

***E-COMMERCE, LITERASI KEUANGAN, DAN PEMASARAN
DIGITAL PENGARUHNYA TERHADAP PERFORMA UMKM***

(Studi Pada Toko Bahan Bangunan di DKI Jakarta)

***E-COMMERCE, FINANCIAL LITERACY, AND DIGITAL
MARKETING IMPACT ON UMKM PERFORMANCE***

(Study on Building Material Stores in DKI Jakarta)

Oleh :

Muhamad Yuliani

2021420014

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Jurusan Akuntansi

Universitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Yuliani

NIM : 2021420014

Jurusan : Akuntansi

Judul Skripsi : ***E-commerce, Literasi Keuangan, dan Pemasaran Digital Pengaruhnya Terhadap Perfroma UMKM: Studi Pada Toko Bahan Bangunan di DKI Jakarta.***

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan dihadapan penguji skripsi.

Jakarta, 17 Februari 2025

Mengetahui
Ketua Jurusan Akuntansi

Menyetujui,
Pembimbing



(Hasri Nirmala, S.E., M.M., CAPM., CAPF.)



(Dr. Dra. Sri Ariwahyuningsih., M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN
E-COMMERCE, LITERASI KEUANGAN, DAN PEMASARAN
DIGITAL PERNGARUHNYA TERHADAP PERFORMA UMKM

(Studi Pada Toko Bahan Bangunan di DKI Jakarta)

E-COMMERCE, FINANCIAL LITERACY, AND DIGITAL
MARKETING IMPACT ON UMKM PERFORMANCE

(Study on Building Material Stores in DKI Jakarta)

Oleh :

Muhamad Yuliani

2021420014

SKRIPSI

Untuk memenuhi memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi
Akuntansi pada Universitas Darma Persada.

Telah di setujui oleh Tim Penguji pada tanggal

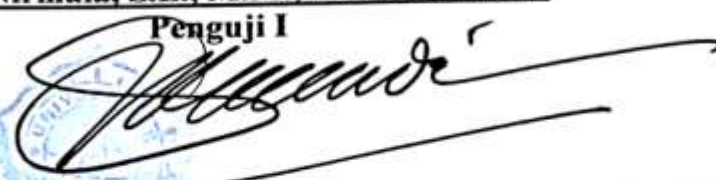
Jakarta, 17 Februari 2025


Dr. Dra. Sri Ariwahyuningsih., M.M.
Pembimbing


Hasri Nirmala, S.E., M.M., CAPM., CAPE.

Penguji I


Saminem, S.E., MBA.
Penguji II


Dr. Sukardi, SE., M.M.
Dekan Fakultas Ekonomi


Hasri Nirmala, S.E., M.M., CAPM., CAPE.
Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Yuliani

NIM : 2021420014

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul ***"E-COMMERCE, LITERASI KEUANGAN, DAN PEMASARAN DIGITAL PENGARUHNYA TERHADAP PERFORMA UMKM: STUDI PADA TOKO BAHAN BANGUNAN DI DKI JAKARTA."*** Di bimbingan Ibu Dr. Dra. Sri Ari Wahyuningsih, M.M., saya menyatakan bahwa karya ini sepenuhnya merupakan hasil kerja saya sendiri dan bukan merupakan plagiasi atau menyalin dari karya orang lain. Jika di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya siap untuk bertanggung jawab atas konsekuensinya.

Dengan demikian, pernyataan ini saya buat secara sadar dan jujur tanpa adanya tekanan atau paksaan dari pihak mana pun.

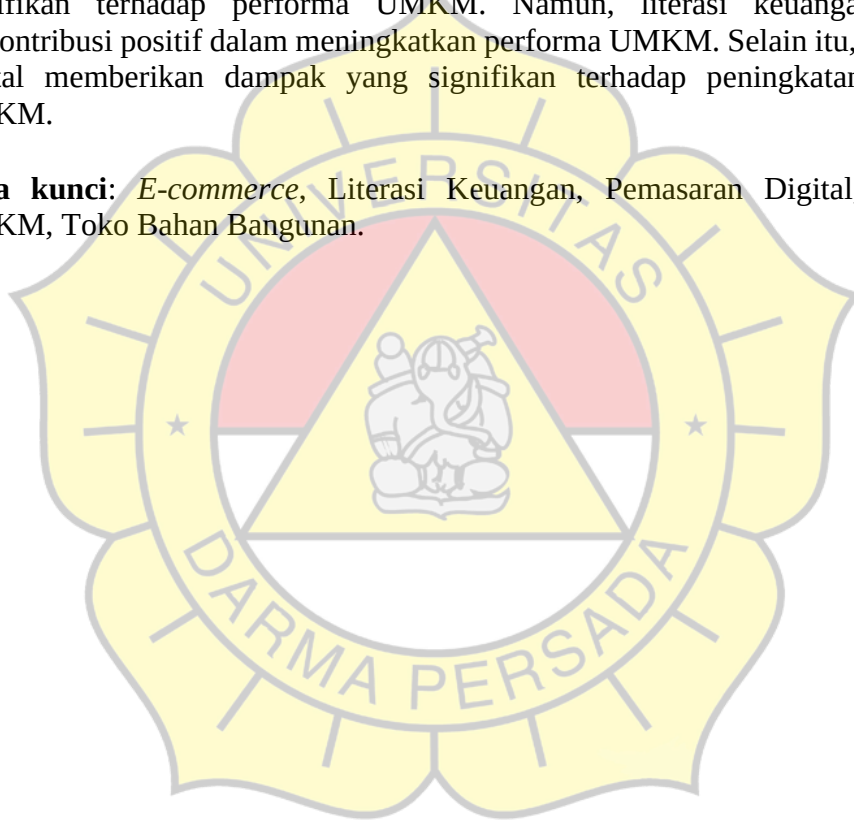
Jakarta, 17 Februari 2025


MAYORAI
TEMPEL
97AMX225237815
Muhamad Yuliani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap performa UMKM serta mengeksplorasi dampak literasi keuangan dan pemasaran digital terhadap performa UMKM. Data diperoleh melalui survei dengan mendistribusikan kuesioner kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor toko bahan bangunan di wilayah DKI Jakarta. Proses pengumpulan data berlangsung dari Desember 2024 hingga Januari 2025, sementara analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap performa UMKM. Namun, literasi keuangan terbukti berkontribusi positif dalam meningkatkan performa UMKM. Selain itu, pemasaran digital memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan performa UMKM.

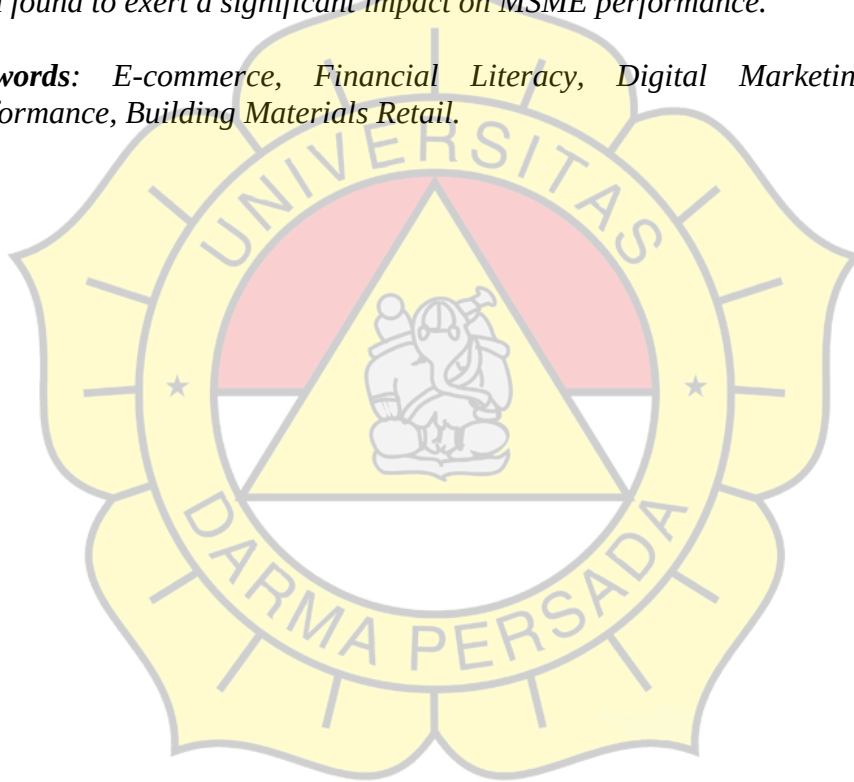
Kata kunci: *E-commerce*, Literasi Keuangan, Pemasaran Digital, Performa UMKM, Toko Bahan Bangunan.



ABSTRACT

This research explores the influence of e-commerce on MSME performance while also assessing the effects of financial literacy and digital marketing on business outcomes. Data were obtained through a survey by distributing questionnaires to Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the building materials retail sector across DKI Jakarta. The data collection process was conducted from December 2024 to January 2025, and the analysis was performed using SPSS software version 27. The results reveal that e-commerce does not significantly affect MSME performance. However, financial literacy plays a positive role in enhancing business performance. Moreover, digital marketing has been found to exert a significant impact on MSME performance.

Keywords: *E-commerce, Financial Literacy, Digital Marketing, MSME Performance, Building Materials Retail.*



KATA PENGANTAR

Dengan memohon Rahmat serta berkat Allah SWT, penulis ingin menyampaikan ungkapan Syukur atas kemampuan yang diberikan-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan penyusunan seminar proposal dengan judul **“E-COMMERCE, LITERASI KEUANGAN, DAN PEMASARAN DIGITAL PENGARUHNYA TERHADAP PERFORMA UMKM: Studi Pada Toko Bahan Bangunan di DKI Jakarta”**, yang menjadi salah satu persyaratan kelulusan di Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada. Tak lupa, shalawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sosok teladan bagi seluruh umat. Penulis juga secara khusus mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang Tua penulis yang selalu memberikan motivasi dan doa sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Dra. Sri Ariwahyuningsih, M.M., selaku dosen pembimbing dan dengan senang hati selalu meluangkan waktu untuk penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
3. Ibu Hasri Nirmala, S.E., M.M., CAPM., CAPF., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Dr. Sukardi., SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Bapak dan Ibu dosen jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Darma

Persada yang telah membagikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.

6. Para salesman distributor bahan bangunan, yang telah membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner pada toko bahan bangunan.
7. Teman-teman seangkatan jurusan Akuntansi tahun 2021 terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis dengan sepenuh kesadaran menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini terdapat kekurangan atau kelemahan. Oleh karena ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan tugas laporan ini,

Jakarta, 17 Februari 2025

Muhamad Yuliani

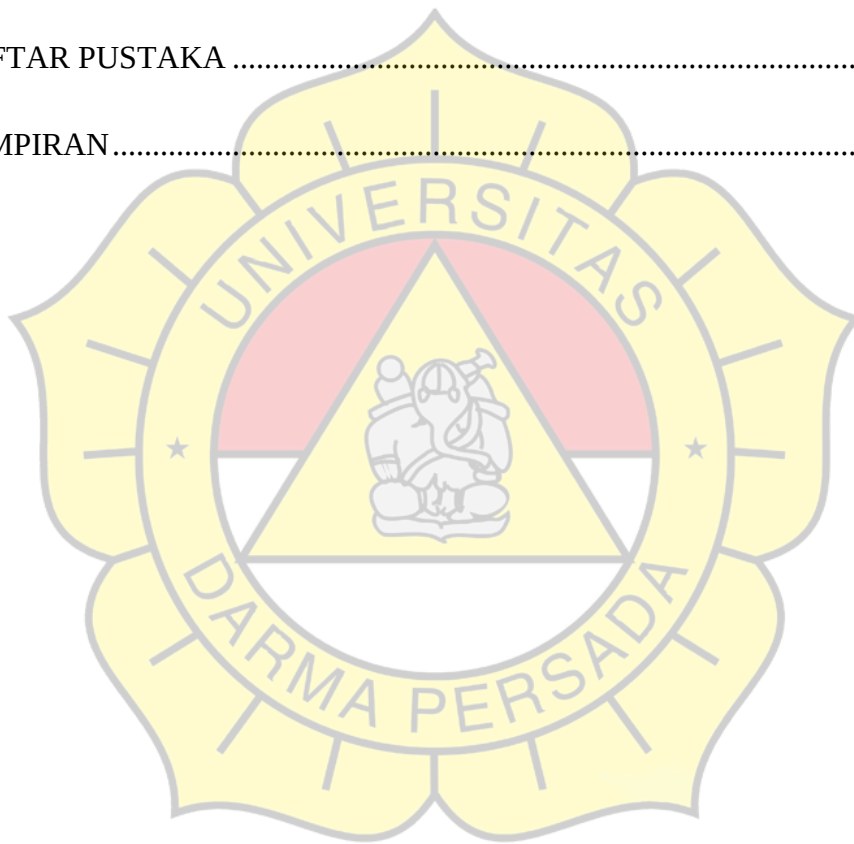
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah	1
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Pembatasan Masalah	11
1.2.3 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13

1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	16
2.1.2 Performa UMKM.....	16
2.1.3 <i>E-commerce</i>	23
2.1.4 Literasi Keuangan	24
2.1.5 Pemasaran Digital	25
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Paradigma Penelitian	33
2.5 Hipotesis Penelitian	34
2.5.1 Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap performa UMKM.	34
2.5.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap performa UMKM.	35
2.5.3 Pengaruh Pemasaran Digital terhadap performa UMKM	36
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	38
3.2 Lokasi Penelitian	38
3.3 Metode Yang Digunakan	39

3.4 Variabel Penelitian.....	39
3.4.1 Variabel Dependen.....	39
3.4.2 Variabel Independen.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel.....	41
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7 Instrumen Penelitian	44
3.7.1 Teknik Analisis Data	47
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.3 Analisi Regresi Linear Berganda.....	50
3.7.4 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	53
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	57
4.2.2 Uji Kualitas Data	58
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	62
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	67

4.2.5 Uji Hipotesis	69
4.3 Pembahasan	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83

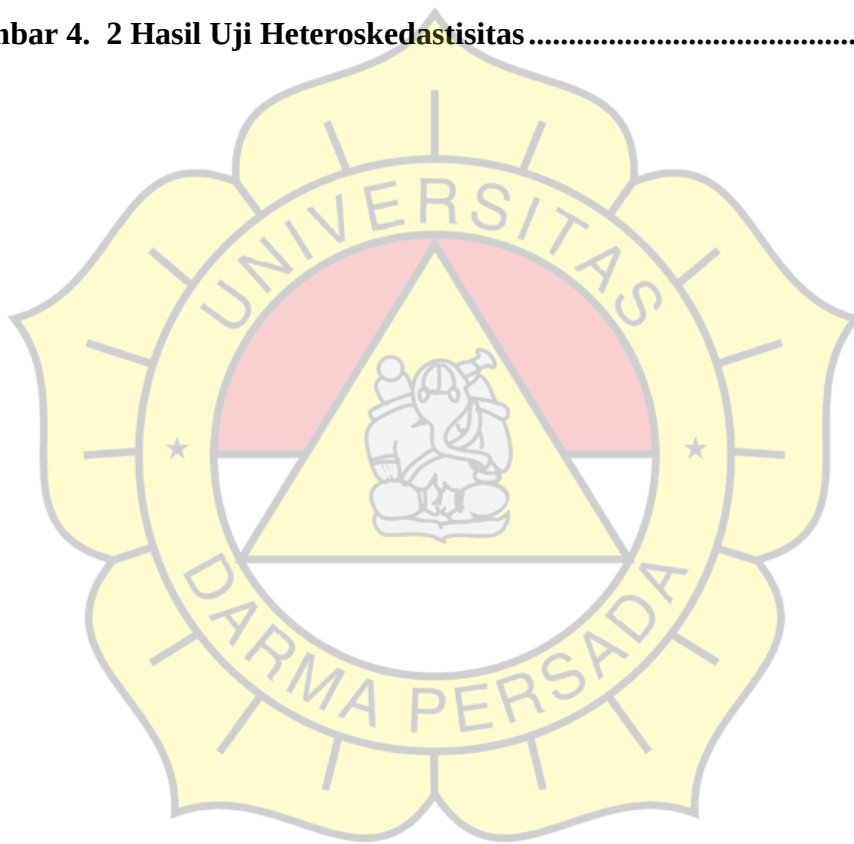


DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pilihan Jawaban Dengan Skala Likert.....	44
Tabel 3. 2 Metode yang digunakan untuk menghitung variabel.....	45
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	55
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penjualan Bulanan.....	56
Tabel 4. 6 Karakteristik Penggunaan Platform Online.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Statistik Deskriptif	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	67
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial – Uji t.....	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinan R2	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 2. 2 Model Variabel	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas dengan Noormal P-Plot.....	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Tabulasi Data	89
Lampiran 3. Daftar List Responden	183
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, dan Hasil Uji Hipotesis	210
Lampiran 5. Catatan Kegiatan Konsultasi.....	215
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	216

