

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik responden

Penyajian karakteristik responden penelitian ini berbentuk deskriptif data hasil penelitian. Perolehan data hasil penelitian ini dari responden secara langsung, yakni lewat penyebaran angket oleh peneliti. Responden penelitian sejumlah 100 orang. Informasi yang disajikan pada penelitian ini adalah kondisi umum responden berdasarkan lama berwirausaha, *platform e-commerce*, usia, serta jenis kelamin.

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasar data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat responden berjenis kelamin perempuan yaitu dengan persentase 55% atau sejumlah 55 orang, serta

berjenis kelamin laki-laki yaitu dengan persentase 45% atau sejumlah 45 orang. Oleh karenanya didapatkan data bahwa lebih banyak jumlah responden perempuan daripada laki-laki. Ini menandakan bahwa perempuan masih memimpin presentasi kepemilikan usaha ekonomi kreatif, selain itu juga, usaha mikro yang dilakukan oleh perempuan ini punya kelebihan karena dilakukan di rumah, maka para ibu pelaku ibu rumah tangga masih dapat menjalankan peran domestiknya dalam kegiatan rumah tangga sebagai bagian dari kegiatan keluarga sehari-hari.

b. Tingkat Usia Responden

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
15-20 tahun	19	19%
21-30 tahun	43	43%
31-50 tahun	38	38%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasar pada data tersebut, bisa didapatkan kesimpulan bahwa usia 100 responden pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Tangerang penelitian ini terdapat 19 orang dengan rentang usia 15-20 tahun atau 19% dan usia 21-30 tahun atau 43% dan

responden dengan usia 31-50 tahun yaitu dengan persentase 38% atau sejumlah 38 orang. Oleh karenanya bisa diketahui responden terbanyak dengan usia 21-30 tahun.

Hal ini dapat kita ketahui bahwasannya usia 21-30 tahun merupakan termasuk ke dalam generasi milenial dimana milenial sangat terpapar dengan teknologi, bahkan juga mengalami berbagai revolusi dalam teknologi, mulai dengan adanya komputer, informasi, dan kemudian internet. Kondisi ini semua membentuk milenial dengan hidup yang serba mudah, selain itu generasi milenial ingin bebas dari aturan tempat kerja dan standar kinerja manajemen perusahaan. Ini menjadikan usaha ekonomi kreatif didominasi oleh generasi milenial.

c. Platform *E-commerce* Responden

Tabel 4.3 Platform *E-commerce* Responden

Nama Platform	Frekuensi	Presentase
Shopee	55	55%
Tokopedia	30	30%
Lainnya	15	15%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasar data tersebut, bisa dilihat bahwa 100 pelaku responden UMKM di Kabupaten Tangerang 55 responden atau 55% menggunakan *e-commerce* dengan

platform Shopee, 30 responden atau 30% menggunakan *e-commerce* platform Tokopedia dan 15 responden atau 15% menggunakan *e-commerce* platform lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang lebih banyak menggunakan *e-commerce* platform Shopee yaitu 55 % .

d. Lama Usaha Responden

Tabel 4.4 Lama Usaha Responden

Lama Usaha	Frkuensi	Presentase
< 1 tahun	9	9%
1-3 tahun	52	52%
5-10 tahun	33	33%
>10	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasar data tersebut, bisa dilihat bahwa 100 pelaku UMKM Kabupaten Tangerang yang dijadikan responden, maka didapatkan data sejumlah 9 pelaku UMKM memiliki lama usaha < 1 tahun yakni dengan persentase 9%, 52 pelaku UMKM memiliki lama usaha 1-3 tahun yakni dengan persentase 52%, 33 pelaku UMKM memiliki lama usaha 5-10 tahun yakni dengan persentase 33%, dan 6 pelaku UMKM memiliki lama usaha >10 tahun yakni

dengan persentase 6%. Oleh karenanya didapatkan kesimpulan bahwa mayoritas reponden memiliki lama usaha antara 1 hingga 3 tahun.

e. Data Kelompok Usaha di Kabupaten Tangerang

Tabel 4.5 Jenis Usaha di Kabupaten Tangerang

No	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
1	Industri Makanan dan Minuman	2063	36,2%
2	Industry pakaian	797	14%
3	Industry Kerajinan	341	6%
4	Jasa Sewa	616	10,8%
5	Pertanian	113	2%
6	Peternakan	142	2,5%
7	Perkebunan	87	1,5%
8	Perikanan	170	3%
9	Perdagangan	1369	24,%

Sumber: Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kab.Tangerang (diolah).

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa dari 5699 pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang tercatat pada Online Data Sistem Dinas Koperasi dan Usaha Mikro di Kabupaten Tangerang tahun 2020, 2063 pelaku UMKM atau 36,2% adalah sektor makanan dan minuman, 797 pelaku UMKM atau 14% adalah sektor pakaian, 341 pelaku UMKM atau 6% adalah sektor kerajinan, 616 pelaku UMKM atau

10,8% adalah sektor jasa sewa, 113 pelaku UMKM atau 2,0% adalah sektor pertanian, 142 pelaku UMKM atau 2,5% adalah sektor peternakan , dan 87 pelaku UMKM atau 1,5% adalah sektor perkebunan, 170 pelaku UMKM atau 3,0% adalah sektor perikanan dan 1369 pelaku UMKM atau 24% adalah industri perdagangan . Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Tangerang terbanyak berasal dari industri makanan dan minuman, ini dikarenakan mudahnya akses memperoleh bahan baku, karena hampir semua komponen industri makanan dan minuman ini diperoleh dari dalam negeri.

B. Hasil Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Penggunaan pengujian validitas ini adalah sebagai prasyarat dalam melihat apakah data untuk uji hipotesis adalah valid ataukah sebaliknya. Maka dari hal tersebut, data yang sudah diperoleh haruslah dilakukan pengujian validitas terlebih dulu. Acuan dalam pengambilan keputusan

pada uji validitas ini adalah membandingkan rhitung dan rtabel atau mengacu signifikansi yang didapatkan ($\text{sig} < \alpha$). Item dianggap valid bila rhitung bernilai $>$ rtabel, serta tidak valid bila rhitung $<$ rtabel. R tabel yang didapatkan untuk responden sejumlah 100 ($N=100$) dan $\alpha= 5\%$, ialah 0,196 ($\text{df}=n-2$, $\text{df}=100-2= 98$). Penjabaran hasil uji validitas penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Responden	X	Y
1	23	27
2	25	30
3	25	25
4	18	20
5	19	16
6	22	23
7	18	17
8	21	17
9	20	21
10	25	22
11	24	23
12	23	26
13	23	23
14	21	24
15	20	25
16	20	21
17	18	22
18	19	23
19	21	24
20	21	24
21	25	25
22	23	18

Responden	X	Y
23	20	19
24	23	22
25	25	20
26	19	26
27	25	29
28	17	24
29	20	23
30	25	30
31	19	25
32	23	25
33	22	25
34	18	21
35	20	25
36	25	30
37	19	18
38	23	27
39	19	25
40	22	24
41	19	22
42	18	23
43	24	23
44	23	30
45	20	22
46	20	20
47	24	27
48	20	21
49	22	25
50	22	26
51	21	25
52	23	26
53	21	24
54	20	26
55	21	22
56	21	24
57	17	25
58	20	25
59	20	25
60	21	25

Responden	X	Y
61	23	21
62	20	22
63	20	23
64	24	25
65	21	25
66	22	24
67	22	26
68	19	23
69	22	28
70	24	28
71	22	25
72	20	24
73	21	23
74	21	25
75	21	24
76	18	28
77	21	25
78	20	26
79	23	27
80	21	25
81	22	23
82	23	24
83	21	28
84	19	22
85	22	27
86	18	23
87	23	29
88	20	28
89	18	22
90	25	28
91	20	27
92	20	25
93	21	25
94	20	24
95	21	23
96	19	26
97	21	26
98	19	22

Responden	X	Y
99	23	27
100	18	26

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Pengaruh <i>E-commerce</i>	Item 1	0,641	0.196	Valid
	Item 2	0,581	0.196	Valid
	Item 3	0,681	0.196	Valid
	Item 4	0,717	0.196	Valid
	Item 5	0,776	0.196	Valid
Perkembangan UMKM	Item 1	0,394	0.196	Valid
	Item 2	0,724	0.196	Valid
	Item 3	0,769	0.196	Valid
	Item 4	0,775	0.196	Valid
	Item 5	0,733	0.196	Valid
	Item 6	0,700	0.196	Valid

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Mengacu data tersebut, didapatkan bahwa setelah dilakukan pengolahan data pada Pengaruh *e-commerce* (X) dan Perkembangan UMKM (Y) dengan menggunakan SPSS, dan setelah menggunakan perbandingan antara *r* hitung yang memiliki nilai melebihi *r* tabel maka item kuesionernya serta bisa dipakai dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimanfaatkan dalam mengukur sebuah kuesioner adalah indikator dari suatu konstruk. Uji statistik yang dipergunakan untuk pengukuran ini yaitu *Cronbach Alpha*. Biila *Cronbach Alpha* bernilai melebihi 0,60 ($>0,60$), memiliki arti variabel adalah reliabel. Hasil pengujian ini, dijabarkan yaitu:

Tabel 4.8 Reliabilitas Variabel Pengaruh *E-commerce* (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	5

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Tabel 4.9 Reliabilitas Variabel Perkembangan UMKM (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	6

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas

Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
X	0,713	Reliable
Y	0,764	Reliable

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Mengacu hasil tersebut, didapatkan bahwa setiap variable memiliki *cronbach's Alpha* melebihi 0,60 yakni 0,764 pada variable Y serta 0,713 pada variable X. Oleh karenanya bisa dinyatakan bahwa seluruh item pada variabel perkembangan UMKM dan pengaruh *e-commerce* adalah reliabel serta bisa diterima.

2. Pengujian Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Pelaksanaan uji normalitas memiliki tujuan guna melihat data masing-masing variabel yang didapatkan tersebut memiliki distribusi normal atautkah sebaliknya. Uji normalitas penelitian ini dengan memanfaatkan uji *Kolmogrov Smirnov*, dimana kriteria penyimpulannya yakni bila signifikansi bernilai $> 0,05$ memiliki arti distribusi data normal sementara bila signifikansi bernilai $< 0,05$ memiliki arti distribusi data tidak normal. Hasil pengujian ini, dijabarkan, yaitu:

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64656417
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.078
	Positive	.043
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Mengacu data tersebut, bisa dilihat bahwa signifikansi yang dihasilkan adalah $0,140 > 0,05$, oleh karenanya dinyatakan data layak digunakan dan distribusinya normal.

b. Uji Homogenitas

Tujuan dari dilakukannya pengujian homogenitas adalah melihat bahwa beberapa kelompok data sampel (dua atau lebih) berasal dari satu varian populasi. Pengujian ini mengacu *levene test*, dimana bila signifikansi yang dihasilkan senlai $> 0,05$ maka maka homogen untuk varian kelompok datanya sementara bila signifikansi bernilai $< 0,05$ maka tidak homogen varian kelompok datanya. Hasil

pengujian ini dijabarkan, yaitu:

Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances
VAR00001

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.067	12	85	.398

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Mengacu data tersebut bisa dilihat bahwa signifikansi yang didapatkan adalah 0,398 dimana ini melebihi $\alpha = 0,05$, oleh karenanya didapatkan kesimpulan bahwa varian sampel data penelitian ini adalah sama atau homogen.

3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM penulis menggunakan model regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS untuk melihat arah hubungan pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Hasil pengujian ini dengan memanfaatkan program SPSS dijabarkan, yaitu:

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.994	2.719		4.778	.000
Peran E-commerce	.531	.128	.386	4.148	.000

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM
 Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Dari data tersebut, di dapatkan persamaan regresi

linier sederhana yaitu :

$$Y = 12.994 + 0,531X$$

Keterangan:

Y = Perkembangan UMKM

X = Pengaruh *E-Commerce*

- 1) Nilai konstanta sebesar 12,994 memiliki arti bila penerapan *e-commerce* (X) adalah 0 atau berkeadaan konstan, maka nilai dari perkembangan UMKM adalah 12,994 satuan. Atau berarti bila penerapan *e-commerce* (Y) tidak ada, maka akan terjadi peningkatan perkembangan UMKM (X) di Kab Tangerang sejumlah 12,994. Alasannya ialah masih terdapat faktor lainnya yang memberikan peran terhadap perkembangan

UMKM.

- 2) Koefisien regresi variabel Perkembangan UMKM (X) senilai 0.531 ini berarti bila ada 1% kenaikan untuk penerapan *e-commerce* oleh pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang maka perkembangan UMKM akan naik senilai 0,531 dimana variabel lainnya diasumsikan konstan.

b. Uji t

Pelaksanaan pengujian ini guna melihat secara parsial signifikansi variabel bebas terhadap variabel tergantung. Dasar penyimpulannya dengan membandingkan signifikansi yang dihasilkan dengan $\alpha = 0,05$. Bila signifikansi bernilai $< 0,05$. Hasil uji t dijelaskan yaitu:

Tabel 4.14 Hasil Uji t

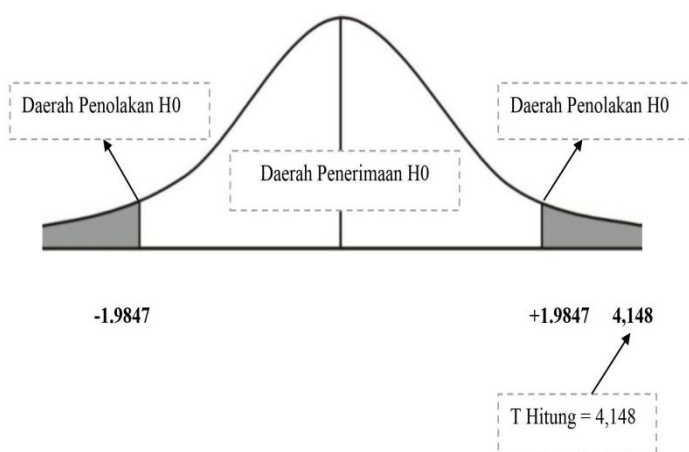
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.994	2.719		4.778	.000
Peran <i>E-commerce</i>	.531	.128	.386	4.148	.000

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Berdasar data tersebut, dihasilkan bahwa nilai koefisien t-hitung 4,148 dengan taraf signifikansi senilai 0.05 dibagikan dengan 2 (sebab 2 arah) memperoleh hasil yaitu $0.025 \alpha = 2,5\%$. Serta diketahui $(df) = 100-1-1=98$, dan t tabel 1.9847.

Gambar 4.1 Kurva Uji t dua sisi



Berdasarkan gambar 4.1 bisa dilihat bahwa t hitung melebihi t tabel ($t \text{ hitung } 4,148 > t \text{ tabel } 1.9847$). Serta signifikansi yang dihasilkan senilai $0,000 < 0,05$ oleh karenanya H_1 diterima serta H_0 ditolak, sehingga variabel bebas berperan terhadap variabel tergantung.

c. Uji F

Tujuan dari dilaksanakannya uji f ialah guna mengetahui variabel independen secara serenta/besamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependent ataukah tidak. Dasar penyimpulan atas pengujian ini dengan mengacu taraf signifikansi senilai 0,05. Bila signifikansi yang dihasilkan bernilai $< 0,05$, maka secara bersamaan pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM memberi pengaruh yang signifikan. Dasar pengujiannya, yakni:

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	121.734	1	121.734	17.204	.000 ^b
Residual	693.426	98	7.076		
Total	815.160	99			

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

b. Predictors: (Constant), Peran *E-commerce*

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Mengacu data tersebut, didapatkan bahwa signifikansi yang dihasilkan senilai $0.000 < 0.05$ serta F hitung $17,204 > F$ tabel 3,94, ($df_1=k-1=2-1=1, df_2=n-k=100-2=98$), oleh karenanya didapatkan kesimpulan bahwa secara

simultan *e-commerce* memberi pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan UMKM di Kab.Tangerang.

d. Uji koefisien korelasi

Fungsi dari koefisien determinasi ialah menerangkan seberapa jauh variabel bebas (pengaruh *e-commerce*) berkemampuan terhadap variabel tergantung (perkembangan UMKM) dengan mengacu nilai *R square*.

Pencabaran hasil pengujian ini, yaitu:

Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 ^a	.149	.141	2.660

a. Predictors: (Constant), Peran *E-commerce*

Sumber : Data hasil olah SPSS 2021

Berdasar data tersebut didapatkan R^2 senilai 0,149 atau sejumlah 14,9 %. Ini berarti pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Tangerang adalah 14,9 %. Sementara 85, 1 % sisanya dipengaruhi faktor lainnya di luar penelitian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Penggunaan *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perkembangan UMKM di Kab.Tangerang

Mengacu pada data hasil penelitian terkait hipotesis dan judul permasalahan penelitian yang diselaraskan dengan data hasil penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka guna melihat signifikansi dan pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Tangerang ditunjukkan dengan hasil perbandingan t tabel dengan t hitung. T hitung yang dihasilkan bernilai melebihi t tabel ($4,148 > 1.9847$) serta dapat diketahui pada signifikansi yang dihasilkan adalah $0.000 < 0.05$. Oleh karenanya bisa dinyatakan adanya pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Tangerang.

Dengan ini UMKM bisa berkembang dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi internet. Penggunaan internet memberi manfaat serta dampak besar pada dunia usaha. Melalui penggunaan *e-commerce* bisa menjadikan penjualan produk barang dan jasa meningkat.

2. Besar pengaruh *e-commerce* terhadap perkembangan UMKM di Kabupaten Tangerang

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, dimana nilai koefisien determinasi (R^2) senilai 14,9 %, dimana ini berarti besarnya variabel bebas mempengaruhi variabel tergantung adalah 14,9 % sementara sisanya dipengaruhi faktor lainnya di luar penelitian ini. Nilai ini memperlihatkan interpretasi koefisien berkategori sangat rendah. Maka dari itu perlu dilakukan pelatihan dan pendampingan agar lebih banyak lagi para pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang yang menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasarannya dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya di masa pandemi seperti sekarang ini.