

PENGARUH EKONOMI DIGITAL DAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI TERHADAP KINERJA PENJUALAN HOME INDUSTRI TERASI KOTA LANGSA**Oleh :****Imam Malik**

Ekonomi dan Bisnis/ Akuntansi, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

Email : imam.malik03@gmail.com**Murni**

Ekonomi dan Bisnis/Akuntansi, Universitas Islam Kebangsaan Indonesia

Email : murni29.uniki@gmail.com**Article Info***Article History :**Received 16 Agustus - 2022**Accepted 25 Agustus - 2022**Available Online**30 September - 2022***Abstract**

The negative impact has spread to Langsa City on the sale of shrimp paste, in which it is not ready to face the outside world with technological developments. The development of technology is expected to help Small and Medium Enterprises (MSMEs) to more easily obtain market information and facilitate connections between market participants. The digital economy has both positive and negative impacts on the Indonesian economy. Sales performance must be supported by technology that facilitates sales or production systems on a large scale to increase sales. The technique of collecting data is through a questionnaire form. The scale used in the preparation of the questionnaire is a Likert scale. Methods of data analysis using multiple linear regression techniques. Before testing the data with multiple linear regression, the validity, reliability and classical assumptions were first tested which consisted of normality test, multicollinearity and heteroscedasticity test, partial t test and simultaneous test. the results obtained the conclusion that the digital economy has a positive and significant effect on sales performance. While technological developments do not have a positive and significant effect on sales performance. It can be explained that the development of digital marketing has a tremendous impact and production technology

Keyword :*UMKM, Ekonomi Digital, Teknologi, kinerja***1. PENDAHULUAN**

Ekonomi digital sudah memberikan dampak positif dan negatif bagi ekonomi Indonesia, dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, pada tahun 2017 kontribusi pasar digital terhadap produk domestik bruto Indonesia meningkat 4 persen dari pada tahun 2016 sebesar 3,61 persen dan tahun 2018 diperkirakan mencapai 10 persen.

Sektor ekonomi digital yang mengalami pertumbuhan pesat adalah e-commerce dan financial technology (fintech). E-commerce adalah cara pembelian dan menawarkan atau memperdagangkan suatu barang, melakukan administrasi, proses data secara online melalui internet (Deshmukh, 2019; Khan, 2016). Sementara fintech menurut Leong dan Sung (2018)

merupakan kombinasi disiplin ilmu keuangan, teknologi, manajemen dan inovasi yang dapat meningkatkan layanan keuangan dengan menggunakan teknologi.

Teknologi Digital merupakan peralihan dari operasional yang tidak lagi banyak menggunakan tenaga manusia. Tetapi lebih cenderung pada sistem pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan komputer. Pesatnya perkembangan teknologi digital yang ditandai dengan kehadiran sejumlah berbagai alat komunikasi mutakhir, dimana setiap orang dapat mengolah, memproduksi, serta mengirimkan maupun menerima segala bentuk pesan komunikasi, di mana saja dan kapan saja, seolah-olah tanpa mengenal batasan ruang dan waktu,

dengan sendirinya telah memacu terjadinya perkembangan disektor media masa, yang merupakan bagian dari komponen komunikasi.

Fenomena pengembangan teknologi yang semakin luas memberikan harapan akan berkurangnya ketimpangan ekonomi, perkembangan teknologi diharapkan dapat membantu Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) yang memudahkan mendapatkan informasi pasar serta memudahkan koneksi antar pelaku pasar. Hal ini dipandang dapat membantu pertumbuhan ekonomi, sehingga dapat mengurangi tingkat ketimpangan ekonomi yang menjadi masalah besar baik dalam skala global maupun nasional, survei yang dilakukan oleh (Deloitte 2018) terhadap para eksekutif juga menunjukkan bahwa mayoritas mereka (87%) percaya bahwa teknologi akan mengarah pada kesetaraan dan stabilitas ekonomi yang lebih baik terhadap kinerja penjualan.

Istilah kinerja juga digunakan untuk mengukur kondisi karyawan secara individu disebuah organisasi atau perusahaan. Melalui evaluasi terhadap kinerjanya, setiap karyawan akan dapat ditentukan kualitasnya apakah sedang, tinggi, atau sangat tinggi. Pengukuran kinerja karyawan ini sangat penting khususnya untuk menentukan kebijakan organisasi atau perusahaan kedepan dalam rangka menghadapi persaingan usaha. Dalam era knowledge economy saat ini, membangun kinerja perusahaan tidak ada cara lain kecuali melalui pembangunan kinerja karyawan yang dilakukan secara berkelanjutan (Faisal Amir, 2015)

Kinerja penjualan wajib didukung oleh teknologi yang memudahkan sistem penjualan ataupun memproduksi dengan skala besar untuk bisa meningkatkan penjualan, Basu Swatha 2004² penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditetapkan.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

a. Ekonomi Digital

Menurut Helmalia 2018⁴ pengertian ekonomi digital mengacu pada berbagai aktivitas ekonomi, yang meliputi penggunaan informasi dan pengetahuan digital sebagai faktor kunci produksi, jaringan informasi modern begitu juga dengan penjelasan hartman 2000⁵ *the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange*. Hasil

dari ekonomi digital dapat mempengaruhi faktor penjualan untuk memudahkan kinerja penjualan. Mesenbourg 2021⁶ dapat tiga komponen utama yang mendirikan konsep ekonomi digital ini yang dapat dikenalpasti, yang pertama infrastruktur e-perniagaan yang kedua e-perniagaan dan ketiga e-dagangan *e-commerce* adapun aplikasi baru seperti media sosial dan memudahkan pencarian anatara komponen-komponen untuk kelancaran pengembangan teknologi

b. Perkembangan Teknologi

Persaingan bisnis yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman, menyebabkan banyak usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM) dihadapkan pada suatu keadaan di mana harus dapat mengatasi masalah yang dihadapi dengan cepat, kasemin 2018⁶, perkembangan teknologi begitu pesat, menyebabkan persaingan bisnis lebih semakin meningkat, hal ini yang menjadikan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus mengikuti perkembangan zaman. Teknologi merupakan perangkat yang didesain dengan tujuan memudahkan berbagai aktivitas manusia. Teknologi dikembangkan dalam berbagai bidang untuk membantu memudahkan pekerjaan manusia yang sangat bervariasi, yaitu teknologi pertanian, teknologi industri, dan teknologi informasi. Seiring berjalannya waktu teknologi-teknologi tersebut terus mengalami peningkatan kinerja dan fungsi menjadi semakin mutakhir. Dengan demikian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja usahanya dengan memanfaatkan teknologi semaksimal mungkin, perubahan yang terjadi secara sistematis terhadap suatu teknologi mengakibatkan proses perubahan zaman untuk dapat memudahkan dalam kinerja penjualan

c. Kinerja Penjualan

Kinerja penjualan suatu perusahaan merupakan resultan dari kinerja salesperson tersebut. Kinerja salesperson dimaksudkan sebagai produktivitas penjualan, dan hanya berhubungan dengan faktor-faktor yang di kendalikan langsung oleh salesperson. Manajemen penjualan merupakan sebuah strategik dalam perusahaan yang memegang peranan penting untuk menghasilkan kinerja pemasaran melalui kinerja penjualan yang baik ferdinand 2004. Ekonomi global telah mengeser keseimbangan ekonomi dari posisi kelebihan permintaan ke posisi kelebihan penawaran produk. Penjualan merupakan proses yang dilakukan salesperson menentukan, melaksanakan aktivitas – aktivitas dan memuaskan keinginan pembeli yang saling menguntungkan baik

pembeli maupun penjual punwatar dan manoj 2014.

d. Hubungan Ekonomi Digital Terhadap Kinerja Penjualan

Ekonomi digital suatu kunci keberhasilan dalam suatu produksi untuk memudahkan kinerja penjualan dalam pencapaian yang di harapkan

Studi empiris yang di lakukan oleh Nurul Amalia Sari (2019) menunjukkan bahwa Berdasarkan pembahasan dan analisis mengenai pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ekonomi digital (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM di Kota Makassar. Dengan dibuktikan nilai signifikan ekonomi digital secara parsial dan uji signifikan.

Berdasarkan kajian empiris diatas, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Ekonomi Digital berpengaruh terhadap Kinerja Penjualan Home Industri Terasi di kota Langsa

e. Hubungan Perkembangan Teknologi terhadap Kinerja Penjualan

Perkembangan teknologi terus meningkat beriring dengan perkembangan zaman di karenakan untuk memudahkan produksi dan kualiatas yang di harapkan.

Berdasarkan Studi empiris yang di lakukan oleh Nurjaya et al., 2021 menunjukkan hasil analisis teknologi , dapat di interpretasikan bahwa variabel kemampuan pemanfaatan teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja.

Berdasarkan kajian empiris diatas, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₂ : perkembangan teknologi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Penjualan Home Industri Terasi di kota Langsa

Adapun intuk memudahkan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat dilihat dalam kerangka pemikiran sebagaimana terlihat kerangka Konseptual

d. Kerangka Konseptual



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

a. Populasi dan Sampel

Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah home industry terasi di kota langsa yang sudah menggunakan media pemasaran digital dan teknologi dalam proses pengembangan kinerja penjualan. Karena populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui jumlah pasti, maka penentuan jumlah sampel yang digunakan penelitian ini menggunakan metode rumus interasi dengan jumlah sampek sampel sebanyak 50 responden home industry terasi kota langsa.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* dipilih karena dalam penelitian ini tiak ada *sampling frame* yang lengkap seperti belum diketahui besarnya populasi dalam penelitian Ferdiand 2011⁷. Teknik pengumpulan data melalui formulir angket atau kuesioner. Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah skala *likert*. Dalam pengukurannya, setiap reskponden di minta pendapat mengenai suatu pernyataan dengan skala penilaian jawaban sangat setuju diberi nilai 5, setuju diberi nilai 4, netral diberi nilai 3, jawaban tidak setuju diberi nilai 2 dan jawaban sangat tidak setuju di beri nilai 1.

c. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Dimensi	Definisi Operasional	Hasil Indikator
Ekonomi Digital (X1)	Sebagai wadah tempat pemasaran suatu produk yang di hasilakan dengan pencapaian digitalisasi.	1. Media online: 2. Facebook 3. Instragram 4. Whatsapp 5. marketplace
Perkembangan Teknologi (X2)	Sebagi bentuk perubahan dalam persaingan produk dengan kualitas yang lebih baik dan mendapatkan kualitas terbaik untuk persaingan pasar	1. teknologi Mesin 2. Produk Manual
Kinerja Penjualan (Y)	Suatu pencapaian yang di hasilkan dari perkembangan pemasaran digital dengan kaitan perkembangan teknologi untuk memudahkan kinerja atau hasil yang memuaskan untuk persaingan kinerja penjualan	1. Pencapaian penjualan 2. Persaingan penjualan

d. Teknik analisis data

Teknik analisis data menggunakan teknik regresi linier berganda. Sebelum dilakukan pengujian data dengan regresi linier berganda maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas, reabilitas dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, hipotesis uji Statistik (t) uji simulas (uji F)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Perhitungan validitas dilakukan dengan rumus teknik korelasi product moment. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel maka butir-butir pertanyaan tersebut dikatakan valid atau sah

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Ekonomi Digital	ED1	0.738	0.279	Valid
	ED2	0.494	0.279	Valid
	ED3	0.746	0.279	Valid
	ED4	0.524	0.279	Valid
	ED5	0.667	0.279	Valid
Perkembangan Teknologi	PT 1	0.828	0.279	Valid
	PT 2	0.750	0.279	Valid
Kinerja Penjualan	KP1	0.575	0.279	Valid
	KP2	0.614	0.279	Valid
	KP3	0.687	0.279	Valid
	KP4	0.544	0.279	Valid

Sumber: Data Primer, diolah SPSS

Dari tabel uji validitas menunjukkan bahwa semua pertanyaan valid di nilai dari R tabel 0.279 menunjukkan R hitung lebih besar dari R tabel.

b. Uji Reabilitas.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat diandalkan dan tetap konsisten jika dilakukan dua kali pengukuran atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus Alfa Cronbach

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Ekonomi Digital	0,625	Reliabel
Perkembangan Teknologi	0,396	Reliabel
Kinerja Penjualan	0.417	Reliabel

Dari uji di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel reliabel karena nilai semua variabel >0.60 dapat disimpulkan bahwa ke 3 variabel item pertanyaan reliabel.

c. Uji Normalitas.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	50
Normal Parameters ^{a,b}	,0000000 2,26735324
Most Extreme Differences	,076 ,086 ,086 ,058
Test Statistic	,076
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal

Dari tabel Di Atas di bawah ini menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov yang diperoleh adalah 0,200 dan tingkat signifikansi pada 0,05 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pola distribusi residual terdistribusi normal.

d. Uji multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji multikolinearitas

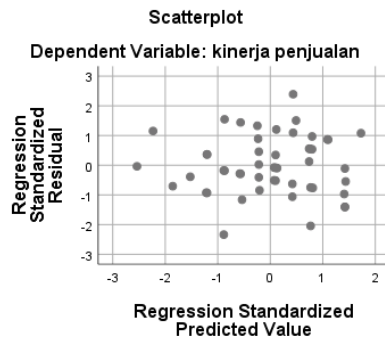
Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Perkembangan teknologi	0.713	1.402	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Ekonomi Digital	0.713	1.402	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4 mengenai hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki nilai toleransi > 0,10 yang berarti tidak ada kolerasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama dimana variabel independen memiliki nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

e. Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID pada sumbu Y, dan ZPRED pada sumbu X. (Ghozali, 2013). Dasar analisis adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar,

kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.



Lampiran Output SPSS

Berdasarkan gambar scatterplot, bahwa tidak terdapat pola yang begitu jelas atau bentuk tertentu, pada gambar tampak titik-titik yang menyebar secara acak serta data menyebar diatas sumbu X maupun diatas sumbu Y maka disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi

f. Uji Parsial (t-test)

Tabel 5 Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	9,265	1,674	5,535	,000
Ekonomi digital	0,267	0,129	2,068	,044
Perkembangan teknologi	-,011	0,246	-,046	,034

Berdasarkan hasil pengujian statistik-t pada tabel 4.5, maka dapat kita analisis nilai Uji-t dan kita interpretasi sebagai berikut:

1. Ekonomi digital hasil pengujian statistik secara parsial diperoleh angka t-_{hitung} variabel independen ekonomi digital (X_1) adalah sebesar 2.068. Sehingga pengambilan keputusan hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $2.068 > 1,676$. Nilai signifikansi yaitu 0,044 dimana $< \alpha = 0,05$ (5%). Hal ini menunjukkan bahwa Ekonomi Digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan. Hasil yang positif ini menunjukkan bahwa ekonomi digital akan memudahkan kinerja penjualan terasi di kota langsa

2. perkembangan Teknologi hasil pengujian statistik secara parsial diperoleh angka t-_{hitung} variabel independen pengembangan teknologi sebesar -0,046. Sehingga pengambilan keputusan hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana $-0,046 > 1,676$. Nilai signifikansi yaitu 0,034 dimana $< \alpha = 0,05$ (5%). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan. Hasil yang

ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi akan produksi dengan skala lebih besar memudahkan kinerja penjualan terasi di kota Langsa.

g. Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama (simultan) variabel-variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

Uji Pengaruh Simultan dengan Uji F
ANOVA^a Tabel 6

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31,376	3	15,688	2,927	,043 ^a
residual	251,904	47	5,360		
Total	283,280	50			

a. Dependent Variable: kinerja Penjualan

- Berdasarkan data pada tabel 6 maka diketahui bahwa nilai F hitung $> F$ tabel ($2.927 > 3.18$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,043 yang berarti bahwa lebih kecil dari $\alpha = < 0,05$ atau 5%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ekonomi digital dan perkembangan teknologi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan terasi di kota langsa.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan analisa yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan yaitu ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terdapa kinerja penjualan. Sedangkan perkembangan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan. Dapat di jelaskan meningkatnya perkembangan digital pemasaran membuat berpegaruh signifikan, dari perkembangan teknologi juga memperngaruhi terhadap kinerja penjualan.

6. REFERENSI

- Amir Faisal Mohamad, 2015. Memahami Evaluasi Kinerja Karyawan. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Bukht, R., Heeks., (2017), Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. Manchester Centre for Development Informatics Working Paper 68.
- Deshmukh, U, Sandip., (2019), Impact of E-Business on Business Association, International Journal of Engineering and Management Research, Volume- 9, Issue- 6 (December 2019), <https://doi.org/10.31033/ijemr.9.6.2>.

Ferdiand, augusty. 2011. Metode penelitian manajemen, badan penerbit. Universitas diponegoro semarang

Helmalia dan Afrianawati. 2018. Pengaruh E-commerce terhadap pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah dikota padang. Jurnal ekonomi dan bisnis islam. Vol.3 no 2.

Mesenbourg, T.L. 2021. Measuring the digital economy. U.S. Bureau of the census.

Punwatkar. S. Manoj Varghese.2014. impact of competencies on sales performance: empirical evidence on salesman at furniture mart in cantral india. *Pacific business review international*.volume 6. Nomor 12