



### **PENGARUH ADOPSI E – COMMERCE DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM (STUDI KASUS PADA UMKM DI KOTA SUKABUMI)**

**Citra Sonia**

Program Study Manajemen, Universitas Nusa Putra

email: [citra.sonia\\_mn23@nusaputra.ac.id](mailto:citra.sonia_mn23@nusaputra.ac.id)

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan inovasi produk yang mereka jual di Kabupaten Sukabumi. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari 20 responden yang terdiri dari pemilik atau pengelola UMKM di sektor makanan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara kinerja UMKM dan pertumbuhan ekonomi serta inovasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja UMKM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan inovasi produk di Kabupaten Sukabumi. Pemerintah setempat dan para pemangku kepentingan harus memperhatikan dan mendukung pengembangan UMKM, terutama di sektor makanan, untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukabumi.

**Kata Kunci :** E – Commerce, Inovasi Produk dan Kinerja UMKM

#### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of MSME performance on economic growth and product innovation they sell in Sukabumi Regency. The data used in this research was obtained from 20 respondents consisting of owners or managers of MSMEs in the food sector. This research uses simple linear regression analysis to examine the relationship between MSME performance and economic growth and product innovation. The research results show that the performance of MSMEs has a positive and significant influence on economic growth and product innovation in Sukabumi Regency. The local government and stakeholders must pay attention to and support the development of MSMEs, especially in the food sector, to encourage economic growth in Sukabumi Regency.*

**Keywords:** E – Commerce, Product Innovation and MSME Performance



### PENDAHULUAAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah diakui sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di banyak negara. Mereka sangat penting untuk pembangunan ekonomi karena mereka berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, inovasi, dan kemajuan teknologi (Mubarak et al., 2019). Menurut Bank Dunia, UMKM membentuk sekitar 90% dari semua bisnis di seluruh dunia dan memperkerjakan sekitar 50% tenaga kerja global. Meskipun UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, mereka menghadapi beberapa tantangan yang membatasi kemampuan mereka untuk mencapai potensi penuh mereka (Zaelani, 2019). Tantangan-tantangan ini termasuk akses keuangan yang terbatas, kurangnya akses ke teknologi modern, keterampilan manajerial dan kewirausahaan yang terbatas, infrastruktur yang tidak memadai, dan lingkungan peraturan yang tidak menguntungkan (Sulaiman et al., 2021). Tantangan-tantangan ini dapat secara signifikan menghambat pertumbuhan dan daya saing mereka di pasar. Pemahaman UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dan mengatasi tantangan yang mereka hadapi sangat penting bagi pembuat kebijakan, pengusaha, dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini dapat membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi UMKM untuk berkembang dan berkontribusi secara lebih efektif terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan pembangunan sosial secara keseluruhan (Akpoviro & Owotutu, 2018; Roxas & Chadee, 2016).

Perkembangan UMKM memiliki implikasi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, karena dapat mendorong kegiatan ekonomi di berbagai sektor. UMKM sering beroperasi di daerah berpenghasilan rendah dan memperkerjakan orang yang mungkin memiliki peluang terbatas untuk jenis pekerjaan lain (Harahap et al., 2020). Mereka dapat memberikan peluang pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, termasuk menciptakan lapangan kerja dan mendukung bisnis lokal (Iskandar et al., 2020; Putri, 2020; Rapih, 2015). Misalnya, di Indonesia, UMKM berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, dengan lebih dari 60 juta UMKM menghasilkan sekitar 97% dari peluang kerja negara. Terlebih lagi, globalisasi ekonomi yang semakin meningkat telah menciptakan peluang dan tantangan baru bagi UMKM. Globalisasi telah memungkinkan UMKM mengakses pasar, teknologi, dan modal baru, tetapi juga menciptakan lebih banyak persaingan, terutama bagi perusahaan dengan sumber daya terbatas atau yang beroperasi di daerah berpenghasilan rendah. Akibatnya, banyak UMKM membutuhkan dukungan tambahan untuk meningkatkan daya saing, kapasitas, dan akses pasar mereka (Alkhamery et al., 2021; Mubarak et al., 2019).

Salah satu tantangan utama adalah terbatasnya akses keuangan, terutama bagi mereka yang berada di negara berkembang (Riffianto & Suryani, 2017). Akses ke keuangan sangat penting bagi UMKM untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka, karena mereka sering kali kekurangan agunan dan dapat dianggap sebagai peminjam berisiko tinggi oleh bank dan lembaga keuangan lainnya. Akses keuangan yang terbatas menjadi masalah bagi pengusaha perempuan dan mereka yang berada di daerah berpenghasilan rendah, yang mungkin memiliki akses terbatas ke modal dan layanan keuangan. Tantangan lain yang



dihadapi UMKM adalah kurangnya akses terhadap teknologi modern, yang dapat mempengaruhi daya saing dan produktivitas mereka (Santoso et al., 2020). Banyak UMKM tidak dapat mengakses atau membeli teknologi baru, yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk berinovasi dan bersaing secara efektif di pasar. Selain itu, banyak UMKM tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi secara efektif atau memanfaatkan peluang baru. Kurangnya akses ke teknologi modern merupakan masalah khusus di daerah berpenghasilan rendah, di mana infrastruktur dan teknologi mungkin tidak memadai atau bahkan tidak ada (Rizos et al., 2016).

Infrastruktur yang tidak memadai juga merupakan tantangan signifikan yang dihadapi UMKM, terutama di daerah berpenghasilan rendah. Infrastruktur yang buruk dapat membatasi akses ke pasar, informasi, dan sumber daya lainnya, serta dapat meningkatkan biaya dalam menjalankan bisnis. Misalnya, infrastruktur transportasi dan komunikasi yang tidak memadai dapat membatasi akses ke pasar dan meningkatkan biaya transportasi, sementara kekurangan listrik yang andal dapat membatasi produksi dan produktivitas. Tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah lingkungan peraturan yang tidak menguntungkan, yang dapat membatasi kemampuan mereka untuk beroperasi secara efektif dan efisien (Tambunan, 2009). Di banyak negara, kerangka peraturan rumit, tidak konsisten, dan memberatkan, yang dapat membatasi pertumbuhan bisnis dan menghambat investasi. Peraturan juga dapat bersifat diskriminatif, lebih mengutamakan perusahaan besar daripada perusahaan kecil atau membatasi kemampuan UMKM untuk bersaing secara efektif.

Selain itu, UMKM sering menghadapi kekurangan tenaga kerja terampil, yang dapat membatasi produktivitas dan daya saing mereka. Kekurangan ini bisa sangat parah di daerah berpenghasilan rendah, di mana akses ke pendidikan dan pelatihan mungkin terbatas, dan di mana pekerja mungkin tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mengoperasikan teknologi modern atau berpartisipasi dalam proses produksi yang lebih kompleks (Supono, 2011). Akibatnya, UMKM mungkin tidak dapat memenuhi permintaan pasar, yang menyebabkan hilangnya peluang bisnis dan pertumbuhan yang berkurang. Pengembangan UMKM sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, terutama di negara-negara berkembang. Namun, mereka menghadapi tantangan signifikan yang membatasi potensi mereka untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja (Susanto & Sukarno, 2022; Yani et al., 2022; Yuliana & Pujiastuti, 2018).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa UMKM merupakan kontributor yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Misalnya, sebuah studi oleh (Rana et al., 2022) menemukan bahwa UMKM di Bangladesh berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Studi ini juga menemukan bahwa UMKM memiliki potensi untuk memainkan peran yang lebih signifikan dalam perekonomian jika diberikan dukungan yang memadai. Studi lain oleh (Wu et al., 2017) meneliti peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi China. Studi ini menemukan bahwa UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi China dengan berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan transfer teknologi. Studi ini juga menemukan bahwa UMKM lebih fleksibel dan responsif terhadap permintaan pasar daripada perusahaan besar, yang membuat mereka lebih tangguh selama kemerosotan ekonomi. Selain itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa UMKM sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. UMKM sering beroperasi di daerah berpenghasilan rendah dan memperkerjakan orang yang mungkin memiliki peluang terbatas untuk jenis pekerjaan lain. Mereka dapat memberikan peluang pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, termasuk menciptakan lapangan kerja dan mendukung bisnis

lokal. Misalnya, sebuah studi oleh (Stiglitz, 2016; Zidana, 2015) menemukan bahwa mendorong pengembangan UMKM di daerah berpenghasilan rendah dapat menjadi cara yang efektif untuk mengurangi kemiskinan dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

UMKM dapat memainkan peran yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi, pembangunan masyarakat, dan pengurangan kemiskinan. UMKM juga menjadi penggerak utama bagi peningkatan ekonomi dan pengembangan sektor lain. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, UMKM juga perlu dijaga kinerjanya agar tetap berkesinambungan, dengan demikian, kinerja UMKM berkelanjutan dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi (Hakim et al., 2022; Nurlinda & Sinuraya, 2020; Putra, 2016).

Pengaruh Kinerja UMKM Berkelanjutan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kinerja UMKM berkelanjutan dapat berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi melalui beberapa cara:

1. Mendorong Pertumbuhan Bisnis dan Inovasi UMKM yang berkinerja baik akan menghasilkan produk dan layanan yang lebih baik, inovatif dan berkelanjutan. UMKM yang berkinerja baik mampu menciptakan nilai tambah dalam bisnis, dan menjadi sumber daya ekonomi yang potensial bagi pengembangan sektor ekonomi lainnya. Kinerja UMKM yang berkelanjutan dapat meningkatkan daya saing bisnis, meningkatkan produktivitas, dan memperluas pasar, yang semuanya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
2. Meningkatkan Kontribusi terhadap Penerimaan Pajak Kinerja UMKM yang berkelanjutan dapat meningkatkan kontribusi terhadap penerimaan pajak. UMKM yang berkinerja baik akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar, dan oleh karena itu akan membayar lebih banyak pajak. Penerimaan pajak yang lebih besar akan meningkatkan kemampuan pemerintah untuk membiayai program-program pembangunan dan investasi, yang pada akhirnya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
3. Meningkatkan Kesempatan Kerja UMKM yang berkinerja baik dapat memberikan kesempatan kerja yang lebih banyak dan berkelanjutan. UMKM yang berkinerja baik mampu memperluas bisnisnya, dan karena itu akan membutuhkan lebih banyak tenaga kerja. Peningkatan kesempatan kerja akan meningkatkan tingkat penghasilan masyarakat, yang pada gilirannya akan meningkatkan permintaan untuk barang dan jasa. Peningkatan permintaan ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Indonesia adalah negara berkembang yang sangat bergantung pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk berkontribusi pada pertumbuhan ekonominya (White, 2017; Yang & Greaney, 2017). Sektor UMKM adalah sumber penting lapangan kerja, penghasil pendapatan, dan penciptaan kekayaan, dan juga merupakan pendorong inovasi dan daya saing dalam perekonomian. Pemerintah Indonesia telah menyadari pentingnya UMKM dan telah mengembangkan kebijakan dan program untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangannya. Dalam konteks ini, penting untuk mengkaji dampak kinerja UMKM yang berkelanjutan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia (Nizam et al., 2020; Putri, 2020). Kinerja UMKM yang berkelanjutan mengacu pada kemampuan UMKM untuk beroperasi secara berkelanjutan secara lingkungan, sosial, dan ekonomi. UMKM berkelanjutan adalah mereka yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi dengan meminimalkan dampak lingkungan dan sosial yang negatif.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat terhadap konsep praktik bisnis berkelanjutan di



kalangan UMKM di Indonesia semakin meningkat. Banyak UMKM mulai mengadopsi praktik berkelanjutan sebagai cara untuk meningkatkan daya saing mereka dan menarik lebih banyak pelanggan. Praktik-praktik ini termasuk mengurangi limbah, mengadopsi sumber energi terbarukan, dan mempromosikan tanggung jawab sosial. Pentingnya kinerja UMKM yang berkelanjutan telah diakui oleh pemerintah Indonesia. Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024, pemerintah telah menetapkan target peningkatan jumlah UMKM berkelanjutan menjadi 2,5 juta pada tahun 2024. Pemerintah juga mencanangkan beberapa program dan inisiatif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan. UMKM, termasuk Program Bisnis Hijau dan Kemitraan Indonesia untuk Pertanian Berkelanjutan (IPSA). Dampak kinerja UMKM yang berkelanjutan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi topik yang cukup menarik perhatian para pembuat kebijakan, peneliti, dan praktisi. Ada semakin banyak bukti bahwa UMKM yang berkelanjutan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. UMKM yang berkelanjutan juga dapat mendorong inovasi dan daya saing ekonomi, yang dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

Inovasi produk adalah proses pengembangan dan penerapan ide baru atau konsep untuk memenuhi kebutuhan pasar atau konsumen yang belum terpenuhi. Langkah pertama dalam inovasi produk adalah identifikasi masalah atau kebutuhan yang perlu dipecahkan. Setelah itu, tim inovasi akan mulai mengumpulkan ide-ide baru yang dapat menjadi solusi untuk masalah tersebut. Selanjutnya, ide-ide tersebut akan dievaluasi berdasarkan kriteria tertentu seperti potensi pasar, keunggulan kompetitif, dan kelayakan teknis. Ide yang paling menjanjikan akan dipilih untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi produk nyata. Proses pengembangan produk melibatkan perancangan, pengujian, dan modifikasi produk hingga mencapai tingkat kualitas dan kinerja yang diinginkan.

Selain itu, inovasi produk juga melibatkan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan produk baru ke pasar dan mendapatkan respon positif dari konsumen. Penting untuk terus melakukan riset pasar dan mengikuti perkembangan tren industri agar produk tetap relevan dan kompetitif. Dengan demikian, inovasi produk merupakan langkah penting bagi perusahaan untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar yang terus berubah.

Sukabumi adalah sebuah kabupaten yang terletak di Jawa Barat, Indonesia, dengan jumlah penduduk sekitar 2 juta jiwa. Kabupaten ini memiliki ekonomi yang beragam, dengan berbagai sektor berkontribusi terhadap pertumbuhannya. Salah satu sektor penting adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan bagian penting dari perekonomian kabupaten. UMKM di Sukabumi sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi kabupaten, karena mereka menyediakan lapangan kerja dan berkontribusi pada perekonomian lokal (Kusdiana & Gunardi, 2014; Noviana et al., 2022; Warcito et al., 2020). Menurut Kementerian Koperasi dan UKM, terdapat lebih dari 100.000 UMKM di Sukabumi dengan dengan mempekerjakan sekitar 450.000 orang.

Namun, kinerja UMKM di Sukabumi tidak selalu konsisten, dan banyak faktor yang dapat mempengaruhi keberlanjutannya. Salah satu faktor kritis yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah keberlanjutan. UMKM yang berkelanjutan dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal, karena mereka menciptakan peluang kerja, meningkatkan taraf hidup, dan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan (Nurhayati, 2020; Somadi, 2020). Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah daerah dan berbagai organisasi telah mengambil langkah untuk mempromosikan UMKM berkelanjutan di Sukabumi. Salah satu inisiatif yang dilakukan adalah Program Pengembangan UMKM Sukabumi yang bertujuan



untuk memberikan dukungan kepada UMKM di kabupaten tersebut. Program tersebut memberikan berbagai bentuk bantuan, antara lain pelatihan, akses permodalan, dan akses pasar. Program tersebut telah menunjukkan hasil yang positif, karena banyak UMKM di Sukabumi yang mengalami peningkatan kinerja dan menjadi lebih berkelanjutan. UMKM yang berkelanjutan berpotensi memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi kabupaten, karena mereka dapat menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan, dan berkontribusi pada ekonomi lokal

Misalnya seperti yang terjadi saat ini di Kota Sukabumi, UMKM di Kota Sukabumi yang bergerak dalam berbagai industri senantiasa mencatatkan pertumbuhan cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Merujuk pada data yang ada di Kota Sukabumi ada beberapa bidang yaitu, usaha kuliner, fashion dan agribisnis. UMKM yang di Kota Sukabumi ini telah berdiri 40 tahun. Jumlah UMKM yang ada di Kota Sukabumi berjumlah, 21.795 unit usaha mikro, 4.328 unit usaha kecil dan 877 unit usaha menengah. Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kota Sukabumi saat ini yaitu penggunaan media sosial berbasis internet atau biasa dikenal dengan penjualan online. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kota Sukabumi mempromosikan produk mereka melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, contohnya seperti Shopee, grab food dan tiktokshop dengan adanya media sosial ini maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smarphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak di sini yang dimana sekarang - sekarang ini sangat amat viral yang membantu UMKM dalam memasarkan produknya. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Adopsi E - Commerce dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM” sekarang seperti yang sering kita lihat salah satunya di media sosial yaitu tiktokshop yang dimana vasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Sukabumi”.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan asumsi model penelitian ini menjelaskan hubungan sebab akibat variabel. Sumber data penelitian ini yakni sekunder dan primer. Populasi penelitian ini adalah UMKM khusus industri makanan dengan karakteristik meliputi a. industri makanan; b. memiliki laporan keuangan rutin; c. memiliki karyawan; d. memiliki pasar diluar kota dan luar negeri. Berdasarkan karakteristik tersebut sampel yang memenuhi syarat adalah 20 sampel sehingga teknik penentuan sampel dengan quota sampling. Penelitian ini juga menghitung Regresi, Korelasi dan Reliabilitas serta Uji normalitas dengan di bantu SPSS untuk menganalisis data dari para UMKM.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### *Demografi Responden*

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kinerja UMKM industri makanan terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukabumi. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pemilik atau pengelola UMKM industri makanan yang beroperasi di Kabupaten Sukabumi sebanyak 20 responden. Berikut

adalah demografi responden yang terlibat dalam penelitian ini: Jenis Kelamin Dari total responden yang terlibat dalam penelitian, sebanyak 70% adalah laki-laki dan 20% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pemilik atau pengelola UMKM industri makanan di Kabupaten Sukabumi adalah laki-laki. Lama Usaha Sebanyak 30% responden memiliki usaha dengan lama beroperasi selama 1 tahun, 45% responden memiliki usaha dengan lama beroperasi antara 2 sampai 3 tahun, dan 25% responden memiliki usaha dengan lama beroperasi di atas 3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden telah beroperasi selama lebih dari 1 tahun. Latar Belakang Pendidikan Dari total responden, 30% memiliki latar belakang pendidikan SMP, 60% memiliki latar belakang pendidikan SMA, dan 10% memiliki latar belakang pendidikan S1. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA dan hanya sebagian kecil yang memiliki latar belakang pendidikan S1.

Demografi responden yang terlibat dalam penelitian ini memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai karakteristik pemilik atau pengelola UMKM industri makanan di Kabupaten Sukabumi. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yang telah beroperasi selama lebih dari 1 tahun dan memiliki latar belakang pendidikan SMA.

- **Penelitian menggunakan metode Regresi**

- **Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.244 <sup>a</sup>	.059	.043	.725

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk , Adopsi E-commerce

Dari hasil analisis regresi linier sederhana ini, diketahui bahwa model yang digunakan memiliki R sebesar 0.44, yang berarti sekitar 44% variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.43, yang mengindikasikan bahwa model ini juga sudah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan.

Standar error dari estimasi model ini adalah sebesar 7.25, yang menunjukkan seberapa presisi model dalam mengestimasi nilai-nilai variabel dependen. Semakin kecil nilai standar error, semakin baik model dalam mengestimasi nilai sebenarnya.

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.847	2	1.923	3.656	.029 <sup>b</sup>
	Residual	61.027	116	.526		
	Total	64.874	118			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk , Adopsi E-commerce

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.974	.470		6.323	.000
	Adopsi E-commerce	.133	.090	.136	1.465	.146
	Inovasi Produk	.163	.087	.173	1.868	.064

Pada hasil regresi tersebut, terdapat dua variabel yang signifikan, yaitu Variabel X1 dan X2. Variabel X1 memiliki koefisien regresi sebesar 2974 dan variabel X2 memiliki koefisien regresi sebesar 133. Koefisien regresi ini menunjukkan pengaruh variabel input terhadap variabel output. Selain itu, terdapat standardized coefficients (beta) pada variabel X1 sebesar 0.090 dan pada variabel X2 sebesar 0.136. Nilai-nilai ini merupakan koefisien regresi yang telah dinormalisasi, sehingga memungkinkan perbandingan pengaruh antara kedua variable meskipun memiliki skala yang berbeda. Kedua variabel juga memiliki nilai signifikansi (Sig) yang lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel output. Dengan demikian, hasil regresi menunjukkan bahwa kedua variabel input memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel output, dengan variabel X2 memiliki pengaruh yang sedikit lebih besar daripada variabel X1.

- **Metode Korelasi dan Reliabilitas**

- **Correlations**

		Adopsi E-commerce	Inovasi Produk	Kinerja UMKM
Adopsi E-commerce	Pearson Correlation	1	.233*	.176
	Sig. (2-tailed)		.011	.055
	N	119	119	119
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.233*	1	.205*
	Sig. (2-tailed)	.011		.026
	N	119	119	119
Kinerja UMKM	Pearson Correlation	.176	.205*	1
	Sig. (2-tailed)	.055	.026	
	N	119	119	119

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Terdapat korelasi positif yang signifikan antara adopsi e-commerce dengan inovasi



produk ( $r=0.233$ ,  $p=0.011$ ) serta antara inovasi produk dengan kinerja UMKM ( $r=0.205$ ,  $p=0.011$ ). Namun, tidak terdapat korelasi yang signifikan antara adopsi e-commerce dengan kinerja UMKM ( $r=0.176$ ,  $p=0.206$ ). Hal ini menunjukkan bahwa adopsi e-commerce berkontribusi terhadap inovasi produk dan bukan langsung terhadap kinerja UMKM.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Adopsi E-commerce	12.75	3.597	.593	.840
Inovasi Produk	12.61	3.476	.611	.823
Total	8.45	1.470	1.000	.378

Berdasarkan hasil item-total, terdapat dua item dalam data yang disajikan, yaitu "Adopsi E-commerce" dan "Inovasi Produk". Data menunjukkan bahwa skor rata-rata untuk "Adopsi E-commerce" adalah 12.75, sementara skor rata-rata untuk "Inovasi Produk" adalah 12.61. Variabilitas skor untuk "Adopsi E-commerce" adalah 3.597 dan untuk "Inovasi Produk" adalah 3.476. Selain itu, korelasi total yang dikoreksi untuk kedua item adalah 0.840 untuk "Adopsi E-commerce" dan 0.823 untuk "Inovasi Produk". Cronbach's Alpha, yang merupakan ukuran reliabilitas internal dari data, adalah 0.378 untuk kedua item. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua item tersebut memiliki korelasi yang cukup tinggi dengan total skor, namun nilai Cronbach's Alpha yang rendah menunjukkan bahwa data tersebut mungkin memiliki masalah reliabilitas.

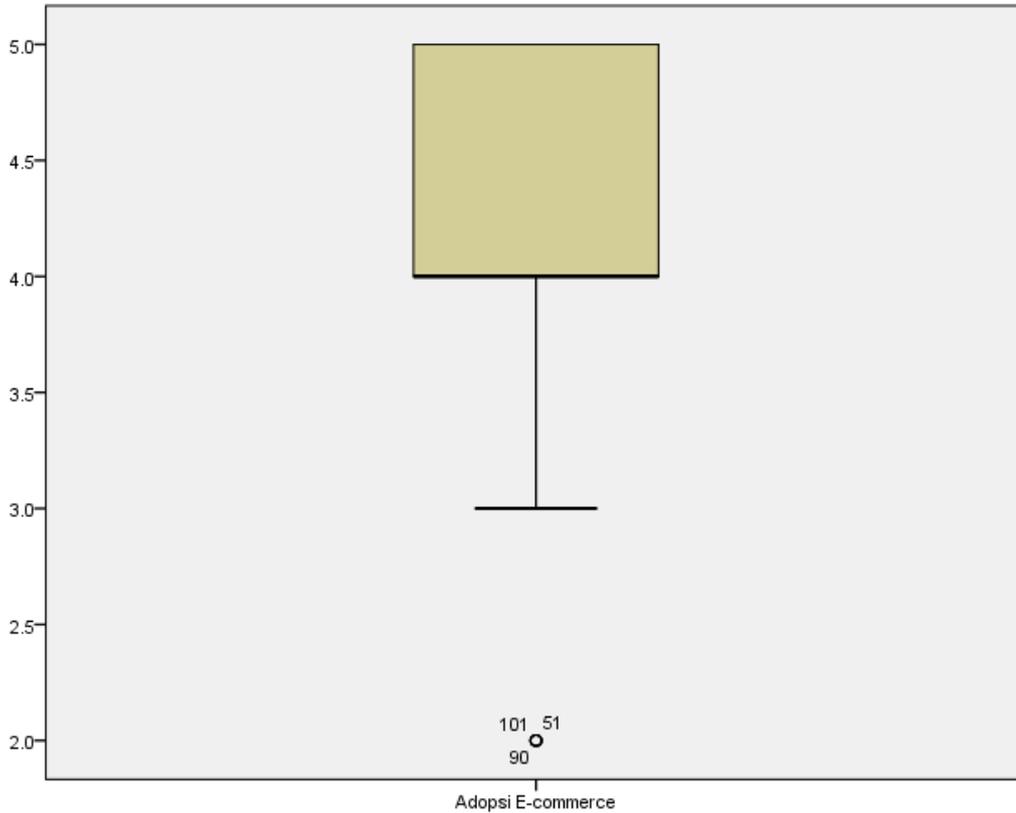
- Uji Normalitas

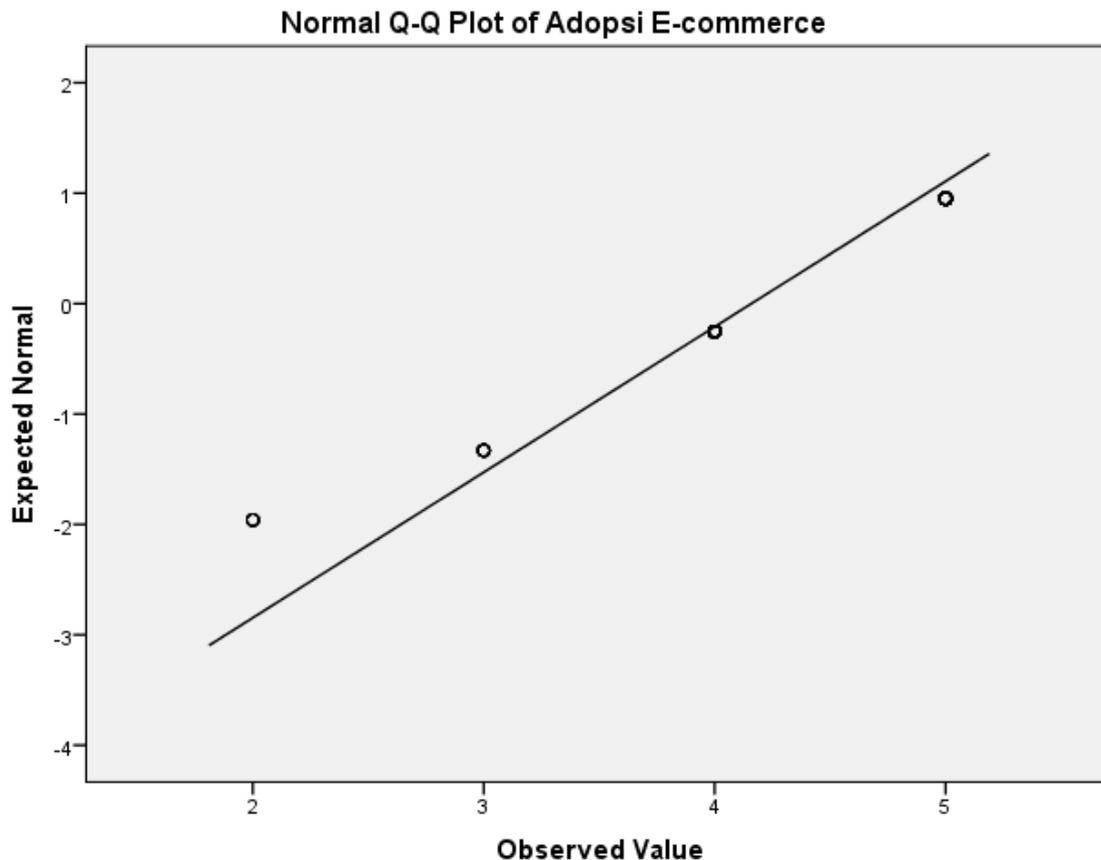
- Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Adopsi E-commerce	.282	119	.000	.789	119	.000
Inovasi Produk	.270	119	.000	.764	119	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Hasil dari kedua uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk) menunjukkan bahwa data pada variabel "Adopsi E-commerce" dan "Inovasi Produk" tidak terdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi (Sig) dari kedua uji lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umumnya digunakan (0.05). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel tidak memenuhi asumsi distribusi normal.





Hasil dari ketiga metode tersebut Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, ditemukan bahwa model yang digunakan dapat menjelaskan sekitar 44% variasi dari variabel dependen dengan variabel independen dalam model. Standar error estimasi model juga relatif rendah (7.25), menunjukkan presisi model dalam mengestimasi nilai variabel dependen. Variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel output, dengan X2 memiliki pengaruh sedikit lebih besar. Selain itu, terdapat korelasi positif yang signifikan antara adopsi e-commerce dengan inovasi produk, serta inovasi produk dengan kinerja UMKM. Namun, tidak terdapat korelasi signifikan antara adopsi e-commerce dengan kinerja UMKM.

Kemudian, hasil item-total menunjukkan skor rata-rata dan variabilitas skor untuk kedua item. Korelasi total yang dikoreksi menunjukkan hubungan yang tinggi antara kedua item, namun nilai Cronbach's Alpha yang rendah menandakan adanya masalah reliabilitas dalam data. Terakhir, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data pada variabel "Adopsi E-commerce" dan "Inovasi Produk" tidak terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, perlu diperhatikan dalam interpretasi dan analisis data lebih lanjut.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kinerja UMKM memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks Indonesia, penelitian yang dilakukan oleh (Aqida & Fitria, 2019) menemukan bahwa UMKM memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pengurangan kemiskinan.



Studi ini juga mengidentifikasi bahwa faktor-faktor seperti akses kredit, pelatihan, dan informasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah, 2022; Halim, 2020) menemukan bahwa UMKM memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Studi tersebut mengidentifikasi faktor-faktor seperti sumber daya manusia, jaringan bisnis, dan akses pasar yang secara positif mempengaruhi kinerja UMKM.

Dalam konteks Kabupaten Sukabumi, penelitian yang dilakukan oleh (Iskandar et al., 2020; Nurhayati, 2020) menemukan bahwa UMKM berdampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten tersebut. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor seperti akses kredit, sumber daya manusia, dan pemasaran sebagai penentu penting kinerja UMKM. Selanjutnya, UMKM berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, yang mengarah pada peningkatan pendapatan dan belanja konsumen, yang selanjutnya merangsang kegiatan ekonomi. Kajian yang dilakukan oleh (Noviana et al., 2022; Simatupang, 2021; Somadi, 2020; Warcito et al., 2020; Wilantara, 2016) menemukan bahwa UMKM berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan di Provinsi Jawa Barat yang meliputi Kabupaten Sukabumi.

Selain pengaruh positif kinerja UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi, penelitian juga menunjukkan bahwa kinerja UMKM berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks Indonesia, studi yang dilakukan (Marlinah, 2019) menemukan bahwa UMKM memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor seperti akses keuangan, jaringan bisnis, dan pemasaran sebagai penentu penting kinerja UMKM. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor seperti akses keuangan, teknologi, dan sumber daya manusia sebagai penentu penting kinerja UMKM.

### **KESIMPULAN**

Pembahasan ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian dan inovasi produk terhadap yang mereka jual di Kabupaten Sukabumi. Dampak positif kinerja UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti akses terhadap kredit, sumber daya manusia, pemasaran, dan teknologi, inovasi produk memiliki dampak yang signifikan dalam dunia bisnis. Yaitu, inovasi produk dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Dengan menghadirkan produk baru atau meningkatkan produk yang sudah ada, perusahaan dapat menarik minat konsumen dan membedakan diri dari pesaing. Selain itu, kinerja UMKM mempunyai dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, dan kebijakan yang memfasilitasi akses terhadap keuangan, teknologi, dan jaringan usaha dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukabumi. Kabupaten Sukabumi mempunyai potensi besar untuk pengembangan UMKM yang dapat berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, peran UMKM perlu diperkuat dan didukung untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi di daerah.



### *Implikasi*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM dapat menjadi kunci utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di kabupaten Sukabumi. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk memberikan dukungan kebijakan dan infrastruktur yang tepat untuk mendorong perkembangan UMKM, misalnya melalui akses pasar dan pembiayaan yang terjangkau. Selain itu, upaya untuk mendorong kewirausahaan UMKM dan pengembangan keterampilan juga harus dipertimbangkan.

### *Saran*

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai dampak kinerja UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukabumi. Namun ada beberapa faktor yang belum diteliti secara detail seperti faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM dan dampak sosial ekonomi dari perkembangan UMKM di daerah. Oleh karena itu, saran bagi penelitian selanjutnya adalah untuk mengetahui lebih detail faktor-faktor tersebut dan mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan kinerja UMKM dan memberikan dampak sosial ekonomi yang positif bagi masyarakat kabupaten Sukabumi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akpoviroro, K. S., & Owotutu, S. O. (2018). Impact of external business environment on organizational performance. *International Journal of Advance Research and Innovative Ideas in Education*, 4(3), 498–505.
- Alkhamery, N., Zainol, F. A., & Al-Nashmi, M. (2021). The role of dynamic capabilities in reconfiguring operational capabilities for digital business transformation. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 1–8.
- Aqida, M. S., & Fitria, S. (2019). Pengaruh Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Dengan Moderasi Literasi Keuangan Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(2), 107–121.
- Fatoki, O. (2014). The causes of the failure of new small and medium enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 922.
- Firmansyah, D. (2022). Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital dan Peran Mediasi Inovasi. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(5), 745–762.



- Hakim, M. L., Mitra, P., Nabila, F., Al-Badawi, A., & Panorama, M. (2022). THE ROLE OF ZISWAF'S IN RESTRUKTURING INDONESIA ECONOMY IN COVID-19 ERA. *Berajah Journal*, 2(1), 167–176.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Harahap, E. F., Luviana, L., & Huda, N. (2020). Tinjauan Defisit Fiskal, Ekspor, Impor Dan Jumlah Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 151–161.
- Imam, G. (2005). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Iskandar, Y., Zulbainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(1), 1–12.
- Kusdiana, D., & Gunardi, A. (2014). Pengembangan Produk Unggulan UMKM Kabupaten Sukabumi. *Trikonomika*, 13(2), 153–171.
- Marlinah, L. (2019). Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Melalui Penguatan Sektor Ekonomi Digitalpreneur dan Creativepreneur. *Ikraith-Ekonomika*, 2(1), 32–38.
- Mubarak, M. F., Shaikh, F. A., Mubarik, M., Samo, K. A., & Mastoi, S. (2019). The impact of digital transformation on business performance: A study of Pakistani SMEs. *Engineering Technology & Applied Science Research*, 9(6), 5056–5061.
- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 100–109.
- Njoroge, R. K., Arasa, R., & Nganu, M. (n.d.). INFLUENCE OF HYBRID STRATEGY ON SMALL & MICRO ENTERPRISES (SMES) PERFORMANCE: A SURVEY OF ELECTRONICS FIRMS IN MACHAKOS TOWN, MACHAKOS COUNTY, KENYA. 2022.
- Noviana, T. N., Rahmat, D., & Nuryusuf, P. (2022). Optimalisasi Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM Pasca Pandemi Covid-19 di Desa Parungsueah Kabupaten Sukabumi. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 12–23.
- Nurhayati, H. (2020). Pengaruh Persyaratan Perizinan, Prosedur Perizinan Dan Konsekuensi Perizinan Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Sukabumi. *SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)*, 2, 319–328.
- Nurlinda, & Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19 : Sebuah Kajian Literatur. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan 2020, December*, 161–175.
- Obayelu, A. E., Okoruwa, V. O., & Adeniyi, A. (2007). Socio-economic characteristics of cattle farmers and their perceptions of climatic effects on cattle production in Kwara State, Nigeria. *Animal Production Research Advances*, 3(2), 108–114.



# JURNAL EROY

## (The Economic Research and Organizational Study)

- Purwanto, P., Sari, F. N., Burasukma, M., & Nursolihah, S. (2021). The Role of Islamic Social Finance Through Ziswaf and BMT During The Covid-19 Pandemic. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(2), 81–98.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40–52.
- Putri, S. M. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43–53.
- Rana, S., Kiminami, L., & Furuzawa, S. (2022). Role of entrepreneurship in regional development in the haor region of Bangladesh: a trajectory equifinality model analysis of local entrepreneurs. *Asia- Pacific Journal of Regional Science*, 6(3), 931–960.
- Rapih, S. (2015). *Analisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia, modal sosial dan modal finansial terhadap kinerja UMKM bidang garmen di Kabupaten Klaten*. UNS (Sebelas Maret University).
- Raza, S., Minai, M. S., Zain, A. Y. M., Tariq, T. A., & Khuwaja, F. M. (2018). Dissection of small businesses in Pakistan: Issues and directions. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), 1–13.
- Riffianto, A. S., & Suryani, T. (2017). *Kapabilitas keuangan usaha kecil dan menengah penghasil produk unggulan*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.7>

