

## **TRANSFORMASI DIGITAL UMKM: ANALISIS PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA UMKM DI SEKTOR KULINER KABUPATEN TABANAN**

Putu Diah Asrida<sup>1</sup>  
I Gede Agus Adi Saputra<sup>2</sup>  
Komang Nanda Cakra Wibawa<sup>3</sup>

Prodi Akuntansi, Universitas Warmadewa<sup>1</sup>  
Prodi Penjaskesrek, Universitas PGRI Mahadewa Indonesia<sup>2</sup>

Prodi Akuntansi, Universitas Warmadewa<sup>3</sup>

\*Corresponding author: [pdiahasrida13@gmail.com](mailto:pdiahasrida13@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of e-commerce utilization on the performance of MSMEs in the culinary sector in Tabanan Regency. The background of this research is based on the importance of digital transformation as an effort to improve the competitiveness and sustainability of MSMEs in the digital economy era. This research uses a quantitative approach with a survey method through distributing questionnaires to MSME players who have utilized e-commerce in their business operations. The sample was determined by probability sampling method with stratified random sampling technique and the data was analyzed using simple linear regression. The results showed that e-commerce utilization had a positive and significant effect on business performance in the culinary sector in Tabanan Regency, with a positive parameter coefficient value of 0.306 with a significance of  $0.000 < 0.05$ . This finding indicates that the higher the level of e-commerce utilization by business actors, the better their business performance, both in terms of increased sales, operational efficiency, and customer satisfaction. Based on these results, it is suggested that MSMEs should be more active in integrating e-commerce into their business strategies in a sustainable manner. In addition, local governments and related parties are expected to increase support in the form of digital training, access to technology, and mentoring so that the digitalization of MSMEs can run more optimally and evenly.*

**Keywords:** *e-commerce, MSME performance, digital transformation, culinary sector, Tabanan.*

### **I. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Tabanan, Bali. Di tengah perkembangan zaman yang semakin digital, UMKM khususnya pada sektor makanan dan minuman dituntut untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar tetap kompetitif. Digitalisasi melalui pemanfaatan *e-commerce* menjadi salah satu strategi utama yang diyakini mampu meningkatkan jangkauan pasar, efisiensi operasional, dan efektivitas pemasaran produk UMKM. Namun, adopsi teknologi ini tidak selalu berjalan mulus, karena dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal pelaku usaha. Pelaku usaha harus tetap relevan dan kompetitif. Konsumen menuntut adanya kemudahan, kecepatan, serta pengalaman berbelanja yang lebih praktis dan aman. Pelaku usaha yang adaptif yang nantinya akan mampu bertahan dan berkembang di era digitalisasi.

Transformasi digital UMKM, khususnya di sektor kuliner, menjadi penting di era modern, menawarkan beberapa manfaat seperti peningkatan efisiensi, jangkauan pasar yang lebih luas, dan peningkatan daya saing (Rachmat Adiaz Arrofi et al., 2023). Penggunaan *platform daring* memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan strategi pemasaran, serta mampu merampingkan operasional bisnis (Anindya & Agustin, 2024). Berbagai penelitian memberikan hasil bahwa penerapan *e-commerce* berdampak positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner, baik dari sisi peningkatan omzet, efisiensi biaya, maupun profitabilitas usaha (Anindya & Agustin, 2024; Lestari, 2023). *E-commerce* sebagai bagian dari transformasi digital telah mampu merevolusi cara pelaku UMKM menjalankan usahanya, mulai dari sistem pemesanan, pembayaran, distribusi, hingga pelayanan pelanggan. Pemanfaatan *platform digital* seperti *marketplace*, media sosial, hingga aplikasi pesan antar, pelaku UMKM kuliner dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa batasan geografis. Kenyataannya, tidak semua UMKM di Tabanan mampu mengoptimalkan peluang ini. Masih terdapat kesenjangan antara potensi pemanfaatan *e-commerce* dan dampak nyatanya terhadap peningkatan kinerja usaha, baik dari segi pendapatan, volume penjualan, maupun efisiensi biaya operasional.

Adopsi terhadap *e-commerce* dan keterampilan digital sangat penting bagi UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, meskipun tantangan seperti literasi digital yang terbatas dan keterbatasan sumber daya yang masih ada (Muhamad Rafi Rayhan et al., 2024). Pandemi COVID-19 mempercepat adanya adopsi digital di kalangan UMKM, dengan inovasi pemasaran menjadi prioritas dan perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang diterima secara luas (Syamsul Alam et al., 2023). *E-commerce*, media sosial, dan transformasi digital telah secara signifikan memengaruhi kinerja bisnis, sehingga membutuhkan adanya dukungan pemerintah dan pengembangan ekosistem (Elsya Ananda Sahrul & Nuringsih, 2023). Proses transformasi melibatkan enam proses tahap, mulai dari pemahaman literasi digital hingga implementasinya, yang menghasilkan peningkatan keuntungan bagi UMKM kuliner (M. Hasan et al., 2021). *E-commerce* memainkan peran penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif UMKM di era Industri 4.0 (Shinta Avriyanti, 2020). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara lebih mendalam sejauh mana pemanfaatan *e-commerce* mampu berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM di sektor makanan dan minuman di kabupaten Tabanan, sehingga strategi transformasi digital dapat diterapkan secara lebih tepat pada sasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM kuliner di Kabupaten Tabanan. Pendekatan yang sistematis dan berbasis data, diharapkan memberikan hasil studi yang berkontribusi nyata bagi pengambilan kebijakan, baik oleh pemerintah daerah maupun lembaga pendukung UMKM. Selain itu, temuan penelitian ini juga diharapkan menjadi suatu rujukan strategis bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan teknologi digital yang nantinya dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis di tengah era ekonomi digital yang semakin kompetitif.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Teori Adaptasi Teknologi

Model adopsi teknologi seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis (1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh pengguna sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan dan manfaat penggunaannya. Pada bidang pendidikan, pandemi COVID-19 mempercepat kebutuhan adaptasi teknologi di kalangan guru dan siswa (Amelia Setiawan et al.,

2021). *Technology Acceptance Model* (TAM) telah banyak digunakan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap teknologi baru (U. Rahardja et al., 2009). Pada sektor bisnis, UKM telah beradaptasi dengan perubahan teknologi, terutama dalam adopsi teknologi keuangan (*Fintech*) (Muhammad Falaq Infithor, 2019; Diardo Luckandi, 2019). Industri perikanan juga telah menggunakan teknologi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan (Saut Sagala et al., 2017). Teori komunikasi antarbudaya telah diterapkan untuk memahami adaptasi teknologi lintas budaya (Edy Sumaryanto & Malik Ibrahim, 2023). Pemahaman ini menjadi sangat penting dalam menjelaskan mengapa beberapa pelaku UMKM berhasil memanfaatkan *e-commerce* dengan baik, sementara yang lain tidak.

## **2.2 Transformasi Digital**

Transformasi digital merupakan evolusi radikal yang melibatkan pemanfaatan teknologi digital untuk mengubah suatu proses bisnis dan model operasional organisasi (Ahmad Maulana, 2021; McCausland, T. 2021). Transformasi digital menjadi tren global yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan dan bisnis, termasuk UKM (Annissa Meutia, 2021; Ravi Alam, 2021). Pandemi COVID-19 telah mempercepat adanya adopsi transformasi digital, terutama di kalangan UKM (S. Fatimah & Siti Khaeratul Mukarramah, 2023; Ni Made Widnyani et al., 2021). Namun, banyak UKM masih menghadapi tantangan dalam implementasi, seperti kurangnya strategi yang terukur dan rendahnya kematangan digital (S. Fatimah & Siti Khaeratul Mukarramah, 2023). Model konseptual yang menggabungkan kerangka TOE, teori RBV, dan inovasi difusi *e-business* dapat membantu UKM mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam era digital (Eman Sulaiman et al., 2021). Transformasi digital di dalam konteks UMKM, mencakup adanya adaptasi terhadap teknologi *e-commerce* sebagai alat untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis.

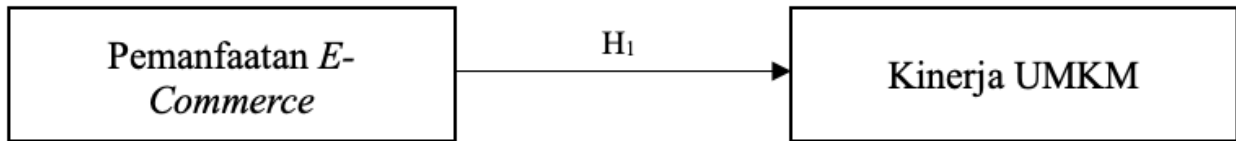
## **2.3 E-commerce**

*E-commerce*, yaitu pembelian dan penjualan barang dan jasa melalui jaringan elektronik seperti Internet, telah merevolusi praktik bisnis secara global (Kaur & Joshi, 2012; Moundekar, 2020). *E-commerce* mencakup berbagai bentuk seperti transaksi B2B, B2C, C2C, dan C2B (Khan, 2019). *E-commerce* telah menawarkan banyak keuntungan, termasuk peningkatan pertumbuhan ekonomi, peningkatan peluang bisnis, dan peningkatan akses pasar (Jyothi et al., 2015). Namun, *e-commerce* juga menghadapi tantangan seperti penipuan siber dan pencurian identitas, sehingga membutuhkan langkah-langkah keamanan yang kuat (Khan, 2019). Pertumbuhan *e-commerce* di India sangat signifikan, didorong oleh faktor-faktor seperti peningkatan kepemilikan PC dan penggunaan Internet (Waghmare, 2012). *E-commerce* telah mengubah model bisnis tradisional, membentuk kembali persaingan dan perilaku konsumen (Dedhia, 2001). Terlepas dari manfaatnya, *e-commerce* juga memiliki keterbatasan yang harus dipertimbangkan oleh bisnis (Bhalekar et al., 2014). Seiring dengan perkembangan *e-commerce*, diharapkan dapat memainkan peran yang semakin penting dalam membentuk masa depan bisnis dan perdagangan, akses pasar, efisiensi biaya serta mempercepat transaksi bagi UMKM.

## **2.4 Kinerja UMKM**

Penelitian tentang kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia telah menyoroti pada beberapa faktor kunci yang mempengaruhi kinerja. Program pendampingan bisnis dapat secara signifikan meningkatkan kinerja UKM, baik secara *finansial* maupun *non-finansial* (Adrian, 2017). Strategi bauran pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kinerja UKM (Amanah, 2015). Pendidikan kewirausahaan berdampak positif pada kinerja bisnis (Suci et

al., 2024). Pelatihan penilaian kinerja membantu UKM mengidentifikasi bidang-bidang yang perlu diperbaiki dan meningkatkan daya saing (Rasyid *et al.*, 2023). Kompetensi kewirausahaan, termasuk pengenalan peluang dan perencanaan strategis, berkontribusi pada kinerja bisnis yang lebih baik (Sugandi & Suhaeni, 2019). Evaluasi kinerja internal dan eksternal sangat penting untuk keberhasilan UKM (Rokhayati, 2015). Karakteristik kewirausahaan, kepercayaan diri, dan keunggulan kompetitif secara signifikan telah memberikan pengaruh pada kinerja bisnis UKM kuliner (Sari *et al.*, 2024). Namun, niat dan orientasi kewirausahaan mungkin tidak secara langsung memengaruhi kinerja bisnis tanpa adanya peran mediasi motivasi (Purwanto & Trihudiyatmanto, 2018). Penelitian ini menggunakan variabel kinerja usaha UMKM sebagai variabel terikat yang diengaruhi oleh pemanfaatan *e-commerce*.



**Gambar 1.**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**

## 2.5 Pengembangan Hipotesis

Berikut ini adalah pengembangan hipotesis penelitian ini:

### 1) Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM

Transformasi digital pada sektor UMKM, khususnya dalam bentuk pemanfaatan *e-commerce*, telah menjadi strategi utama dalam menjawab tantangan globalisasi dan perubahan perilaku konsumen. UMKM kuliner yang ada di Kabupaten Tabanan, telah memberikan peluang *e-commerce* bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar, menekan biaya operasional, serta meningkatkan kecepatan pelayanan. Secara teoritis, pemanfaatan *e-commerce* yang efektif dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha baik dari sisi finansial (omzet dan laba) maupun dari sisi non-finansial (kepuasan pelanggan, efisiensi waktu, dan loyalitas pelanggan). Tingkat keberhasilan pemanfaatan *e-commerce* tidak seragam di setiap UMKM. Perbedaan tersebut bisa disebabkan oleh kesiapan teknologi, literasi digital, akses terhadap pelatihan, dan kemauan untuk berinovasi.

Penelitian tentang adopsi *e-commerce* oleh UKM di Indonesia menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa adopsi *e-commerce* berdampak positif terhadap kinerja UKM dengan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan produktivitas, dan menciptakan strategi pemasaran baru (Wijaya & Widjaja, 2023; Nurlinda & Fathimah, 2019). Namun, beberapa penelitian melaporkan efek *e-commerce* yang tidak signifikan atau terbatas pada kinerja UKM (Triandra *et al.*, 2019). Adopsi *e-commerce* dapat meningkatkan profitabilitas dan meningkatkan layanan pelanggan (Yusuf *et al.*, 2022). Faktor teknologi dan individu secara signifikan memengaruhi adopsi *e-commerce*, sedangkan faktor organisasi dan lingkungan menunjukkan hasil yang beragam (Hanum & Sinarasri, 2018). Terlepas dari tantangan yang ada, *e-commerce* dipandang sebagai alat yang berharga untuk pengembangan UKM, menawarkan pemasaran yang hemat biaya dan jangkauan pelanggan yang lebih luas (Ramadan *et al.*, 2022; Fauzi, 2020).

H<sub>1</sub>: Pemanfaatan *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap Kinerja Usaha

### III. METODE PENELITIAN

Populasi pada studi ini yakni pelaku UMKM yang telah menerapkan *e-commerce* dalam kegiatan usahanya yang berjumlah 998 pelaku UMKM di Kabupaten Tabanan yang terdaftar dalam aplikasi *e-commerce* Gojek, Grab, ShopeeFood dan lain lain. Untuk menentukan sampel penelitian, digunakan metode *probability sampling* dengan teknik *stratified random sampling*. Besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin, dalam Sugiyono (2018), sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 286 responden. Pengujian yang dilakukan pada studi ini meliputi: Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang diperoleh sesuai faktanya tanpa menyimpulkan secara general (Sugiyono, 2018). Pengujian Normalitas bertujuan guna menguji normalitas data, yang dalam penelitian ini diuji melalui uji *one sampel Kolmogorof-Smirnov* (K-S). Apabila hasil pengujian K-S menunjukkan nilai signifikansi 0,05, maka variabel terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018). Uji Multikolinieritas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi adanya korelasi antar variable bebasnya. Karakteristik pengukuran dilihat dari nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.

Analisis regresi linier berfungsi guna menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2018). Persamaan model regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja UMKM

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Pemanfaatan *e-commerce*

Pengujian F berfungsi untuk mengetahui seluruh variabel bebasnya mempengaruhi secara simultan terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2018). Kriteria pengujiannya jika signifikansi  $f \leq \alpha = 0,05$ , maka variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat dan sebaliknya. Pengujian t digunakan untuk menguji tiap-tiap variabel independent mempengaruhi signifikan terhadap variabel dependent (Sugiyono, 2018). Adapun kriteria pengujiannya jika signifikansi  $t \leq \alpha = 0,05$ , maka variabel bebas secara parsial memberikan pengaruhnya pada variabel terikat.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Analisis

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	286	10.00	25	19.60	3.941
Kinerja UMKM	286	10.00	25	19.65	3.964
Valid N (listwise)	286				

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian statistik deskriptif ditunjukkan nilai minimum dari variabel Pemanfaatan *e-commerce* yaitu 10, nilai maksimum 25, nilai rerata 19.60 dan standar deviasinya 3.941. Adapun kinerja UMKM memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 25, nilai rerata 19.65 dan standar

deviasinya 3.964.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		286
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59366323
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.034
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil pengujian normalitas menunjukkan nilai *Kolgomorov-Smirnov* 0.083 > 0,05 artinya data terdistribusi normal.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	.563	1.776

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data diolah, 2024

Nilai tolerance >0.10 ( $X_1=0.563$ ) dan nilai VIF <10 ( $X_1=1.776$ ) yang mengindikasikan tidak terdapat multikolinearitas.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Regresi Linier**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.895	.881		3.287	.000
	Pemanfaatan <i>e-commerce</i>	.306	.052	.304	5.858	.000

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data diolah, 2024

Dari Tabel 4.4 maka persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 2.895 + 0.306X_1 + e$$

Berlandaskan persamaan model regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan seperti di bawah ini:

- 1) Nilai konstanta 2.895 menunjukkan bahwa apabila pemanfaatan *e-commerce* konstan (tidak ada perubahan) pada 0 (nol) maka variabel kinerja usaha nilainya meningkat sebesar 2.895.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel pemanfaatan *e-commerce* bernilai positif 0.306, berarti bila pemanfaatan *e-commerce* naik sebesar satu satuan adapun variabel yang lainnya tetap, maka kinerja UMKM akan naik 0.306 satuan.

Berdasarkan hasil regresi diperoleh hasil uji t yaitu  $X_1$  mempengaruhi Y. Nilai signifikansi dari pemanfaatan *e-commerce*  $0.000 < 0.05$  dan nilai koefisiennya 0.306. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM Kuliner pada Kabupaten Tabanan.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.756 <sup>a</sup>	.572	.567	2.607

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan *e-commerce*

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji  $R^2$  ditunjukkan nilai *Adjusted R-Square* sebagai koefisien determinasi. Angka *Adjusted R<sup>2</sup>* yaitu 0.567 yang mengindikasikan 56.7% variabel bebas diterangkan oleh variabel terikatnya, adapun sisanya yaitu 43.3% diterangkan oleh variabel lainnya.

#### 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian t pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y menghasilkan nilai koefisien parameter positif yaitu 0.306 dengan signifikansi dari  $0.000 < 0.05$  yang artinya variabel  $X_1$ , yang artinya Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor Kuliner pada Kabupaten Tabanan. Pemanfaatan *e-commerce* mengacu pada penggunaan platform digital oleh UMKM untuk memasarkan, menjual, dan berinteraksi dengan konsumen. *E-commerce* menawarkan fleksibilitas dalam pemasaran dan penjualan, yang memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas tanpa adanya batas geografis (Turban *et al.*, 2015). Pemanfaatan teknologi informasi membantu dalam melaksanakan tanggung jawab pekerjaan dengan baik (Pratiwi, Ela 2021). Teori TAM menawarkan adanya persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) *e-commerce*, seperti kemampuannya meningkatkan penjualan, memengaruhi niat pengguna untuk mengadopsinya, UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* cenderung mengalami peningkatan kinerja karena mereka dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan mempercepat arus kas.

Berdasarkan hasil uji statistik melalui uji t, diperoleh bahwa variabel pemanfaatan *e-commerce* ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) di sektor kuliner di Kabupaten Tabanan. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien parameter sebesar 0,306 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima. Artinya, semakin tinggi intensitas dan kualitas pemanfaatan *e-commerce* oleh pelaku UMKM, maka semakin baik pula kinerja usaha yang mereka jalankan.

Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa *e-commerce* berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha, terutama di sektor kuliner yang sangat dipengaruhi oleh preferensi konsumen, kecepatan layanan, dan jangkauan pasar. Pemanfaatan *e-commerce* dalam konteks ini mengacu pada penggunaan berbagai platform digital—seperti marketplace,

media sosial, website, dan aplikasi pemesanan makanan—yang digunakan pelaku UMKM untuk: (1) Memasarkan produk secara visual dan interaktif; (2) Menjual produk tanpa batasan waktu dan geografis; (3) Berinteraksi langsung dengan pelanggan; (4) Mengelola pemesanan dan pembayaran secara digital.

Menurut Turban et al. (2015), keunggulan utama e-commerce adalah kemampuannya untuk menghilangkan batasan fisik dalam perdagangan. UMKM yang sebelumnya hanya melayani pasar lokal kini dapat menjangkau konsumen lintas kota, bahkan lintas provinsi. Ini berarti, peluang penjualan menjadi jauh lebih luas, dan potensi pertumbuhan usaha juga meningkat signifikan. Dalam konteks teknologi informasi, Pratiwi (2021) menyebutkan bahwa pemanfaatan teknologi dapat membantu pelaku usaha dalam menyelesaikan pekerjaan secara lebih efektif dan efisien. Hal ini terbukti dari meningkatnya produktivitas, kecepatan pelayanan, serta kepuasan pelanggan karena proses transaksi yang lebih ringkas dan transparan.

Dari sisi teoritis, temuan ini juga konsisten dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menekankan pada dua aspek utama yang memengaruhi penerimaan teknologi: *perceived usefulness* (kebermanfaatan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Dalam hal ini, pelaku UMKM yang merasakan manfaat nyata dari penggunaan e-commerce—seperti peningkatan penjualan, kemudahan transaksi, serta pengurangan biaya operasional—akan lebih terdorong untuk terus mengadopsi dan mengembangkan teknologi digital dalam bisnisnya.

Dengan e-commerce, pelaku UMKM juga mengalami percepatan arus kas, karena sistem pembayaran digital meminimalkan jeda waktu antara pemesanan dan penerimaan uang. Hal ini sangat penting dalam menjaga stabilitas keuangan usaha kecil, terutama di sektor kuliner yang bersifat harian dan cepat berubah.

## V. SIMPULAN

Berlandaskan hasil analisis dan pembasannya, maka kesimpulannya yaitu: Pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor Kuliner pada Kabupaten Tabanan. Hal ini berarti semakin baik pemanfaatan *e-commerce* maka akan meningkatkan kinerja UMKM sektor kuliner pada Kabupaten Tabanan.

Temuan ini memiliki implikasi signifikan bagi pengembangan UMKM di era digital: (1) Bagi pelaku UMKM, penting untuk tidak hanya menggunakan e-commerce secara dasar (misalnya hanya memajang produk), tetapi juga memaksimalkan fitur-fitur digital seperti iklan berbayar, analitik pelanggan, pengelolaan stok otomatis, dan integrasi dengan sistem pembayaran digital; (2) Bagi pemerintah daerah, dukungan harus ditingkatkan melalui program pelatihan literasi digital, pendampingan teknologi, dan insentif adopsi e-commerce bagi UMKM pemula; (3) Bagi mitra swasta dan penyedia platform, perlu ada pendekatan khusus untuk UMKM daerah—seperti sistem antarmuka yang sederhana, biaya layanan yang terjangkau, serta fitur lokal (seperti kurir desa atau pembayaran tunai digital).

Hasil ini menunjukkan nilai signifikan 0.000 dengan beta 0.306. Atas dasar kesimpulan yang disusun peneliti, maka saran yang disampaikan yaitu:

- a) Pelaku UMKM: Pelaku UMKM di sektor kuliner perlu lebih proaktif dan konsisten dalam mengoptimalkan *e-commerce* sebagai bagian dari strategi bisnis. Penggunaan *platform* seperti *marketplace*, media sosial, dan layanan pesan antar harus dikombinasikan dengan konten promosi yang menarik dan respon cepat kepada pelanggan.

- b) Pemerintah Daerah dan Dinas Terkait: Pemerintah Kabupaten Tabanan melalui Dinas Koperasi dan UKM perlu meningkatkan akses dan kualitas pelatihan digitalisasi bisnis untuk UMKM, terutama dalam hal manajemen toko *online*, strategi pemasaran digital, dan keamanan transaksi.
- c) Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini membuka ruang untuk studi lanjutan dengan memasukkan variabel mediasi atau moderasi seperti literasi digital, dukungan pemerintah, atau adopsi teknologi digital lainnya (misalnya penggunaan sistem point of sales, QRIS, atau CRM).

## REFERENSI

- Adrian, M.R. (2017). Pengaruh Pendampingan Usaha Terhadap Kinerja UMKM (Studi Pada UMKM Peserta Program PUSPA 2016 Yang Diselenggarakan Oleh Bank Indonesia).
- Alam, S., Ramadhani, W. P., & Patmaniar, P. (2023). Transformasi digital UMKM di Indonesia selama pandemi. *Journal Social Society*, 3(2), 140-156.
- Alam, R. (2021, November 10). Sultan Ravi Alam - 2101630573 - GSLC Course Task 1- Transformasi Digital. <https://doi.org/10.31219/osf.io/zn6yx>
- Amanah, D. (2015). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja usaha kecil dan menengah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 21(81), 1-5.
- Anindya, S., & Agustin, A. I. H. (2024). Pengaruh Penerapan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Kuliner Di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12).
- Arrofi, R. A., Ajie, R., & Sutabri, T. (2024). Penggunaan transformasi digital bisnis untuk para pelaku UMKM kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 2(1), 180-189.
- Ausat, A. M. A., Astuti, E. S., & Wilopo, W. (2022). Analisis faktor yang berpengaruh pada adopsi e-commerce dan dampaknya bagi kinerja ukm di kabupaten subang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 9(2), 333-346.
- Avriyanti, S. (2020). Peran *e-commerce* untuk meningkatkan keunggulan kompetitif di era industri 4.0 (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten tabalong). *PubBis: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 4(1), 83-99.
- Bhalekar, P.M., Ingle, S., & Pathak, K. (2014). The Study Of E-Commerce. *Asian Journal of Computer Science and Information Technology*, 4.
- Dedhia, N.S. (2001). E-commerce quality. *Total Quality Management*, 12, 397 - 402.
- Eman Sulaiman, Cucu Handayani, & Susi Widyastuti. (2021). Transformasi Digital Technology-Organization-Environment (Toe) Dan Inovasi Difusi E-Business Untuk Umkm Yang Berkelanjutan: Model Konseptual. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kreatif*, 7(1), 51-62. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1947>
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Model Konseptual Untuk Transformasi Digital UKM Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia (R-Model Transformasi Digital). *Journal Social Society*, 3(1), 11–20. <https://doi.org/10.54065/jss.3.1.2023.341>
- Fauzi, A.N. (2020). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerceterhadap Perilaku Berwirausaha Bagimahasiswa Pendidikan Luar Sekolah (Pls)Universitas Negeri Semarang (UNNES).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8).

- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi e-commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja umkm (studi kasus umkm di wilayah kota semarang). *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 1-15.
- Hasan, M., Dzakiyyah, A., Kumalasari, D. A., Safira, N., & Aini, S. N. (2021). Transformasi digital umkm sektor kuliner di kelurahan jatinegara, jakarta timur. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17(2), 135-150.
- Infithor, M.F. (2019). Analisis Adaptasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Malang.
- Jyothi, C. Y., Gousia, S., & Arunakumari, G. (2015). E-Commerce: Role of E-Commerce in Today's Business. *International Journal of Marketing and Technology*, 5(10), 8-28.
- Kaur, P., & Joshi, M. M. (2012). E-commerce in india: A review. *IJCST*, 3(1), 802-804.
- Khan, S. (2019). Cyber Security Issues and Challenges in E-Commerce. *Accounting Technology & Information Systems eJournal*.
- Lestari, N. S. (2023). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Pada Mitra Grab Di Kota Jombang* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Luckandi, D. (2019). Analisis Transaksi Pembayaran Menggunakan Fintech Pada Umkm Di Indonesia: Pendekatan Adaptive Structuration Theory.
- Maulana, a. (2021, October 18). Transformasi Digital. <https://doi.org/10.31219/osf.io/p9gq8>
- McCausland, T. (2021). Digital Transformation. *Research-Technology Management*, 64(6), 64–67. <https://doi.org/10.1080/08956308.2021.1974783>
- Meutia, A. (2021, October 17). Transformasi Digital. <https://doi.org/10.31219/osf.io/gdm68>
- Moundekar, D.R. (2020). A Review Paper Of E- Commerce.
- Nabiil Salasa Ramadan, Niki Ayu Purwanti, Siti Maysaroh, & Nurbaiti. (2022). USAHA Pengembangan Umkm Melalui E-Commerce. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 382–387. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.777>
- Nurlinda, N., & Fathimah, V. (2019). Determinan Adopsi E-Commerce dan Dampaknya Pada Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*.
- Pratiwi, Ela. (2021). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Jombang.
- Purwanto, H., & Trihudiyatmanto, M. (2018). Pengaruh Intensi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening pada Sentra UMKM Carica di Wonosobo. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*.
- Rahardja, U., Wahid, S.A., & Haryani, N. (2009). Analisis Kinerja Student Information Services Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM).
- Rasyid, A., Lukito, V., & Mahanani, Z.D. (2023). Pelatihan Penilaian Kinerja Usaha Pada Ukm. *Journal Of Sustainable Community Service*.
- Rayhan, M. R., Hendrayati, H., & Furqon, C. (2024). Adaptasi Transformasi Teknologi Digital dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kuliner: Studi Kasus Tiktok Shop. *Buana Ilmu*, 8(2), 156-171.
- Rokhayati, I. (2015). Pengukuran kinerja pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM): suatu telaah pustaka. *Monex: Journal of Accounting Research*, 4(2).

- Sagala, S. A., Argo, T. A., Asirin, A., Adhitama, P., & Yamin, D. (2016). Strategi adaptasi nelayan terhadap dampak perubahan lingkungan (Studi Kasus: Pemanfaatan teknologi penangkapan ikan laut). *Jurnal Penataan Ruang*, 11(2), 22-35.
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286-299.
- Sari, H.R., Mulyati, A., & Pratiwi, N.M. (2024). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Kepercayaan Diri, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Sentra Kuliner (Umk) Di Perumtas 3 Sidoarjo. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*.
- Setiawan, A., Djajadikerta, H., Haryanto, H.H., & Wirawan, S. (2021). Theory of Reasoned Action dan Literasi Teknologi terhadap Adaptasi Perubahan Teknologi. *JURNAL SISTEM INFORMASI BISNIS*.
- Suci, A.M., Tarigan, D.V., Nirwana, F.C., Manurung, M.Y., Simanungkalit, R., & Ardiansyah, T. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal USAHA*.
- Sugandi, F., & Suhaeni, T. (2019). Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sumaryanto, E., & Ibrahim, M. (2023). Komunikasi antar budaya dalam bingkai teori-teori adaptasi. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 42-51.
- Triandra, N., Hambali, D., & 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).
- Waghmare, G.T. (2012). E-commerce; A Business Review And Future Prospects.
- Widnyani, N. M., Astitiani, N. L. P. S., & Putri, B. C. L. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Ukm Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 79-87. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i1.3093>
- Wijaya, W., & Widjaja, O. H. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 84-93.
- Yusuf, M., Sutrisno, S., Putri, P. A. N., Asir, M., & Cakranegara, P. A. (2024). Prospek Penggunaan E-Commerce Terhadap Profitabilitas Dan Kemudahan Pelayanan Konsumen: Literature Review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 786-801.