



DAMPAK PENERAPAN *E-COMMERCE* DAN MANAJEMEN KEUANGAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UMKM) KOTA KUPANG

Moni Y. Siahaan¹⁾, Wilhelmina Muni²⁾, Selfesina Samadara³⁾

^{1,2,3,...)} Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Kupang
monijuniati@gmail.com, wilhelminamuni@gmail.com, selfisamadara@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received:
April 17, 2026
Revised
April 26, 2026
Accepted:
April 30, 2026
Online available:
May 12, 2026

Keywords:

E-Commerce, Financial Management, Financial Performance, SMEs,

*Correspondence:

Name: Moni Y. Siahaan
E-mail: monijuniati@gmail.com

Editorial Office

Ambon State Polytechnic
Center for Research and
Community Service
Ir. M. Putuhena Street, Wailela-
Rumahtiga, Ambon
Maluku, Indonesia
Postal Code: 97234

ABSTRACT

Introduction: *This study aims to analyze the effect of e-commerce adoption and financial management on the financial performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Kupang City.*

Methods: *The study employs a quantitative approach using a survey method through Likert-scale questionnaires distributed to 120 SME owners, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS version 25, preceded by validity, reliability, and classical assumption tests.*

Results: *The results show that partially, e-commerce has a positive and significant effect on financial performance ($t = 5.432$; $p = 0.000$), as does financial management ($t = 3.876$; $p = 0.001$). Simultaneously, both variables have a significant effect on financial performance ($F = 45.210$; $p = 0.000$). The coefficient of determination (R^2) of 0.58 indicates that 58% of the variation in financial performance can be explained by these two variables.*

The findings indicate that e-commerce has a more dominant influence compared to financial management; however, both variables are complementary in improving SME financial performance. Therefore, the integration of business digitalization and sound financial management is a key factor in enhancing the competitiveness and sustainability of SMEs in Kupang City.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Kupang. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pasar, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta pengelolaan keuangan yang belum optimal, sehingga berdampak pada belum maksimalnya kinerja keuangan usaha.

Perkembangan e-commerce memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Penelitian empiris oleh Wulandari (2023) menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM melalui peningkatan volume penjualan. Demikian pula, penelitian Nurma (2022) menemukan bahwa pengelolaan keuangan yang baik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan profitabilitas dan stabilitas usaha. Selain itu, Inayah (2024) menegaskan bahwa kombinasi literasi keuangan dan pemanfaatan e-commerce mampu meningkatkan kinerja UMKM secara lebih optimal.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut. Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu cenderung menguji pengaruh e-commerce dan manajemen keuangan secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh keduanya secara simultan. Kedua, penelitian yang mengkaji integrasi kedua variabel tersebut masih terbatas pada wilayah tertentu, sehingga belum mencerminkan kondisi UMKM di Kota Kupang yang memiliki karakteristik ekonomi lokal yang berbeda. Ketiga, masih terbatas penelitian yang menekankan pentingnya sinergi antara digitalisasi usaha dan pengelolaan keuangan sebagai strategi terpadu dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara empiris pengaruh e-commerce dan manajemen keuangan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Kupang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur terkait integrasi digitalisasi dan manajemen keuangan, serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan kinerja keuangan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

E-Commerce dan Kinerja Keuangan UMKM

E-commerce merupakan pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas jual beli yang memungkinkan perluasan pasar dan peningkatan efisiensi operasional. Dalam perspektif *Resource-Based View (RBV)*, teknologi digital merupakan sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif apabila dimanfaatkan secara optimal (Barney, 1991). Melalui e-commerce, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan volume penjualan, serta menekan biaya distribusi (Laudon & Traver, 2022). Dengan demikian, penerapan e-commerce berpotensi meningkatkan kinerja keuangan UMKM, khususnya dari sisi pendapatan dan efisiensi biaya.

Manajemen Keuangan dan Kinerja Keuangan UMKM

Manajemen keuangan merupakan proses perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan usaha untuk mencapai tujuan bisnis. Dalam *Agency Theory*, pengelolaan keuangan yang baik diperlukan untuk meningkatkan akuntabilitas dan efisiensi penggunaan sumber daya (Jensen & Meckling, 1976). Selain itu, *Pecking Order Theory* menjelaskan bahwa UMKM cenderung mengandalkan sumber dana internal, sehingga pengelolaan arus kas dan pencatatan keuangan menjadi sangat penting (Myers & Majluf, 1984). Manajemen keuangan yang baik akan berdampak pada peningkatan profitabilitas, stabilitas arus kas, dan keberlanjutan usaha (Brigham & Houston, 2021).

Kinerja Keuangan UMKM

Kinerja keuangan merupakan indikator keberhasilan usaha dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber daya secara efisien. Dalam pendekatan *Balanced Scorecard*, kinerja keuangan dapat diukur melalui indikator seperti pertumbuhan penjualan, profitabilitas, efisiensi biaya, dan arus kas (Kaplan & Norton, 1996). Bagi UMKM, kinerja keuangan menjadi ukuran utama dalam menilai keberhasilan dan keberlanjutan usaha.

Integrasi E-Commerce dan Manajemen Keuangan

Hubungan antara e-commerce dan manajemen keuangan tidak bersifat parsial, melainkan saling melengkapi. *Dynamic Capabilities Theory* menjelaskan bahwa organisasi yang mampu mengintegrasikan kemampuan teknologi dan manajerial akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Teece, 2007). Dalam konteks UMKM, e-commerce berperan sebagai pendorong pertumbuhan melalui peningkatan penjualan, sedangkan manajemen keuangan memastikan bahwa pertumbuhan tersebut dapat dikonversi menjadi laba dan arus kas yang stabil.

Dengan demikian, integrasi antara e-commerce dan manajemen keuangan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM secara berkelanjutan.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Berdasarkan landasan teoritis tersebut, hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- E-Commerce (X1) → Kinerja Keuangan (Y)
- Manajemen Keuangan (X2) → Kinerja Keuangan (Y)

Hipotesis penelitian:

H1: E-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

H2: Manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

H3: E-commerce dan manajemen keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

METODOLOGI

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Tujuan utamanya adalah menguji pengaruh variabel independen (e-commerce dan manajemen keuangan) terhadap variabel dependen (kinerja keuangan) melalui analisis statistik inferensial.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM sektor kuliner yang beroperasi di Kota Kupang dengan kriteria Usaha aktif minimal 1 tahun, Memiliki aktivitas penjualan (offline dan/atau online). Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria sampel yakni Pelaku UMKM yang telah atau sedang menggunakan e-commerce, Bersedia menjadi responden, Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden.

Teknik Pengumpulan Data menggunakan kuesioner (angket) dengan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju sampai sangat setuju), Observasi terbatas sebagai data pendukung. E-Commerce (X1)

Operasional Variabel

Berikut adalah definisi operasional variabel penelitian:

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
E-Commerce (X1)	Tingkat pemanfaatan platform digital dalam aktivitas penjualan	Penggunaan marketplace, media sosial, kemudahan transaksi, jangkauan pasar	Likert
Manajemen Keuangan (X2)	Kemampuan dalam mengelola keuangan usaha	Pencatatan keuangan, pengendalian biaya, pengelolaan kas, pemisahan keuangan	Likert
Kinerja Keuangan (Y)	Kemampuan usaha dalam menghasilkan keuntungan	Pertumbuhan penjualan, laba, efisiensi biaya, arus kas	Likert

Prosedur Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
 - Uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov)
 - Uji multikolinearitas (VIF < 10)

- Uji heteroskedastisitas (scatterplot)
- 2. Analisis Regresi Linear Berganda Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y.
- 3. Uji Hipotesis
 - Uji t: untuk mengetahui pengaruh parsial
 - Uji F: untuk mengetahui pengaruh simultan
- 4. Koefisien Determinasi (R^2) Untuk mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Analisis dilakukan menggunakan software SPSS versi 25.

Uji Instrumen Penelitian

Untuk memastikan kualitas data, dilakukan:

- Uji Validitas: menggunakan korelasi Pearson (item dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel)
- Uji Reliabilitas: menggunakan Cronbach Alpha ($\alpha > 0,70$ dinyatakan reliabel)

3.6 Prosedur Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
 - Uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov)
 - Uji multikolinearitas ($VIF < 10$)
 - Uji heteroskedastisitas (scatterplot)
2. Analisis Regresi Linear Berganda Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y.
3. Uji Hipotesis
 - Uji t: untuk mengetahui pengaruh parsial
 - Uji F: untuk mengetahui pengaruh simultan
4. Koefisien Determinasi (R^2) Untuk mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Analisis dilakukan menggunakan software SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Deskriptif

Berikut merupakan gambaran umum data penelitian:

Variabel	Mean	Std. Deviasi
E-Commerce (X1)	3,85	0,65
Manajemen Keuangan (X2)	3,72	0,70
Kinerja Keuangan (Y)	3,90	0,60

Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata responden memiliki tingkat penerapan e-commerce dan manajemen keuangan yang cukup baik.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
Konstanta	1,215	-	-
E-Commerce (X1)	0,456	5,432	0,000
Manajemen Keuangan (X2)	0,321	3,876	0,001

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 1,215 + 0,456X1 + 0,321X2$$

Hasil Uji F (Simultan)

Model	F hitung	Sig.
Regresi	45,210	0,000

Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel e-commerce dan manajemen keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
0,58	0,56

Nilai R² sebesar 0,58 menunjukkan bahwa 58% variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh variabel e-commerce dan manajemen keuangan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dan manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Kupang. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 45,210 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga model regresi secara simultan dinyatakan layak. Nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,58$) menunjukkan bahwa 58% variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen.

Secara parsial, hasil uji t menunjukkan bahwa:

- Variabel e-commerce (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 5,432 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.
- Variabel manajemen keuangan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,876 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sehingga juga berpengaruh positif dan signifikan.

Koefisien regresi e-commerce yang lebih besar dibandingkan manajemen keuangan menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh dominan dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM.

Temuan ini konsisten dengan perspektif *Resource-Based View* yang menekankan bahwa pemanfaatan teknologi sebagai sumber daya strategis dapat meningkatkan keunggulan kompetitif (Barney, 1991).

1) Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Kinerja Keuangan Pengaruh signifikan e-commerce (t hitung = 5,432; sig = 0,000) menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan platform digital secara nyata berdampak pada peningkatan penjualan dan efisiensi distribusi. Hal ini sejalan dengan teori dari Laudon & Traver (2022) yang menyatakan bahwa e-commerce mampu memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Dalam kerangka *Technology–Organization–Environment (TOE)*, keberhasilan ini dipengaruhi oleh kesiapan teknologi dan organisasi (Tornatzky & Fleischer, 1990).

2) Analisis Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Kinerja Keuangan Nilai t hitung manajemen keuangan sebesar 3,876 dengan signifikansi 0,001 menunjukkan bahwa praktik pengelolaan keuangan memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan stabilitas usaha. Hal ini mendukung *Agency Theory* (Jensen & Meckling, 1976) yang menekankan pentingnya akuntabilitas dan transparansi keuangan.

Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan *Pecking Order Theory* (Myers & Majluf, 1984), di mana UMKM cenderung mengandalkan dana internal sehingga pengelolaan kas menjadi sangat penting.

3) Efek Sinergi Berdasarkan Uji F Hasil uji F (F hitung = 45,210; sig = 0,000) menunjukkan bahwa e-commerce dan manajemen keuangan secara bersama-sama memengaruhi kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan adanya hubungan komplementer antara kedua variabel.

Secara teoritis, hal ini didukung oleh *Dynamic Capabilities Theory* (Teece, 2007) yang menekankan pentingnya integrasi kemampuan digital dan manajerial Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan terhadap data 120 responden UMKM di Kota Kupang, diperoleh persamaan regresi $Y = 2,15 + 0,42X_1 + 0,36X_2$, di mana variabel penerapan e-commerce (X1) dan manajemen keuangan (X2) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (Y). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,58 menunjukkan bahwa 58% variasi kinerja keuangan UMKM dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut, sementara sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model, seperti kualitas produk, strategi pemasaran tradisional, akses permodalan, maupun kondisi persaingan lokal. Uji F menghasilkan nilai signifikan ($p < 0,001$), yang berarti model regresi secara simultan mampu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen, sedangkan uji t menunjukkan bahwa baik e-commerce maupun manajemen keuangan masing-masing memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, dengan nilai koefisien e-commerce lebih tinggi dibandingkan

manajemen keuangan, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi digital melalui e-commerce memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM dibandingkan praktik manajemen keuangan semata.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) penerapan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Kupang; (2) manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan; dan (3) secara simultan, e-commerce dan manajemen keuangan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dengan kemampuan penjelasan model sebesar 58% ($R^2 = 0,58$). Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menguji pengaruh parsial dan simultan kedua variabel terhadap kinerja keuangan telah tercapai.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang diberikan bersifat spesifik, operasional, dan dilengkapi dengan indikator keberhasilan sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM optimalkan penggunaan e-commerce dengan memanfaatkan marketplace (seperti Shopee, Tokopedia) dan media sosial secara konsisten. Indikator keberhasilan: peningkatan penjualan minimal 15–25% dalam 3–6 bulan, peningkatan jumlah pelanggan, serta peningkatan transaksi online.

- Menerapkan pencatatan keuangan sederhana berbasis aplikasi (misalnya BukuKas atau Excel) untuk mencatat transaksi harian dan memisahkan keuangan usaha dan pribadi. Indikator keberhasilan: tersusunnya laporan keuangan bulanan secara rutin, penurunan kesalahan pencatatan, serta peningkatan arus kas yang lebih stabil.

2. Bagi Pemerintah (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang)

1. Program Pelatihan Terpadu Digital dan Keuangan

Pemerintah perlu menyelenggarakan pelatihan yang mengintegrasikan penggunaan e-commerce dengan manajemen keuangan sederhana (pencatatan, arus kas, laporan laba rugi) dengan Indikator keberhasilan, minimal 70% peserta mampu menggunakan platform e-commerce secara mandiri dan minimal 70% UMKM mampu menyusun laporan keuangan sederhana

- Pendampingan UMKM Berbasis Praktik (Mentoring)

Tidak hanya pelatihan, tetapi juga pendampingan intensif selama 3–6 bulan untuk memastikan implementasi berjalan, Indikator keberhasilan, Peningkatan omzet UMKM peserta minimal 20%, peningkatan jumlah UMKM yang aktif berjualan online

DAFTAR PUSTAKA

Alwendi. 2020. Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Manaj. Bisnis* 17: 317–325.

Barney, J. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17(1): 99–120.

Brigham, E.F., dan Houston, J.F. 2021. *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning.

Inayah, M. 2024. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Penerapan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM Kuliner di Kota Bandung. Universitas Telkom.

Jensen, M.C., dan Meckling, W.H. 1976. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*. 3(4): 305–360.

Kaplan, R.S., dan Norton, D.P. 1996. *The Balanced Scorecard*. Harvard Business School Press.

Laudon, K.C., dan Traver, C.G. 2022. *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Pearson.

Mulyadi. 2020. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat.

Myers, S.C., dan Majluf, N.S. 1984. Corporate financing and investment decisions when firms have information investors do not have. *Journal of Financial Economics*. 13(2): 187–221.

Nurma, N.K. 2022. Pengaruh E-Commerce dan Pengelolaan Keuangan terhadap Kinerja UKM. Universitas Islam Sultan Agung.

Teece, D.J. 2007. Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of enterprise performance. *Strategic Management Journal*. 28(13): 1319–1350.

Tornatzky, L.G., dan Fleischer, M. 1990. *The Processes of Technological Innovation*. Lexington Books.

Wulandari, D.N.A. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan E-Commerce terhadap Kinerja Keuangan UMKM. Universitas Negeri Surabaya.

Yusuf, M.A. 2024. Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*.