dan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Modal usaha juga dapat diartikan dari berbagai segi yaitu sebagai modal pertama kali membuka usaha, modal untuk melakukan perluasan usaha, dan modal untuk menjalankan usaha sehari-hari (Yuliantoko, 2021:21). Sehingga modal juga dapat diartikan sebagai komponen yang memiliki peran penting dalam menjalankan usaha, baik dalam lingkup kecil maupun lingkup besar (Putra et al., 2021). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi modal usaha yang dikembangkan oleh (Sari, 2020) yaitu modal sebagai syarat mendirikan usaha, sumber-sumber modal, kekurangan dan kelebihan suatu modal

#### 5. Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan sebuah faktor utama didalam suatu organisasi, perusahaan maupun usaha, apapun bentuk dan tujuannya dibuat berdasarkan visi dan misi dan tujuan kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diurus oleh manusia, jadi manusia merupakan faktor utama dalam kegiatan suatu organisasi (Larasati, 2018).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi sumber daya manusia yang dikembangkan oleh (S. R. Prasetyo, 2019) yaitu amanah, kerjasama dalam kebaikan, tanggung jawab sosial, motivasi dalam berusaha.

#### 6. Kinerja UMKM

Kinerja merupakan hasil seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu dalam melaksanakan tugas seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama (Suindari & Juniariani, 2020). Kinerja diartikan sebagai suatu pencapaian dari hasil kerja yang sesuai dengan standar yang berlaku pada masing-masing organisasi (S. R. Prasetyo, 2019).

Kinerja merupakan kemampuan seseorang atau sekelompok individu untuk melakukan suatu tindakan dengan menyempurnakannya melalui hasil yang diharapkan sesuai dengan tanggung jawabnya (Nadra, 2020). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yang dikembangkan oleh (S. R. Prasetyo, 2019) yaitu hasil penjualan, laba, pertumbuhan pasar.

**HIPOTESIS PENELITIAN****Pengaruh *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

Perkembangan teknologi *E-commerce* dimasa pandemi Covid-19 saat ini memberikan dampak yang positif bagi UMKM. Bagi UMKM dengan adanya *E-commerce* dimasa pandemic saat ini membuat pelaku UMKM dengan mudah melakukan kegiatan pemasaran produk-produk UMKM melalui online. Adanya *e-commerce* ini juga dapat menjadi langkah awal UMKM untuk bertahan di tengah pandemi covid-19. Tanpa adanya *e-commerce* di masa pandemi saat ini pelaku UMKM akan merasa kesulitan dalam mempertahankan kinerjanya.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sriyanto & Adelina, 2020b) menyimpulkan bahwa penerapan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM di kota Solo.:

**H1: *E-Commerce* Berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19.**

**Pengaruh Modal Usaha Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

Di masa pandemic Covid-19 peran modal usaha sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja dan pengembangan UMKM. Bagi UMKM modal usaha harus selalu tersedia dalam sebuah usaha dengan adanya modal usaha yang selalu tersedia maka usaha tersebut dapat menjalankan kinerja usahanya dengan baik. Sebaliknya tanpa adanya modal usahamaka kinerja usahanya akan mengalami kesulitan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Abbas, 2018) yang menyimpulkan bahwa variabel Modal Usaha berpengaruh positif secara parsial terhadap Kinerja Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Safitri & Setiaji, 2018) menyimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara modal usaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil di Desa Kedung leper.

**H2: Modal Usaha Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

**SDM Memoderasi Pengaruh *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Masa pandemi Covid-19**

Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi faktor penggerak dalam suatu usaha, tanpa adanya SDM suatu usaha tidak akan bisa berjalan dengan baik. suatu usaha dituntut untuk memiliki SDM yang berkualitas yang mampu memanfaatkan *e-commerce*, dengan memanfaatkan *e-commerce* memberikan peluang bagi UMKM dalam mengembangkan kinerja usahanya.

Pada penelitian yang dilakukan (Purwaningsih & Haryono, 2019) menyimpulkan hasilnya menyebutkan bahwa sumber daya manusia tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sedangkan (Suindari & Juniariyani, 2020) menyimpulkan bahwa adanya kompetensi sumber daya manusia berpengaruh positif pada kinerja UMKM. SDM yang memiliki kualitas pengetahuan teknologi yang baik akan menghasilkan kinerja usaha yang baik. Dengan demikian penelitian merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3: SDM dapat memoderasi Pengaruh *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

### **SDM Memoderasi Pengaruh Modal Usaha Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

Sumber daya manusia berperan penting dalam pengelolaan modal usaha dengan adanya sumber daya manusia yang berkualitas maka suatu usaha dapat mengelola modalnya dengan baik dan dapat meningkatkan kinerja usahanya.

Penelitian pada (Nizar, 2018) menyebutkan bahwa variabel sumber daya manusia, permodalan dan pemasaran menunjukkan adanya pengaruh terhadap kinerja UMKM sari apel di Kecamatan Tutur.

**H4: SDM dapat memoderasi pengaruh Modal Usaha Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Dolopo dan ditujukan kepada UMKM yang mendirikan usahanya di Kecamatan Dolopo. Alasan dipilihnya UMKM di Kecamatan Dolopo dikarenakan mayoritas masyarakat di Kecamatan Dolopo banyak melakukan kegiatan berwirausaha sekaligus ikut terdampak pandemi covid-19 dan sebagian juga memanfaatkan *E-Commerce* sebagai sarana untuk memperoleh penghasilan tambahan di tengah pandemic Covid-19.

### **Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2016:80) Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari subyek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan pada penelitian adalah pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Dolopo selama pandemi covid-19 sebanyak 3.119 UMKM

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik Pengambilan Sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016:85) *sample purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.



## **Sampel**

Menurut (Sugiyono, 2016:81) sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Sampel yang diambil oleh peneliti pada penelitian ini sebanyak 100 responden.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Menurut (Sugiyono, 2016:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Pada penelitian ini peneliti memanfaatkan google form dan media sosial dalam menyebarkan kuesioner kepada responden.

## **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel penelitian yaitu variabel independen yang meliputi *E-commerce* (X1) dan Modal Usaha (X2), variabel dependen yang meliputi Kinerja UMKM (Y), dan variabel moderasi yang meliputi Sumber Daya Manusia (Z).

## **Teknik Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang diolah dengan software SPSS versi 23

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Data Penelitian**

Deskripsi populasi dan sampel dalam penelitian ini berasal dari pelaku UMKM yang berada di Kecamatan Dolopo selama pandemic covid-19. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non probability sampling yaitu dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan Teknik pengambilan sampel terdapat 100 responden yang memenuhi kriteria, sehingga layak untuk di jadikan obyek penelitian.

### **Karakteristik Responden**

Responden yang menjadi sampel penelitian ini harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) UMKM yang memiliki usaha di Kecamatan Dolopo
- b) UMKM yang telah memanfaatkan e-commerce atau media sosial dalam usahanya.
- c) UMKM yang mengalami dampak dari pandemi covid-19.

**Tabel 1**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

Jenis Usaha	Jumlah
Usaha Online Shop Dan Offline Shop	27
Usaha Kuliner	25
Usaha Jasa	18
Usaha Dagang	22
Usaha Industri Rumah Tangga	8
Jumlah	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden yang berjenis usaha online dan offline shop sebanyak 27 orang, kemudian yang berjenis usaha kuliner berjumlah 25 orang berjenis usaha jasa berjumlah 18 orang, berjenis usaha dagang berjumlah 22 orang dan yang terakhir berjenis usaha industri rumah tangga berjumlah 8 orang.

**Tabel 2**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	26
Perempuan	74
Jumlah	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 74 orang dan untuk responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas atau sebagian besar responden pada penelitian ini adalah responden berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 3**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah
17-27 Tahun	50
28-38 Tahun	20
39-49 Tahun	15
>59 Tahun	15
Jumlah	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden yang memiliki jumlah paling tinggi berusia pada usia 17-27 Tahun yaitu berjumlah 50 Orang, kemudian pada rentang usia 28-49 Tahun berjumlah 20 orang, berada pada rentang usia 39-49 Tahun berjumlah 15 orang dan yang terakhir di usia >59 Tahun berjumlah 15 orang.

**Tabel 4**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Jumlah
SD	7
SMP	8
SMA	49
D3	7
S1	29
Jumlah	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa penelitian ini responden yang tingkat pendidikannya terdiri dari tingkat pendidikan SD berjumlah 7 orang. Untuk tingkat pendidikan SMP berjumlah 8 orang. Kemudian tingkat pendidikan SMA memiliki jumlah tertinggi sebanyak 49 orang, tingkat pendidikan D3 berjumlah 7 orang dan tingkat pendidikan yang terakhir S1 berjumlah 29 orang.

**Tabel 5**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Usaha**

Lama Usaha	Jumlah
<1 Tahun	19
1-5 Tahun	53
5-10 Tahun	19
>10 Tahun	9
Jumlah	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan lama usaha terdiri dari <1 tahun berjumlah 19 usaha, kemudian lama usaha 1-5 tahun memiliki jumlah tertinggi sebanyak 53 usaha, lama usaha 5-10 tahun berjumlah 19 usaha dan yang terakhir lama usaha >10 tahun berjumlah 9 usaha.

**Tabel 6**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pegawai**

Jumlah Pegawai	Jumlah
<1 Orang	66
2-3 Orang	29
3-4 Orang	5
Jumlah	100

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang memiliki jumlah pegawai >1 orang memiliki jumlah tertinggi yaitu sebanyak 66 orang, kemudian jumlah pegawai 2-3 orang sejumlah 26 orang dan yang terakhir jumlah pegawai 3-4 orang sejumlah 5 orang.

## 1. Uji Kualitas Data

### 1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel benar-benar diukur oleh peneliti. (Ghozali, 2016:52). Teknik pengujian yang digunakan dalam pengujian kualitas data yaitu menggunakan korelasi *Bivarieta Pearson*. Berikut ini merupakan hasil uji validitas:

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Validitas**

No	Pertanyaan/ Pernyataan	Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	X1.1	<i>E-Commerce</i>	0,726	0,195	Valid
2	X1.2		0,817	0,195	Valid
3	X1.3		0,897	0,195	Valid
4	X2.1	Modal Usaha	0,719	0,195	Valid
5	X2.2		0,597	0,195	Valid
6	X2.3		0,748	0,195	Valid
7	Y.1	Kinerja UMKM	0,766	0,195	Valid
8	Y.2		0,676	0,195	Valid
9	Y.3		0,481	0,195	Valid
10	Y.4		0,684	0,195	Valid
11	Z.1	Sumber Daya Manusia	0,730	0,195	Valid
12	Z.2		0,803	0,195	Valid
13	Z.3		0,730	0,195	Valid
14	Z.4		0,837	0,195	Valid
15	Z.5		0,808	0,195	Valid

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dikatakan valid, karena semua Rhitung > Rtabel dan memiliki nilai positif atau tinggi. Data yang sudah dianggap valid dari semua item pernyataan di seluruh variable memiliki nilai positif atau tinggi, sehingga dapat diartikan bahwa setiap variable yang digunakan dapat diterima dan dapat dijadikan pendukung dalam penelitian ini.

### 2) Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2016:47) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah alat ukur mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *Cronbach's Alpha* dengan kriteria instrument penelitian

dikatakan reliable apabila menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas:

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's alpha	Koefisien alpha	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	0,742	0,60	Reliabel
Modal Usaha (X2)	0,442	0,60	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,560	0,60	Reliabel
Sumber Daya Manusia (SDM) (Z)	0,833	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai koefisiensi reabilitas/Cronbach's alpha > 0,60. Hal ini berarti bahwa seluruh variable yang digunakan sebagai instrument adalah reliabel, sehingga layak dijadikan alat ukur instrument dalam penelitian.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian *Kolmogorov Smirnov* ini membandingkan probabilitas yang memiliki dengan nilai  $\geq 0.05$  maka distribusi data normal, sebaliknya probabilitas yang memiliki nilai < 0,05 maka distribusi data tidak normal (Ghozali, 2016:157). Berikut ini hasil uji normalitas

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	,04818539
Most Extreme	Absolute	,084
Differences	Positive	,077
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,081 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 9 di atas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada nilai residual seluruh variable diperoleh nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,081 lebih besar dari taraf nilai signifikan  $\geq 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan pada seluruh variable dinyatakan normal.

## 2) Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134). Berikut ini merupakan hasil uji heteroskedastisitas:

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,853	1,019		1,819	,072
	ECM_X1	-,113	,062	-,183	-1,819	,072
	MDL_X2	,074	,062	,119	1,186	,238

a. Dependent Variable: ABS\_RES\_Kinerja\_UMKM

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan bahwa hasil pengujian heteroskedastisitas dari pengaruh variable independent dari nilai residual yang dikuadratkan memperoleh nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan pada variable E-Commerce sebesar  $0,072 > 0,05$ , dan nilai signifikan variable modal usaha sebesar  $0,238 > 0,05$ , namun nilai constant sebesar  $0,072 > 0,05$  berarti dalam regresi pengaruh E-Commerce dan modal usaha terhadap kinerja UMKM tidak terjadi heterokedastisitas.

## 3) Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2016:107-108) menjelaskan bahwa uji autorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autorelasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW Test). Berikut ini merupakan hasil uji autokorelasi:

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
1	1,883
a. Predictors: (Constant), Modal Usaha, <i>E-Commerce</i>	
b. Dependent Variable: Kinerja UMKM	

Berdasarkan pada tabel 11 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,883. Nilai tabel Durbin-Watson dengan nilai signifikan  $\alpha = 5\%$ ,  $n = 100$  dan  $k = 2$ , maka diperoleh  $d_l = 1,6337$  dan  $d_u = 1,7152$ . Sedangkan nilai Durbin-Watson yang telah diperoleh sebesar 1,883 yang lebih besar dari nilai  $d_u = 1,7152$  dan lebih kecil dari  $4 - d_u = 2,2848$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

#### 4) Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali, 2016:103) menjelaskan bahwa Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah melihat nilai tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan  $VIF < 10$ . Berikut ini merupakan hasil uji multikolinieritas:

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
<i>E-commerce</i>	,979	1,021
Modal Usaha	,979	1,021

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Berdasarkan pada tabel 12 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari variable e-commerce dan modal usaha sebesar 0,979 dan  $0,979 > 0,10$ . Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk antara variable independen tidak terjadi multikolinieritas yang dimana masing-masing variable memiliki nilai  $< 10$ , maka tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variable independent.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui suatu persamaan atau hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menganalisis regresi berganda peneliti dapat menggunakan bantuan dari *software* SPSS. Berikut merupakan hasil uji analisis regresi linier berganda I dan II:

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 1**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	9,568	1,630	
ECM_X1	,415	,099	,389
MDL_USH_X2	,115	,099	,108

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 2**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	6,347	1,956	
ECM_X1	,302	,104	,283
MDL_USH_X 2	,030	,101	,029
SDM_Z	,250	,090	,286

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM (Y)

Berdasarkan pada tabel 13 dan 14 menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linier berganda pada bagian coefficients diperoleh dari persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,347 + 0,302X_1 + 0,030X_2 + 0,250Z + e$$

Maka, persamaan Regresi Linier Berganda tersebut memperoleh gambaran sebagai berikut:

- Nilai a (konstanta) sebesar 6,347, artinya jika nilai variable independent (bebas) ialah *E-Commerce* (X1) dan Modal Usaha (X2) bernilai 0, maka kinerja UMKM (Y) adalah sebesar 6,347.



- b. Nilai  $b_1$  (koefisien regresi *E-commerce*) sebesar 0,302 artinya jika variable *e-commerce* (X1) mengalami peningkatan sebesar 0,302. Koefisien bersifat positif. Artinya terjadi hubungan antara *e-commerce* (X1) terhadap kinerja UMKM (Y) yang berarti semakin tinggi nilai *e-commerce* maka kinerja UMKM akan mengalami peningkatan.
- c. Nilai  $b_2$  (koefisien regresi modal usaha) sebesar 0,030, artinya jika variable modal usaha (X2) mengalami peningkatan sebesar 0,030. Koefisien ini bersifat positif artinya terjadi hubungan antara modal usaha (X1) terhadap kinerja UMKM (Y) yang berarti semakin tinggi nilai modal usaha maka kinerja UMKM akan mengalami peningkatan.
- d. Nilai  $b_3$  (koefisien regresi Sumber Daya Manusia (SDM)) sebesar 0,250, artinya jika variable Sumber Daya Manusia (SDM) (Z) mengalami peningkatan sebesar 0,250. Koefisien bersifat positif artinya terjadi hubungan antara Sumber Daya Manusia (SDM) (Z) terhadap kinerja UMKM (Y) yang berarti semakin tinggi nilai Sumber Daya Manusia (SDM) maka kinerja UMKM akan mengalami peningkatan.

#### 4. Uji Hipotesis

##### 1) Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Menurut (Ghozali, 2016:95) Koefisien Determinan ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. nilai  $R^2$  yang kecil akan mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil uji analisis koefisien determinan:

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Model Summary		
R	R Square	Adjusted R Square
,419 <sup>a</sup>	,175	,158

a. Predictors: (Constant), Modal Usaha\_X2, E-Commerce\_X1

Berdasarkan tabel 15 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square pada uji  $R^2$  memperoleh hasil sebesar 0,158, maka dapat diartikan bahwa modal usaha dan *e-commerce* mampu mempengaruhi kinerja UMKM hanya sebesar 15,8% dan sisanya 84,2% (100% - 15,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

## 2) Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:171). Berikut ini merupakan hasil uji T:

**Tabel 16**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	t	Sig.
(Constant)	3,245	,002
<i>E-Commerce_X1</i>	2,893	,005
Modal Usaha_X2	,302	,763
SDM_Z	2,782	,007

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM\_Y

Nilai Ttabel dalam penelitian ini sebesar 1,984. Berdasarkan tabel 16 diatas menunjukkan bahwa:

### 1. *E-Commerce* (X1)

Variabel *E-commerce* (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM yang dapat dilihat dalam tabel diatas yang menunjukkan bahwa *E-commerce* memiliki nilai 0,005 dengan signifikansi 0,005 (berada di bawah taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 0,05). Artinya *E-commerce* mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Sedangkan pada Nilai Thitung sebesar  $>$  Ttabel ( $2,893 > 1,984$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh *E-Commerce* (X1) terhadap Kinerja UMKM (Y).

### 2. Modal Usaha (X2)

Variabel Modal Usaha (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM yang dapat dilihat dalam tabel diatas yang menunjukkan bahwa Modal Usaha memiliki nilai sebesar 0,763 dengan signifikansi 0,005 (berada di atas taraf signifikansi yang ditentukan sebesar 0,05). Artinya Modal Usaha tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). Sedangkan pada Nilai Thitung sebesar  $<$  Ttabel ( $0,302 < 1,984$ ) maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh Modal Usaha (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y).

## 5. Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

*Uji Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan alat untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang

memperkuat atau memperlemah dengan adanya variabel moderasi (Ghozali, 2016:213). Berikut ini merupakan hasil Uji MRA:

**Tabel 17**  
**Hasil Uji MRA**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	t	Sig.
(Constant)	-,294	,769
<i>E-Commerce</i> _X1	,322	,748
Modal_Usaha_X2	,555	,580
Sumber Daya Manusia (SDM)_Z	,943	,348
MODERASI_X1.Z	-,140	,889
MODERASI_X2.Z	-,538	,592

a. Dependent Variable: Kinerja\_UMKM\_Y

Berdasarkan hasil dari output pada SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa hasil dari variabel interaksi atau perkalian X1.Z dengan tingkat signifikansinya sebesar  $0,889 > 0,05$  berarti variabel *e-commerce* (X1) yang memoderasi variabel Sumber Daya Manusia (SDM) (Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kinerja UMKM (Y), Sehingga dapat disimpulkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) tidak memoderasi atau tidak berpengaruh pada *e-commerce* terhadap kinerja UMKM. Karena jika Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki nilai yang tinggi belum tentu Sumber Daya Manusia (SDM) tersebut dapat memperkuat *e-commerce*.

Variabel interaksi atau perkalian X2.Z dengan tingkat signifikansinya sebesar  $0,592 > 0,05$ , berarti variabel Modal usaha yang memoderasi variabel Sumber Daya Manusia (SDM) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) tidak memoderasi atau tidak berpengaruh pada modal usaha terhadap kinerja UMKM. Karena jika Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki nilai yang tinggi belum tentu sumber daya manusia tersebut dapat memperkuat modal usaha.

## PEMBAHASAN

### ***E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19.**

Pada Hipotesis satu (H1) yang diuraikan ialah *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil uji T yang sudah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM, dengan demikian **H1 diterima**.

Adanya pemanfaatan atau penggunaan *e-commerce* oleh pelaku usaha ini juga memberikan dampak yang baik pada peningkatan kinerja UMKM ditengah pandemic covid-19. Semakin tingginya pemanfaatan atau penggunaan *E-commerce* khususnya pada UMKM maka semakin tinggi juga kinerja UMKM yang dicapai atau diperoleh UMKM, dan sebaliknya jika semakin rendah penggunaan *E-commerce* akan semakin kecil kinerja yang akan diperoleh.

### **Modal Usaha Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

Pada hipotesis dua (H2) yang diuraikan ialah Modal Usaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil uji T yang sudah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, dengan demikian **H2 ditolak**.

Meskipun nilai modal usaha tinggi hal ini dapat dijelaskan bahwa pemahaman mengenai modal usaha disetiap orang berbeda satu sama lain. Dimasa pandemic covid-19 ini membuat pelaku usaha lebih memilih menggunakan modal sendiri dibandingkan meminjam modal dari pihak lain dan hal ini juga mengakibatkan terhambatnya perolehan modal usaha bagi pelaku UMKM. Untuk dapat mengelola modal usaha sangat diperlukannya pemahaman mengenai modal usaha yang sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengelolaan dan pemahaman mengenai modal usaha maka semakin baik juga kinerja yang akan dihasilkan, sebaliknya semakin rendah pengelolaan dan pemahaman modal usaha maka semakin buruk kinerja yang akan dihasilkan.

### **SDM Tidak Dapat Memoderasi Hubungan *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

Pada penelitian ini hipotesis tiga (H3) yang diuraikan ialah SDM dapat memoderasi hubungan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil uji moderasi (MRA) yang sudah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Sumber Daya Manusia (SDM) tidak dapat memoderasi hubungan *e-commerce* terhadap variabel kinerja UMKM, dengan demikian **H3 ditolak**.

Meskipun Sumber Daya Manusia (SDM)nya tinggi hal ini dapat dijelaskan bahwa tingginya Sumber Daya Manusia (SDM) belum tentu bisa memanfaatkan dan memahami *e-commerce* dengan baik apalagi ditengah pandemic covid-19 saat ini, Banyak masyarakat yang belum memahami pentingnya pemanfaatan *e-commerce* bagi usaha, adanya Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi faktor penting dalam suatu usaha untuk meningkatkan kinerja usaha dalam memanfaatkan sumber daya lain khususnya penggunaan *e-commerce*.

Sehingga dapat disimpulkan jika pelaku UMKM memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) berkualitas akan dapat mengelola dan memahami *e-commerce* dengan baik, maka akan semakin baik dan berkualitas juga kinerja usaha yang akan dihasilkan dan begitu juga sebaliknya.

### **SDM Tidak Dapat Memoderasi Hubungan Modal Usaha Terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19**

Pada penelitian ini hipotesis keempat (H4) yang diuraikan ialah SDM dapat memoderasi hubungan modal usaha terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil uji moderasi (MRA) yang sudah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) (SDM) tidak dapat memoderasi hubungan modal usaha terhadap kinerja UMKM, dengan demikian **H4 ditolak**.

Meskipun tingkat Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki nilai tinggi, ditengah pandemic covid-19 saat ini belum tentu Sumber Daya Manusia (SDM) tersebut bisa mengelola dan memanfaatkan modal usaha dengan baik dan bijak. Oleh sebab itu perlu memberikan bimbingan atau arahan berkaitan pemahaman mengenai modal usaha agar dapat menghasilkan modal usaha berkualitas sehingga mampu meningkatkan kinerja usahanya. Dapat disimpulkan jika suatu usaha memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) berkualitas maka kinerja usaha yang dihasilkan akan berkualitas juga dan begitu juga sebaliknya jika Sumber Daya Manusianya tidak berkualitas maka akan menjadi penghambat dalam menciptakan kinerja yang berkualitas pada usaha.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM, Modal Usaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, Sumber Daya Manusia (SDM) tidak dapat memoderasi hubungan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM dan Sumber Daya Manusia (SDM) tidak dapat memoderasi hubungan modal usaha terhadap kinerja UMKM.

Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah ruang lingkup penelitian seperti di kecamatan, kota atau kabupaten lain, menggunakan sampel yang lebih luas serta menggunakan metode penelitian lain seperti wawancara dan juga diharapkan penelitian ini mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Saran bagi UMKM, diharapkan mampu memanfaatkan *e-commerce* dan juga mampu mengelola modal usaha dengan baik serta dapat memberikan bimbingan kepada sumber daya manusia agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas sehingga dalam hal pengelolaan *e-commerce* dan modal usaha dapat berpengaruh terhadap kinerja usaha yang akan dihasilkan nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–111. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Anomin. (2020). PPKM Darurat, Pelaku Usaha Kecil Menolak Pembatasan Kegiatan: ‘Bisa Kembali Hancur Lebur UMKM, Kami Dapat Uang Dari Mana. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-57650848>. Diakses 22 Desember 2021
- Burhan, F. A. (2021). *Survei KIC: Mayoritas UMKM Berdagang Online di Shopee dan Tokopedia*. <https://katadata.co.id/yuliawati/digital/608fc9fd30bac/survei-kic-mayoritas-umkm-berdagang-online-di-shopee-dan-tokopedia%0A>
- Fadhli, K., Maghfiroh, V. F., & Munawaroh, S. (2021). Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Kabupaten Jombang Pada Masa Pandemi Covid-19. 5(1).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Huda, N., & Munandar, A. (2021). Pengaruh digital marketing dan network dalam meningkatkan kinerja umkm di masa pandemi covid-19. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(9), hal 470.
- Johana, J. (2016). Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. *Skripsi, Asian Banking Finance And Informatics Institute*, 21–22. <https://digilib.perbanas.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1437&bid=26437>
- Karyati, I. P. (2019). *E-commerce untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2019*. <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/>
- Larasati, S. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Deepublish:Yogyakarta.
- Mukoffi, A., & As’adi. (2021). Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Kecanggihan Teknologi terhadap Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19. *Paradigma Ekonomika*, 16(2), 235–246.
- Nadra, I. (2020). Analisa Pengaruh Strategi Pemasaran Dimasa Pandemi Covid-19 Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm Kota Medan Dimoderasi Oleh Teknologi. *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 20–33.
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tukur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1–19.
- Prasetyo, S. R. (2019). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Jamu Gendong di Kelurahan Wonolopo Kecamatan Mijen, Semarang. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Prasetyo, W. B. (2020). *Di Tengah Pandemi, Industri E-Commerce Dapat Berkah*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/digital/714201/di-tengah-pandemi-industri-ecommerce-dapat-berkah>

- Purwaningsih, R. R., & Haryono, N. A. (2019). Sumber Daya Manusia, Operasional, Pemasaran, Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Surabaya. *Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 390–409. <https://journal.stienas-yph.ac.id/index.php/jdeb/article/view/207>
- Putra, I. G. B. N. P., Maharani, I. A. D. P., & Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Penerbit Nilacakra, Badung, Bali.
- Rosyida, S. (2017). Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Internet dalam Berbelanja Online. *Jurnal Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 2, 81–86. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/repo/viewitem/623>
- Safitri, H., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. *Economics Education Analysis Journal*, 7(2), 799–800.
- Sari, D. N. (2020). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kelurahan Jelmu Kota Jambi. *Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi*, Hal 20.
- Sriyanto, & Adelina, N. (2020). Orientasi Pasar dan Kinerja Perusahaan Pada Masa Pandemi Covid-19: Peran E-Commerce Sebagai Moderasi (Studi UMKM Di Kota Solo). *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 11(Nomor 2), 62–75.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suindari, N. M., & Juniariani, N. M. R. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm). *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 152–153. <https://doi.org/10.22225/kr.11.2.1423.148-154>
- Syamruddin. (2021). *Geliat E-Commerce di Tengah Pandemi COVID-19*. INDUSTRY.Co.Id.<https://www.industry.co.id/read/80308/geliat-e-commerce-di-tengah-pandemi-covid-19>
- Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>
- Yuliantoko. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Modal Usaha, Dan Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha ( Studi Empiris UMKM Di Kecamatan Kaliangkrik Dan Bandongan ). *Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang*