

**PENGARUH PELATIHAN E-COMMERCE TERHADAP PRODUKTIVITAS  
PELAKU USAHA UMKM DI KABUPATEN SIDOARJO PROVINSI JAWA TIMUR**

Sherina Nurlaila  
NPP. 32.0560

*Asdaf Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur*  
*Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*

Email: [32.0560@praja.ipdn.ac.id](mailto:32.0560@praja.ipdn.ac.id)

Pembimbing Skripsi: Vinda Verina Kartika Dewi Primasari, S. STP, M. Tr. I. P

**ABSTRACT**

**Problem Statement/Background (GAP):** *Improving the competencies of MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors in the digital era plays a crucial role in driving economic growth, particularly at the local level which serves as the foundation of national development. In this context, digital transformation is not only a challenge but also a strategic opportunity that MSME actors must leverage to adapt to market dynamics and technological advancements. This adaptation includes the utilization of digital platforms. However, MSME actors still face various challenges such as the use of simple and less visually appealing packaging, difficulties in obtaining business permits, the occurrence of illegal levies, and limited resources in terms of both finances and access to digital technology. In response to these challenges, the Government of Sidoarjo Regency through the Department of Industry and Trade (Disperindag) organized an E-commerce Training Program in 2024 as a policy intervention aimed at enhancing the competitiveness of local MSME actors, particularly in the food and beverage sector which contributes significantly to the regional economy.* **Purpose:** *This study aims to analyze the extent to which e-commerce training influences the productivity of MSME actors in Sidoarjo Regency. Using a quantitative approach and survey method for data collection from 50 training participants, the study employed validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, and hypothesis testing using IBM SPSS Statistics version 25.* **Result:** *The results show that e-commerce training has a significant effect on productivity improvement, with a contribution rate of 51.3%. A t-value of 7.116, which is greater than the t-table value of 2.011.* **Conclusion:** *reinforces the conclusion that there is a positive and significant relationship between e-commerce training and the productivity of MSME actors. Thus, this training has proven to be an effective instrument for local economic empowerment in the digital era.*

**Keywords** : **E-commerce Training, Productivity, Entrepreneurs**

**ABSTRAK**

**Permasalahan/Latar Belakang (GAP):** Peningkatan kompetensi pelaku usaha UMKM di era *digital* memegang peranan yang sangat krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya pada skala lokal yang menjadi fondasi pembangunan nasional. Dalam konteks ini, transformasi *digital* tidak hanya menjadi tantangan, tetapi juga peluang strategis yang harus dimanfaatkan oleh para pelaku usaha UMKM, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk dapat beradaptasi dengan dinamika pasar dan perkembangan teknologi informasi. Adaptasi ini mencakup pemanfaatan *platform digital*. Namun, pelaku usaha UMKM masih menghadapi berbagai permasalahan seperti penggunaan kemasan yang sederhana dan kurang menarik secara visual, kesulitan dalam proses pembuatan surat perizinan, adanya pungutan liar, serta keterbatasan sumber daya baik dari segi finansial maupun akses terhadap

teknologi *digital*. Menyikapi tantangan tersebut, Pemerintah Kabupaten Sidoarjo melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) menyelenggarakan Program Pelatihan *E-commerce* pada tahun 2024 sebagai bentuk intervensi kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha UMKM lokal, khususnya di sektor makanan dan minuman yang memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pelatihan *e-commerce* terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo. **Metode:** Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei untuk pengumpulan data terhadap 50 responden peserta pelatihan, penelitian ini menerapkan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan *e-commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan produktivitas dengan kontribusi sebesar 51,3%. Nilai t-hitung sebesar 7,116 yang lebih besar dari t-tabel 2,011. **Kesimpulan:** Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara pelatihan *e-commerce* dan produktivitas pelaku usaha UMKM, sehingga pelatihan ini terbukti efektif sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi lokal di era *digital*.

**Kata Kunci** : Pelatihan *E-commerce*, Produktivitas, Pelaku Usaha

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perekonomian global yang terkait dengan perkembangan teknologi informasi memerlukan adaptasi dari berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam sektor ekonomi, yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang sering disebut dengan UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menarik banyak tenaga kerja dan menjadi penggerak perekonomian lokal. Besarnya potensi pasar *digital* di Indonesia menjadi sebuah pendorong utama perkembangan ekonomi berbasis teknologi di Indonesia. Menurut Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menunjukkan tingkat penetrasi internet di Indonesia akan mencapai 221,56 juta orang pada tahun 2023 dari total penduduk 278,69 juta jiwa. Angka tersebut menunjukkan lebih dari 79,5 % penduduk Indonesia terhubung dengan internet. Peningkatan ini lebih mengesankan dibandingkan periode sebelumnya yang meningkat sebesar 1,4 %. Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas *online* kini terintegrasi dalam rutinitas masyarakat Indonesia. Dengan meningkatnya penetrasi internet, pelaksanaan pemasaran produk secara *online* menjadi lebih mudah (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural, seperti keterbatasan akses terhadap infrastruktur *digital* dan rendahnya pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan usaha (Naufalin, 2020; Sitorus et al., 2025). Selain itu, rendahnya literasi *digital*, kapasitas manajerial, serta orientasi inovasi pelaku UMKM turut menghambat adopsi teknologi secara optimal (Mualim Hasibuan, 2024). Hambatan lain yang juga signifikan adalah sulitnya akses pembiayaan formal serta lemahnya pemahaman terhadap tata kelola usaha yang akuntabel (Ario Johan, Lukviana Wati, 2023). Di Jawa Timur khususnya di Kabupaten Sidoarjo, pelaku usaha UMKM telah beralih ke pemasaran *digital*. Meskipun ada peningkatan dalam adopsi teknologi ini, pelaku usaha UMKM juga menghadapi berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi penggunaan *e-commerce*. Berdasarkan Tio Arisandi (2021), Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi *digital* untuk pemasaran. Banyak pelaku usaha UMKM tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang cara memanfaatkan *platform e-commerce* secara efektif. Hal ini menyebabkan mereka tidak dapat memaksimalkan potensi penjualan yang dapat diperoleh melalui pemasaran *digital*. Selain itu, ketersediaan bahan baku dan peralatan produksi sering kali menjadi masalah, terutama ketika harga bahan baku meningkat atau terjadi kelangkaan (Rahmadani & Subroto, 2022). Kurangnya

latar belakang pendidikan teknologi informasi juga menjadi faktor penghambat utama dalam adaptasi *digital* (Bratadharma, 2023) dan survei menunjukkan bahwa pelatihan lanjutan sangat dibutuhkan untuk memperkuat keterampilan pelaku UMKM di bidang *e-commerce* dan media sosial. Ditambah lagi, keterbatasan finansial dan teknologi modern menjadi kendala besar dalam meningkatkan daya saing di pasar *digital* (Mado, 2024).

Pelatihan *e-commerce* sebagai bentuk intervensi pemerintah terhadap pengembangan UMKM terbukti efektif dalam meningkatkan produktivitas pelaku usaha, khususnya di sektor makanan dan minuman di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini sejalan dengan temuan Yatminiwati et al (2021) yang menekankan pentingnya pendekatan kewirausahaan sosial dalam pengembangan UMKM melalui pelibatan masyarakat sekitar guna mengatasi keterbatasan tenaga kerja dan meningkatkan kapasitas produksi. Selain itu, faktor kepemimpinan, pencatatan keuangan, dan inovasi juga memiliki peran signifikan dalam mendorong kinerja usaha, sebagaimana disampaikan oleh Purwanto et al (2022) bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama mampu meningkatkan kinerja UMKM meskipun inovasi sendiri memiliki pengaruh yang lebih lemah dibandingkan dua variabel lainnya. Di sisi lain, Prasetyo (2020) menegaskan bahwa belanja pemerintah dan investasi memainkan peran strategis dalam pertumbuhan UMKM di Indonesia, di mana pengeluaran pemerintah yang diarahkan pada sektor mikro mampu menciptakan perlindungan sosial-ekonomi serta memfasilitasi pertumbuhan ekonomi inklusif berbasis komunitas.

Selain itu, dalam konteks penguatan kapasitas sumber daya manusia di era *digital*, Lambelanova & Toyib (2024) menekankan bahwa kebijakan komunikasi pemerintah yang transparan serta akses terhadap teknologi canggih mampu meningkatkan literasi *digital* dan keterampilan pelaku usaha, yang pada akhirnya memperkuat ketahanan inovasi. Hal ini menegaskan bahwa literasi *digital* berperan sebagai mediator penting dalam menghubungkan intervensi pemerintah dengan peningkatan kemampuan adaptif dan produktivitas di tengah disrupsi teknologi. Temuan ini sejalan dengan pentingnya pelatihan *e-commerce* sebagai strategi untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo agar mampu bersaing dan berinovasi secara berkelanjutan di pasar digital yang kompetitif.

## **1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)**

Terdapat beberapa permasalahan yang masih dirasakan oleh pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo pada era *digital* saat ini. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Sidoarjo Tahun 2023, menunjukkan bahwa lebih dari 70% pelaku UMKM telah beralih ke pemasaran *digital*. Meskipun ada peningkatan dalam adopsi teknologi ini, pelaku usaha UMKM juga menghadapi berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi penggunaan *e-commerce*. Salah satu permasalahan utama adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi *digital* untuk pemasaran. Banyak pelaku usaha UMKM tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang cara memanfaatkan *platform e-commerce* secara efektif. Hal ini menyebabkan mereka tidak dapat memaksimalkan potensi penjualan yang dapat diperoleh melalui pemasaran *digital* (Tio Arisandi, 2021). Selain itu, ketersediaan bahan baku dan peralatan produksi sering kali menjadi masalah, terutama ketika harga bahan baku meningkat atau terjadi kelangkaan (Rahmadani & Subroto, 2022).

Salah satu UMKM bidang makanan dan minuman di Kabupaten Sidoarjo, yaitu Zhafira Bakery yang mana masih menggunakan kemasan sederhana dan tidak menarik untuk dilihat mata. Selain itu, gambar produk yang digunakan untuk dipasarkan di toko *online* menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM tersebut kurang memanfaatkan teknologi dalam membuat desain kemasan sehingga pemasaran yang dilakukan menjadi kurang optimal. Lebih lanjut, proses perizinan untuk UMKM di Sidoarjo sering kali rumit dan memakan waktu yang cukup lama. Meskipun Pemerintah Kabupaten Sidoarjo telah melakukan upaya untuk mempermudah proses ini melalui sistem *Online Single Submission Risk Based Approach* (OSS-RBA), masih banyak pelaku usaha UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengurus

perizinan. Penyebabnya adalah keterbatasan pemahaman mengenai teknologi informasi yang diperlukan untuk mengakses sistem tersebut (Setiawan, 2024). Selain itu, ada juga masalah pungutan liar yang dikeluhkan oleh beberapa pelaku UMKM, yang menambah beban dalam proses perizinan (Perdana, 2021).

Berdasarkan survei oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sidoarjo (2022), menunjukkan bahwa kebutuhan akan pelatihan lanjutan masih sangat diperlukan. Meskipun ada peningkatan pengetahuan setelah pelatihan, banyak peserta yang merasa perlu mendapatkan pembelajaran lebih lanjut untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan media sosial dan *platform e-commerce*. Banyak pelaku usaha UMKM yang mengikuti pelatihan awal merasa belum mendapatkan pengetahuan yang cukup untuk menerapkan strategi pemasaran *digital* secara efektif. Tantangan lain yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun akses terhadap teknologi canggih. Banyak usaha kecil tidak memiliki anggaran yang cukup untuk berinvestasi dalam teknologi terbaru atau dalam pelatihan yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan mereka. Hal ini mengakibatkan kurangnya kemampuan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif (Mado, 2024).

### **1.3 Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja dan pendapatan UMKM, namun belum secara spesifik mengkaji pengaruh pelatihan *e-commerce* terhadap produktivitas pelaku usaha di daerah. Haholongan et al., (2024) dalam penelitiannya di Pulogadung menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* oleh UMKM berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan, namun fokus penelitian ini tidak menyoroti peran pelatihan sebagai faktor pendorong. Affan (2022) mengidentifikasi bahwa rasa percaya dan keterlibatan pengguna menjadi faktor penting dalam penggunaan *e-commerce* oleh UMKM serta berdampak pada kinerjanya, tetapi tidak meneliti intervensi pemerintah dalam bentuk pelatihan. Selanjutnya, Putri Harfie et al (2022) membahas bahwa faktor teknologi dan inovasi melalui *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM di DKI Jakarta, namun penelitian ini lebih menekankan pada aspek penerapan *e-commerce* dan bukan pada proses peningkatan kapasitas melalui pelatihan. Penelitian oleh Afriansyah et al (2024) di Bangka mengkaji pelatihan *digitalisasi e-commerce* yang dilakukan melalui program pengabdian masyarakat dan menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasakan manfaat dari pelatihan tersebut, meskipun penelitian ini bersifat kualitatif dan belum mengukur dampaknya terhadap produktivitas secara statistik. Sementara itu, Ika Purnama et al (2021) meneliti peran *e-commerce* dalam membantu penjualan UMKM selama pandemi dan menemukan bahwa *e-commerce* efektif sebagai strategi pemasaran dan distribusi, tetapi tidak menyinggung aspek pelatihan atau upaya peningkatan kapasitas SDM UMKM oleh instansi pemerintah.

### **1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah**

Penelitian ini memiliki sejumlah perbedaan mendasar dengan penelitian sebelumnya yang membahas *e-commerce* dan UMKM. Sebagian besar studi terdahulu hanya menyoroti dampak umum dari penggunaan *e-commerce* terhadap pendapatan atau kinerja UMKM, tanpa mengulas secara spesifik pengaruh pelatihan *e-commerce* yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah. Selain itu, lokasi penelitian mereka umumnya berada di wilayah perkotaan besar seperti DKI Jakarta atau kawasan industri seperti Pulogadung, yang memiliki kondisi infrastruktur *digital* berbeda dengan Kabupaten Sidoarjo. Sementara itu, penelitian ini secara khusus menganalisis pelatihan *e-commerce* yang difasilitasi oleh Disperindag Kabupaten Sidoarjo, dan mengukur pengaruhnya terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM sektor makanan dan minuman, yang merupakan sektor dominan di daerah tersebut. Selain itu,

pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini, serta indikator pelatihan dan produktivitas menjadikan penelitian ini unik dari sisi metode maupun variabel yang diteliti sehingga mampu memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian pemberdayaan UMKM berbasis *digital* di tingkat lokal.

### 1.5 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah pelatihan *e-commerce* berpengaruh terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur serta untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pelatihan *e-commerce* terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur.

## II. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode ilmiah yang memiliki kriteria seperti: berdasarkan fakta, bebas prasangka, menggunakan prinsip analisa, menggunakan hipotesa, menggunakan ukuran objektif dan menggunakan data kuantitatif atau yang dikuantitatifkan (Nurdin & Hartati, 2019). Teknik analisis data dalam penelitian ini berupa regresi linear sederhana yang bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan dan memodelkan hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) melalui garis lurus yang paling sesuai dengan sebaran data (Sugiyono, 2024). Lebih lanjut, (Simangunsong, 2017) menjelaskan bahwa regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk mengukur sejauh mana satu variabel bebas dapat memengaruhi satu variabel terikat, dengan mengasumsikan adanya hubungan linier antara keduanya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sensus, yaitu seluruh populasi dijadikan sampel karena jumlahnya kurang dari 100, yakni sebanyak 50 pelaku usaha UMKM peserta pelatihan *e-commerce* oleh Disperindag Kabupaten Sidoarjo, sehingga seluruh responden dapat dilibatkan untuk memperoleh data yang lebih akurat dan representatif (Sugiyono, 2024). Instrumen penelitian berupa kuesioner atau angket yang disusun sendiri oleh peneliti dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi responden terhadap fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan studi literatur, sedangkan teknik analisis data meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis korelasi, regresi linear sederhana, dan uji hipotesis.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini karakteristik responden yang diamati peneliti, meliputi jenis kelamin dan latar belakang dari para pelaku usaha UMKM.

### 3.1 Karakteristik Responden

**Tabel 3. 1 Karakteristik, Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	15	30%
2.	Perempuan	35	70%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Peneliti menganalisis bahwa pelaku usaha UMKM perempuan di Kabupaten Sidoarjo lebih banyak berpartisipasi dalam pelatihan *e-commerce* dibandingkan laki-laki. Tingginya keterlibatan perempuan dalam pelatihan tersebut mencerminkan peran aktif mereka dalam upaya meningkatkan produktivitas usaha. Dominasi perempuan sebagai responden juga

menjadi indikator penting meningkatnya partisipasi mereka dalam sektor usaha kecil dan menengah di Kabupaten Sidoarjo.

**Tabel 3. 2 Karakteristik, Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	SD	-	-
2.	SMP	-	-
3.	SMA	31	62%
4.	Diploma/Sarjana	19	38%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Pada tabel 3.2 dapat diketahui bahwa, meskipun mayoritas responden telah menyelesaikan pendidikan menengah atas, hal ini masih belum cukup jika dikaitkan dengan kemampuan teknis dan strategi *digital* yang dibutuhkan dalam praktik *e-commerce*. Pendidikan formal hingga tingkat SMA umumnya belum membekali pelaku usaha dengan pengetahuan *digital* yang memadai.

### 3.2 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan program IBM SPSS. Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat mengukur variabel yang dimaksud (Sugiyono, 2024). Berdasarkan pendapat Sugiyono, suatu instrumen penelitian dianggap valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, atau jika nilai *Sig. (2-tailed)* item atau  $p$ -value  $<$  0,05 dengan *pearson correlation* bernilai positif. Keputusan mengenai validitas instrumen didasarkan pada perbandingan antara nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrumen dapat dikatakan valid. Selanjutnya, dilakukan pengujian reliabilitas terhadap instrumen tersebut. Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi instrumen yang diujikan kepada berbagai responden dalam berbagai kondisi (Sugiyono, 2024). Metode yang tepat untuk menguji reliabilitas adalah *Alpha Cronbach*, dan program IBM SPSS 25 dapat digunakan dengan syarat, apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka kuesioner atau angket dapat dianggap reliabel atau konsisten (Suwarjeni, 2014). Berikut adalah hasil perhitungan dari Uji Validitas dan Reliabilitas instrumen dalam penelitian ini:

**Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y**

Butir Pertanyaan (1)	Nilai Sig.(2-tailed) (2)	Keterangan (3)
<b>Variabel X</b>		
1	0,000	√ (Valid)
2	0,000	√ (Valid)
3	0,016	√ (Valid)
4	0,000	√ (Valid)
5	0,000	√ (Valid)
6	0,000	√ (Valid)
7	0,000	√ (Valid)
8	0,000	√ (Valid)
9	0,000	√ (Valid)
10	0,000	√ (Valid)
<b>Variabel Y</b>		
1	0,000	√ (Valid)

(1)	(2)	(3)
2	0,000	√ (Valid)
3	0,000	√ (Valid)
4	0,000	√ (Valid)
5	0,000	√ (Valid)
6	0,000	√ (Valid)
7	0,000	√ (Valid)

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada Variabel Pelatihan *E-commerce* (X) dan Variabel Produktivitas Pelaku Usaha UMKM (Y) dianggap valid. Hal ini dikarenakan nilai *Sig.(2-tailed)* pada setiap pernyataan  $< 0,05$ .

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Alpha Cronbach	r kritis	Kriteria
1	Pelatihan <i>E-commerce</i> (X)	0,782	0,6	√(Reliabel)
2	Produktivitas Pelaku Usaha UMKM (Y)	0,803	0,6	√(Reliabel)

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 3.4 di atas, nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap variabel lebih dari 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa item-item dalam kuesioner penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

### 3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk mengevaluasi apakah model regresi linier memiliki konsistensi yang memadai untuk diterapkan dalam suatu penelitian. Uji ini dilakukan dengan cara, sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dapat dilakukan menggunakan Program SPSS 25, dengan ketentuan bahwa jika nilai *probability sig 2-tailed*  $> 0,05$ , maka data dianggap memiliki distribusi normal (Machali, 2021). Berikut adalah data statistik hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* terhadap distribusi data responden, yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan metode analisis selanjutnya:

**Tabel 3. 5**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,79618010
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,102
	Negative	-,133
Test Statistic		,133
Asymp. Sig. (2-tailed)		,027 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		,309
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Diolah oleh Penulis dalam IMB SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Exact. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,309, maka dapat disimpulkan bahwa data yang ada merupakan data berdistribusi normal sehingga untuk data pada Variabel X dan Variabel Y dari populasi yang berdistribusi normal telah memenuhi asumsi normalitas pada regresi.

## 2. Uji Linearitas

Pengujian ini dilakukan menggunakan program IBM SPSS 25. Untuk membuktikan adanya hubungan linear antara variabel x dan variabel y, syarat yang diperlukan adalah nilai *Sig. Deviation from Linearity* > 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan linear (Machali, 2021).

**Tabel 3. 6**  
**Hasil Uji Liniearitas**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTAL Y * TOTAL X	Between Groups	(Combined)	211,323	10	21,132	7,258	,000
		Linearity	166,793	1	166,793	57,283	,000
		Deviation from Linearity	44,530	9	4,948	1,699	,122
	Within Groups		113,557	39	2,912		
	Total		324,880	49			

Sumber: Diolah oleh Penulis dalam IMB SPSS, 2025

Berdasarkan data di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity* sebesar 0,122 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Variabel Pelatihan *E-commerce* (X) dengan Variabel Produktivitas Pelaku Usaha UMKM (Y).

## 3. Uji Korelasi

Uji ini difokuskan pada penjumlahan skor keseluruhan sampel pada Variabel Pelatihan *E-commerce* (X) dan Variabel Produktivitas Pelaku Usaha UMKM (Y).

**Tabel 3. 7**  
**Hasil Uji Korelasi**

		TOTAL X	TOTAL Y
TOTAL X	Pearson Correlation	1	,717**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
TOTAL Y	Pearson Correlation	,717**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Diolah oleh Penulis dalam IMB SPSS, 2025

Untuk menyatakan bahwa Variabel X dan Variabel Y memiliki hubungan linear, syaratnya adalah nilai signifikansi (2-tailed) harus kurang dari 0,05. Dalam hal ini, nilai korelasi *Pearson* sebesar 0,717, yang termasuk dalam kategori korelasi yang tinggi.

### 3.4 Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana untuk menganalisis pengaruh antara Variabel Pelatihan *E-commerce* (X) dan Variabel Produktivitas Pelaku Usaha UMKM (Y).

#### 1. Uji T

**Tabel 3. 8**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,968	3,852		1,290	,203
	TOTAL X	,588	,083	,717	7,116	,000

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Diolah oleh Penulis dalam IBM SPSS 25, 2025

Dalam tabel tersebut, t hitung sebesar 7,116 lebih besar dari t tabel 2,011 dan nilai signifikansinya adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil uji ini, dapat disimpulkan bahwa hasilnya signifikan. Berdasarkan uji regresi di atas, pada kolom B baris *Constant* adalah 4,968 dan nilai variabel Program Pelatihan *E-commerce* dalam kolom B adalah 0,717 sehingga diperoleh persamaan:

$$Y = 4,968 + 0,717X$$

#### 2. Uji F

**Tabel 3. 9**  
**Uji Regresi Linear Sederhana Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,793	1	166,793	50,643	,000 <sup>b</sup>
	Residual	158,087	48	3,293		
	Total	324,880	49			

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL X

Sumber: Diolah oleh Penulis dalam IBM SPSS, 2025

Tabel 4.12 di atas memuat data yang disusun berdasarkan perbandingan statistik yang dihasilkan dari uji F, yang bertujuan untuk memahami variasi yang mungkin terjadi antar kelompok dalam konteks variabel yang diuji. Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai f hitung 50,643 lebih besar daripada f tabel 4,04, dan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hasilnya signifikan.

### 3. Koefisien Determinasi

Hasil analisis data menggunakan SPSS akan memberikan nilai R<sup>2</sup> (R square), yang merupakan koefisien determinasi. Koefisien ini akan menunjukkan persentase dari tingkat kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat (SPSS Indonesia, 2017). Berikut adalah tabel koefisien determinasi:

**Tabel 3. 10**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 <sup>a</sup>	,513	,503	1,815

a. Predictors: (Constant), TOTAL X  
b. Dependent Variable: TOTAL Y

Sumber: Diolah oleh Penulis dalam IBM SPSS 25, 2025

Nilai koefisien determinasi *R Square* adalah 0,513 atau 51,3%, yang termasuk dalam kategori pengaruh cukup kuat.

#### 3.5 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini terdapat hipotesis dua arah yang perlu ditentukan apakah hipotesis alternatif dapat diterima atau tidak, sebagaimana yang dijelaskan dalam kalimat kerja hipotesis berikut ini:

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh Pelatihan *E-commerce* terhadap Produktivitas Pelaku Usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh Pelatihan *E-commerce* terhadap Produktivitas Pelaku Usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

Pada pengujian Hipotesis Non-Direksional, digunakan uji T dengan tingkat kesalahan  $\alpha = 0,05$  dan  $df = 50 - 2 = 48$ . Diketahui bahwa  $t$  tabel = 2,011 dan  $t$  hitung = 7,116, seperti yang tercantum dalam tabel 4.11. Karena  $t$  hitung lebih besar daripada  $t$  tabel, hal ini menunjukkan bahwa variabel Pelatihan *E-commerce* (X) memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel Produktivitas Pelaku Usaha UMKM (Y). Oleh karena itu, hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak dan hipotesis alternatif (H<sub>1</sub>) diterima. Hasil serupa juga terlihat pada analisis menggunakan SPSS, dengan nilai probabilitas Signifikansi (*prob.Sig*) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 5%. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Pelatihan *E-commerce* dan Produktivitas Pelaku Usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo, yang berarti hipotesis yang diajukan terbukti benar.

#### 3.6 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Temuan utama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan *e-commerce* memberikan pengaruh signifikan terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo, dengan kontribusi sebesar 51,3%. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afriansyah et al. (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan *digitalisasi e-commerce* memberikan dampak positif terhadap kesiapan pelaku UMKM dalam menerapkan sistem berbasis teknologi. Hal ini didukung dengan data bahwa lebih dari 90% responden dalam penelitian tersebut merasa terbantu dan siap mengimplementasikan *sistem e-commerce* yang telah dilatihkan. Sama halnya dengan temuan penelitian (Affan, 2022) yang

menunjukkan bahwa faktor penggunaan *e-commerce* yang didukung oleh pelatihan dan kepercayaan diri pelaku usaha berdampak pada peningkatan kinerja UMKM.

Berbeda dengan temuan Putri Harfie et al. (2022) yang menekankan bahwa penerapan *e-commerce* lebih dipengaruhi oleh lingkungan dan ketersediaan teknologi, penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan yang terstruktur dan tepat sasaran juga dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap produktivitas UMKM. Temuan ini menolak sebagian dari hasil penelitian Haholongan et al. (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* secara langsung berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, tanpa mempertimbangkan efektivitas pelatihan. Dalam penelitian ini, pelatihan *e-commerce* yang dilaksanakan oleh Disperindag Kabupaten Sidoarjo terbukti memberikan pengaruh sebesar 51,3% terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM, namun juga menunjukkan bahwa efektivitas pelatihan sangat bergantung pada relevansi materi, latar belakang peserta, serta implementasi di lapangan. Artinya, penggunaan *e-commerce* tidak serta-merta berdampak maksimal tanpa didahului oleh pelatihan yang terarah dan sesuai dengan kebutuhan lokal, sebagaimana yang terjadi pada program pelatihan di Sidoarjo yang dinilai cukup aplikatif dan tepat sasaran.

Dengan demikian, temuan ini tidak hanya menegaskan pentingnya pelatihan sebagai instrumen pemberdayaan UMKM, tetapi juga menunjukkan bahwa desain program pelatihan yang sesuai kebutuhan peserta menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan produktivitas pelaku usaha UMKM. Hasil ini juga menandakan bahwa selain pelatihan, masih ada 48,7% faktor lain yang berpengaruh, seperti modal, kualitas SDM, akses pasar, dan dukungan manajerial yang perlu diperhatikan dalam upaya peningkatan produktivitas secara menyeluruh.

### 3.7 Diskusi Temuan Menarik Lainnya

Peneliti menemukan bahwa pelatihan *e-commerce* memberikan pengaruh sebesar 51,3% terhadap produktivitas pelaku usaha UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan *e-commerce* memiliki kontribusi yang cukup signifikan dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha, khususnya dalam memanfaatkan teknologi *digital* untuk mendukung kegiatan usaha. Namun demikian, masih terdapat 48,7% pengaruh dari faktor-faktor lain di luar pelatihan *e-commerce* yang turut memengaruhi produktivitas UMKM.

## IV. KESIMPULAN

Peneliti menyimpulkan bahwa pelatihan *e-commerce* yang diselenggarakan oleh Disperindag Kabupaten Sidoarjo berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan produktivitas pelaku usaha UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear sederhana yang menunjukkan kontribusi sebesar 51,3%, serta *t*-hitung sebesar 7,116 yang lebih besar dari *t*-tabel 2,011, yang menandakan adanya hubungan positif dan signifikan antara pelatihan *e-commerce* dengan peningkatan produktivitas. Pelatihan ini tidak hanya memberikan pemahaman teknis tentang *platform digital*, tetapi juga meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memasarkan produk secara *online* secara lebih efektif dan efisien. Temuan ini memperkuat pentingnya intervensi pemerintah daerah dalam memberdayakan UMKM melalui pelatihan berbasis teknologi informasi, serta menambahkan wawasan baru dalam bidang pengembangan ekonomi lokal berbasis *digital*.

**Keterbatasan Penelitian.** Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek waktu dan biaya yang tersedia, sehingga ruang lingkup penelitian dibatasi hanya pada 50 pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman yang mengikuti pelatihan *e-commerce* oleh Disperindag Kabupaten Sidoarjo. Selain itu, variabel yang digunakan masih terbatas pada satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sehingga belum dapat menggambarkan keseluruhan faktor yang mempengaruhi produktivitas UMKM secara menyeluruh.

**Arah Masa Depan Penelitian (*future work*).** Peneliti menyadari bahwa temuan dalam penelitian ini masih bersifat awal dan dapat diperluas. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi jumlah responden, sektor usaha, maupun lokasi penelitian di berbagai wilayah Kabupaten Sidoarjo atau daerah lain. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti motivasi usaha, dukungan kelembagaan, dan akses teknologi untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas UMKM di era *digital*.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama peneliti tujukan kepada Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sidoarjo beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian, serta kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan berkontribusi dalam kelancaran serta kesuksesan pelaksanaan penelitian ini.

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. W. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce: Faktor Yang Mempengaruhi dan Dampaknya Bagi UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(3), 392–403. <https://doi.org/10.22219/jaa.v5i3.22013>
- Afriansyah, R., Setya Pratama, M., Fitriyani, A., Ramadhan, M., & Ventani, E. (2024). Pengembangan dan Pelatihan Digitalisasi E-Commerce UMKM Bangka. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 124–131. <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.458>
- Ario Johan, B., & Lukviana Wati, V. (2023). Transformasi Digital UMKM: Menggali Peluang Dan Tantangan Era Online Shop Di Indonesia. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 7(3), 2025–2051.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024, February 7). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*.
- Bratadharma, A. (2023, August 27). *Pelaku Usaha Diminta Tidak Gaptex Teknologi Digital*.
- Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. (2022). *Laporan Infografis & Data UMKM di Jawa Timur*. [https://Data.Diskopukm.Jatimprov.Go.Id/Satu\\_data/](https://Data.Diskopukm.Jatimprov.Go.Id/Satu_data/).
- Haholongan, R., Antaty Nur Indah, S., Yan Kusuma, S., Azzahra Priskayla, J., Zahra Alifya, J., Dasura, A., & Pratama Adam, R. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung. *Journal Of Social Science Research*, 4.
- Ika Purnama, N., Pratamu Putri, L., Bahagia, R., & Kapten Mukhtar Basri No, J. (2021). *Analisis E-commerce Dalam Membantu Penjualan UMKM di Tengah Pandemi*. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v0%vi%i.8503>
- Lambelanova, R., & Toyib, A. (2024). Hasan Aydin Adapting an Organizational Culture to Stay Abreast of Technological Changes in Indonesia's Government Scientific Sector. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 11(1), 142–160. <https://doi.org/10.2307/48771927>

- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif)*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mado, A. (2024, August 9). *Dinas Koperasi Sidoarjo Berikan Materi di Pelatihan UMKM*. Umsida.
- Mualim Hasibuan, I., & Manajemen Vol, J. (2024). *Kendala Aksesibilitas Pembiayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dari Lembaga Keuangan Obstacles Of Accessibility Of Financing For Micro Small And Medium Enterprises (MSMEs) From Financial Institutions*.
- Naufalin, L. (2020). Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(1).
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia.
- Perdana, D. (2021, October 16). *UMKM di Sidoarjo Keluhkan Pungli, Istri Bupati Minta Pelaku Berhenti*.
- Prasetyo, P. E. (2020). The Role of Government Expenditure and Investment for MSME Growth: Empirical Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 471–480. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.471>
- Purwanto, A. H. D., Nashar, M., Jumaryadi, Y., Wibowo, W., & Mekaniwati, A. (2022). Improving medium small micro enterprise' (MSME) performance. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 9(5), 37–46. <https://doi.org/10.21833/IJAAS.2022.05.005>
- Putri Harfie, A., Lastiati, A., Studi Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Trilogi, F. (2022). Commerce Terhadap Kinerja UMKM (Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di DKI Jakarta). *Universitas Budi Luhur*, 11(1).
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19*. 10. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap>
- Setiawan, I. (2024, June 11). *Pemkab Sidoarjo lakukan jemput bola perizinan UMKM*.
- Simangunsong, F. (2017). *Metodologi Penelitian Pemerintahan*. Alfabeta.
- SPSS Indonesia. (2017, July 8). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. [Www.Spssindonesia.Com](http://www.spssindonesia.com). <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwarjani, W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Tio Arisandi, Y. (2021). Kebijakan dan Manajemen Publik Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoro Kabupaten Sidoarjo. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*.

Yatminiwati, M., Hudi Setyobakti, M., Bahtiar Sulistyan, R., & Ermawati, E. (2021). Social Entrepreneurship In MSME Development. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Sciences*, 2(3), 239–243. <https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ijess>

