

**DAMPAK MODAL USAHA DAN *E-COMMERCE* TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA UMKM CHOPSTICK
DIMSUM**

Disahkan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Menyelesaikan
Pendidikan Strata Satu (S-1)

SKRIPSI



**Ditulis oleh:
WUANDRA KURNIAWAN
201010196**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Dampak Modal Usaha Dan *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum

Yang dipersiapkan oleh:

WUANDRA KURNIAWAN

201010196

Telah diperiksa, disetujui dan dinilai layak untuk diajukan pada Sidang Meja Hijau.

Medan, 10 Juli 2025

Pembimbing 1,



Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
NIDN: 0104127904

Pembimbing 2



Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.
NIDN: 0124028902

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul Dampak Modal Usaha Dan E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum

Yang dipersiapkan oleh:

WUANDRA KURNIAWAN

201010196

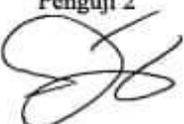
Telah selesai diuji dan dinyatakan LULUS pada Sidang Meja Hijau

Medan, 08 Agustus 2025

Penguji 1.


Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

Penguji 2


Dra. Pesta Gultom, M.M.
NIDN: 0117126501

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri, berdasarkan hasil penelitian yang saya lakukan dan bukan merupakan duplikat skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain (plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain). Jika saya mengambil sebagian sebagai kutipan dari karya orang lain maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	:	Wuandra Kurniawan
NIM	:	201010196
Judul Skripsi	:	Dampak Modal Usaha Dan <i>E-Commerce</i> Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum
Pembimbing 1	:	Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.
Pembimbing 2	:	Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 10 Juli 2025



Wuandra Kurniawan
201010196

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala karunia yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul —**Dampak Modal Usaha Dan *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata 1 (S-1) Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ketua Program Studi Manajemen Bapak Afrizal, S.E., M.Si.
5. Ibu Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
6. Ibu Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 30 Mei 2025
Penulis



Wuandra Kurniawan
201010196

ABSTRAK

Wuandra Kurniawan, 201010196, 2025, Dampak Modal Usaha Dan *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Pembimbing II: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah modal usaha dan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan sumber data merupakan data primer dan data sekunder. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada UMKM Chopstick Dimsum tahun 2024 dengan jumlah 30 reseller. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampling jenuh. Data dianalisis dengan metode analisis regresi berganda yang menghasilkan persamaan **Keberhasilan Usaha = 1,496 + 0,688 Modal Usaha + 0,372 *E-Commerce***. Peneliti juga menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa modal usaha dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Koefisien determinasi sebesar 0,795 artinya hanya 79,5% variabel keberhasilan usaha dapat diperjelas melalui variabel modal usaha dan *e-commerce* dan sisanya sebesar 20,5% variabel keberhasilan usaha dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian seperti karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing.

Kata Kunci: E-Commerce, Keberhasilan Usaha, Modal Usaha

ABSTRACT

Wuandra Kurniawan, 201010196, 2025, Impact of Business Capital and E-Commerce on the Business Success of Chopstick Dimsum MSMEs, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Supervisor I: Desma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si., Supervisor II: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine whether business capital and e-commerce affect the business success of Chopstick Dimsum MSMEs. This study uses quantitative data types and data sources are primary data and secondary data. The population and sample in this study were consumers who made purchases at Chopstick Dimsum MSMEs in 2024 with a total of 30 resellers. The sampling technique used saturated sampling. The data were analyzed using multiple regression analysis methods which produced the equation $\text{Business Success} = 1.496 + 0.688 \text{ Business Capital} + 0.372 \text{ E-Commerce}$. The researcher also used a significance level of 5%. The partial research results show that business capital has a significant effect on the business success of the Chopstick Dimsum MSMEs and e-commerce has a significant effect on the business success of the Chopstick Dimsum MSMEs. The simultaneous research results show that business capital and e-commerce have a significant effect on the business success of the Chopstick Dimsum MSMEs. The determination coefficient of 0.795 means that only 79.5% of the business success variables can be explained through the business capital and e-commerce variables and the remaining 20.5% of the business success variables are explained by other variables not included in the study such as entrepreneurial characteristics and competitive advantages.

Keywords: Business Capital, Business Success, E-Commerce

MOTTO

—Jangan mengulangi kesalahan yang sama, karena masih banyak kesalahan lain yang belum dicoba

—Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.

- Albert Einstein -

—Stay Hungry, Stay Foolish.

- Steve Jobs -

PERSEMBAHAN

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Orangtua dan keluarga saya yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan doa dalam setiap langkah hidup saya. Bapak/Ibu Pembimbing, atas bimbingan, arahan, dan kesabarannya dalam membimbing saya selama proses penulisan skripsi ini.

Teman-teman dan rekan-rekan yang telah memberikan dorongan, saran, dan dukungan moral selama penulisan skripsi ini. Dan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas semua bantuan dan dukungan yang diberikan.

Kepada kalian semua, terima kasih atas segalanya.



Wuandra Kurniawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN REVISI PROPOSAL

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Keberhasilan Usaha.....	9
2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha.....	9
2.1.1.2 Perilaku Keberhasilan Usaha	10
2.1.1.3 Ciri-ciri Keberhasilan Berwirausaha.....	11

2.1.1.4	Faktor Kunci Keberhasilan Usaha	11
2.1.1.5	Indikator Keberhasilan Usaha.....	12
2.1.2	Modal Usaha	13
2.1.2.1	Pengertian Modal Usaha	13
2.1.2.2	Sumber Modal Usaha.....	14
2.1.2.3	Prosedur Modal Usaha	15
2.1.2.4	Jenis modal.....	16
2.1.2.5	Indikator Modal Usaha.....	17
2.1.3	<i>E-Commerce</i>	18
2.1.3.1	Pengertian <i>E-Commerce</i>	18
2.1.3.2	Karakteristik <i>E-Commerce</i>	19
2.1.3.3	Ruang Lingkup <i>E-Commerce</i>	20
2.1.3.4	Manfaat <i>E-Commerce</i>	21
2.1.3.5	Indikator <i>E-Commerce</i>	23
2.2	Penelitian Terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
2.4	Hipotesis.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	27
3.1.1	Lokasi Penelitian	27
3.1.2	Waktu Penelitian.....	27
3.2	Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1	Jenis Data.....	27
3.2.2	Sumber Data	27
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel	28
3.4	Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6	Teknik Analisis Data	30

3.6.1	Uji Validitas.....	30
3.6.2	Uji Reliabilitas	31
3.6.3	Statistik Deskriptif.....	32
3.6.4	Uji Asumsi Klasik	32
3.6.4.1	Uji Normalitas	32
3.6.4.2	Uji Multikolinearitas.....	33
3.6.4.3	Uji Heteroskedastisitas	34
3.6.5	Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.6.6	Pengujian Hipotesis	36
3.6.6.1	Uji t (Uji Parsial)	36
3.6.6.2	Uji F (Uji Simultan).....	36
3.6.7	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	38
4.1.1	Sejarah Singkat UMKM Chopstick Dimsum	38
4.1.2	Visi dan Misi UMKM Chopstick Dimsum.....	39
4.1.3	Karakteristik Responden.....	39
4.1.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
4.1.4.1	Uji Validitas	41
4.1.4.2	Uji Reliabilitas	44
4.1.5	Statistik Deskriptif.....	44
4.1.6	Uji Asumsi Klasik	45
4.1.6.1	Uji Normalitas	45
4.1.6.2	Uji Multikolinearitas.....	47
4.1.6.3	Uji Heteroskedastisitas	48
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.1.8	Uji Hipotesis	50
4.1.8.1	Uji t (Uji Parsial)	50
4.1.8.2	Uji F (Uji Simultan).....	51
4.1.9	Uji Koefisien Determinasi	52

4.1.10	Kontribusi Variabel Penelitian.....	53
4.2	Pembahasan	55
4.2.1	Pengaruh Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha	55
4.2.2	Pengaruh E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha	55
4.2.3	Pengaruh Modal Usaha dan E-Commerce terhadap Keberhasilan Usaha	56

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran Akademis.....	57
5.3	Implikasi Manajerial.....	58

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Pendapatan Chopstick Dimsum Tahun 2020-2024.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Identifikasi Dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1	Karakteristik Reponden Berdasarkan Lama Usaha.....	40
Tabel 4.2	Karakteristik Reponden Berdasarkan Status Usaha	40
Tabel 4.3	Karakteristik Reponden Berdasarkan Omset Per Bulan	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Modal Usaha	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha.....	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.11	Hasil Uji t	50
Tabel 4.12	Hasil Uji F	51
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.14	Hasil Peran Dominan Variabel Bebas	53
Tabel 4.15	Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>E-Commerce</i> Chopstick Dimsum	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	46
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas (Grafik <i>Normal Probability Plots</i>)	46
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik <i>Scatterplot</i>)	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Analisis Data Validitas Modal Usaha (X_1)
- Lampiran 4 Hasil Analisis Data Reliabilitas Modal Usaha (X_1)
- Lampiran 5 Hasil Analisis Data Validitas E-Commerce (X_2)
- Lampiran 6 Hasil Analisis Data Reliabilitas E-Commerce (X_2)
- Lampiran 7 Hasil Analisis Data Validitas Keberhasilan Usaha (Y)
- Lampiran 8 Hasil Analisis Data Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)
- Lampiran 9 Tabulasi Kuesioner Responden
- Lampiran 10 Statistik Deskriptif
- Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 15 Hasil Pengujian Hipotesis
- Lampiran 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 17 Hasil Kontribusi Variabel Penelitian
- Lampiran 18 Tabel Statistika
- Lampiran 19 Surat Ijin Riset
- Lampiran 20 Surat Balasan Riset
- Lampiran 21 Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro
- Lampiran 22 Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan
- Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan bisnis kuliner tidak dapat lepas dari perkembangan teknologi. Teknologi sangat berperan penting dalam perkembangan zaman karena dapat mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas kehidupan. Saat ini, dunia mengenal teknologi yang disebut dengan media internet, dimana setiap orang melalui media ini memperoleh dan menyampaikan informasi yang dibutuhkan kapan dan dimana saja. Perkembangan teknologi dan komunikasi telah membuat perubahan baik di bidang sosial, ekonomi, dan budaya yang berlangsung dengan cepat. Teknologi memudahkan kita dalam menunjang berbagai macam kegiatan aktivitas dalam kehidupan, seperti mendapatkan informasi dengan mudah secara online dan salah satu aspek yang sangat berpengaruh adalah ekonomi hal ini juga disebut dengan belanja online atau *e-commerce*.

Dengan adanya perkembangan teknologi diharapkan wirausaha dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Keberhasilan usaha merupakan hasil konsistensi rencana, proses pelaksanaan, dan hasil yang diperoleh wirausaha dalam menjalankan usahanya. Seorang wirausahawan mencapai kesuksesan atau keuntungan yang diinginkan jika ia mampu menjadi yang terdepan dalam persaingan dan selalu memiliki banyak ide kreatif dan inovatif untuk menjalankan perusahaannya. Wirausaha yang memiliki ide kreatif dan inovatif sangat penting dalam keberhasilan usaha karena dengan begitu usaha yang dijalankan menjadi lebih unggul dari pesaing.

UMKM Chopstick Dimsum sebagai salah satu usaha kuliner yang memasarkan berbagai jenis dimsum dan juga makanan lain seperti cake. Meningkatkan usaha tidaklah mudah dimana UMKM Chopstick Dimsum harus memperhatikan berbagai cara seperti melakukan modal usaha dan memasarkan produk dengan *e-commerce*. Berikut ini data pendapatan yang dapat menggambarkan keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum selama tahun 2020-2024.

Tabel 1.1

Data Pendapatan Chopstick Dimsum Tahun 2020-2024

Tahun	Jumlah Pendapatan	Persentase Selisih Jumlah Pendapatan
2020	8.717.000.000	-
2021	9.729.000.000	11,61%
2022	7.980.000.000	-17,98%
2023	5.443.000.000	-31,79%
2024	4.368.150.000	-19,75%

Sumber: Chopstick Dimsum, 2024

Data diatas menunjukkan jumlah data pendapatan UMKM Chopstick Dimsum selama tahun 2022-2024 cenderung mengalami penurunan. Dari data di atas menunjukkan bahwa keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum dapat dilihat dari pendapatan tahun 2020 sampai dengan tahun 2024, dimana keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum bergerak fluktuatif dimana dari tahun 2020 sampai dengan 2021 pendapatan mengalami peningkatan, selanjutnya pada tahun 2022 sampai 2024 justru pendapatan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan UMKM Chopstick Dimsum kurang memperhatikan modal usaha dan *e-commerce* yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan pada UMKM Chopstick Dimsum.

Modal dapat diartikan sebagai sarana pembayaran yang digunakan dalam suatu kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Modal usaha merupakan aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang tidak hanya berbentuk alat pembayaran, tetapi juga mencakup berbagai jenis aset dan kesiapan mental. Modal ini dapat diperoleh melalui berbagai cara, seperti dari hasil usaha sendiri, tabungan, suntikan dana dari investor atau pemegang saham, pinjaman dari bank, maupun kerja sama kemitraan. Dukungan pembiayaan yang berkelanjutan berkontribusi secara signifikan terhadap kemajuan dan kelangsungan usaha UMKM karena memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan skala bisnis, meningkatkan output produksi, serta menciptakan inovasi dalam produk maupun layanan (Afrizal et al., 2024).

Berdasarkan observasi, masalah tersulit dalam proses meningkatkan keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum adalah modal usaha. Hal ini dikarenakan sumber pembiayaan dimana sebagian besar dana UMKM Chopstick Dimsum melalui dana pribadi wirausaha yaitu dari gaji sehingga wirausaha UMKM Chopstick Dimsum sulit menggenjot skala produksi. Di samping itu kesulitan akses pembiayaan untuk modal usaha ini terjadi karena rumitnya prosedur hingga banyaknya dokumen yang harus dipenuhi di perbankan atau lembaga jasa keuangan. Akibatnya, UMKM Chopstick Dimsum hanya mengandalkan dana sendiri. Selain itu kurang tambahan modal usaha untuk memulai usaha UMKM Chopstick Dimsum menyebabkan masih sulit wirausaha melakukan pemasaran dan kurang inovatif sehingga hal ini yang menyulitkan UMKM Chopstick Dimsum meningkatkan pendapatan.

Teknologi digital berkembang pesat hingga saat ini dan berdampak pada banyak aktivitas masyarakat. Hal ini terkait erat dengan dampak sinergis dari peningkatan kemampuan komputasi dan adopsi transformasi digital, seperti *internet of things* (IoT), *Big data analytics*, kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence-AI*), *machine learning*, dan robotika. Transformasi digital memengaruhi fundamental ekonomi, memodifikasi cara perdagangan masyarakat baik perorangan maupun perusahaan, serta mengganggu sistem tradisional (Afrizal, 2024). Penggunaan teknologi dalam kegiatan pemasaran sangat penting, terutama karena saat ini telah banyak berkembang berbagai platform perdagangan digital atau yang dikenal sebagai *e-commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah cara untuk memasarkan barang dan jasa lewat jaringan internet. Melalui internet pelaku usaha dapat dengan mudah berkomunikasi dan surat menyurat melalui email, chatting, dan lain sebagainya (Gultom et al., 2023). Para pelaku UMKM perlu memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Dengan sistem yang khusus, *E-commerce* dirancang dengan tujuan menerima atau melaksanakan pesanan namun pembayaran dan pengiriman secara online sehingga dapat lebih menghemat waktu (Manik & Fani, 2022). Hal ini disebabkan oleh aksesibilitas situs *e-commerce* yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen dari berbagai lokasi dan latar belakang. Dengan mengoptimalkan penggunaan media digital ini, peluang keberhasilan usaha diperkirakan akan meningkat. Berikut adalah gambaran salah satu *e-commerce* UMKM Chopstick Dimsum melalui grab food.

Gambar 1.1
E-Commerce Chopstick Dimsum



Sumber Data: Grab Food Chopstick Dimsum, 2024

Gambar diatas menunjukkan bahwa *e-commerce* UMKM Chopstick Dimsum melalui grab food. Meskipun produk UMKM Chopstick Dimsum bisa dipesan melalui grab food, akan tetapi proses layanan pemesanan masih lambat karena seringkali pemesanan melalui grab food tidak ditanggapi secara cepat oleh UMKM Chopstick Dimsum dan juga adanya keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen untuk melihat informasi makanan dari UMKM Chopstick Dimsum yang menyebabkan UMKM Chopstick Dimsum mengalami kesulitan dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

Berdasarkan penjelasan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“Dampak Modal Usaha Dan *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Seperti terlihat pada latar belakang, bahwa identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Kurangnya modal usaha dikarenakan sebagian besar dana UMKM Chopstick Dimsum melalui dana pribadi dan kurang tambahan modal usaha untuk memulai usaha UMKM Chopstick Dimsum menyebabkan masih sulit wirausaha melakukan pemasaran dan kurang inovatif.
2. *E-commerce* kurang optimal dikarenakan adanya proses layanan pemesanan masih lambat dan adanya keterbatasan waktu yang dimiliki konsumen untuk melihat informasi makanan dari UMKM Chopstick Dimsum.

1.3 Batasan Masalah

Karena keterbatasan dalam pengetahuan dan waktu, penulis membatasi penelitian ini pada variabel independen berupa modal usaha (X1) dan e-commerce (X2), serta variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y). Penelitian ini difokuskan pada konsumen yang melakukan pembelian dimsum di UMKM Chopstick Dimsum selama tahun 2024.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum?

2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum?
3. Apakah modal usaha dan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah modal usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.
2. Untuk mengetahui apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.
3. Untuk mengetahui apakah modal usaha dan *e-commerce* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran kepada pelaku usaha chopstick dimsum agar lebih menyadari bahwa pentingnya untuk mengembangkan usaha dengan baik, dan mampu membangun jaringan yang kuat melalui modal usaha dan *e-commerce* sehingga dapat melancarkan aktivitas dalam mengembangkan usahanya di masa akan datang.

2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan agar dapat menambah ilmu serta wawasan yang lebih luas lagi, sehingga dapat dijadikan masukan dalam melihat perbedaan ilmu teori dengan praktik dilapangan yang berkaitan dengan manajemen kewirausahaan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada masa yang akan datang.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini memiliki manfaat dalam mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan di STIE Eka Prasetya Medan, serta sebagai sarana untuk memperluas pemahaman mengenai modal usaha, *e-commerce*, dan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Keberhasilan Usaha

2.1.1.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Faktor keberhasilan wirausaha yang sangat dibutuhkan dalam memulai usaha adalah komitmen untuk mampu bertahan di dunia bisnis. Melalui keberhasilan usaha, wirausaha dapat mengetahui seberapa besar kemampuannya untuk mengembangkan usaha.

Menurut Santoso (2021), keberhasilan usaha merupakan kesesuaian antara perencanaan, pelaksanaan, dan hasil yang diperoleh. Pandangan serupa juga dikemukakan oleh Mulyana dan Safina (2022), yang menyatakan bahwa keberhasilan usaha bergantung pada tercapainya tujuan melalui visi, motivasi, dan kemampuan individu. Sementara itu, Ardiyanti & Mora (2019) mendefinisikan keberhasilan usaha sebagai upaya yang melibatkan tenaga dan pikiran untuk menciptakan perubahan menuju kondisi yang lebih baik atau lebih maju, baik secara kualitas maupun kuantitas, sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan.

Keberhasilan usaha merupakan pencapaian tujuan dalam suatu bisnis, yang diperoleh melalui peran wirausahawan yang cerdas, kreatif, mampu mengikuti perkembangan teknologi, serta dapat mengimplementasikannya secara proaktif. Keberhasilan ini tercermin dari upaya dan kinerja yang ditunjukkan oleh wirausahawan tersebut (Saryanto, 2021). Menurut Lestari & Mursid (2019), keberhasilan dalam bidang usaha merupakan suatu kondisi persesuaian antara

rencana, proses pelaksanaan dan hasil yang dapat dicapai dengan merumuskan tujuan usaha dan pemahaman tentang hakikat dan makna berusaha.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah kondisi di mana terdapat keselarasan antara perencanaan, pelaksanaan, dan hasil yang diperoleh, yang didasari oleh visi, motivasi, serta kemampuan masing-masing individu.

2.1.1.2 Perilaku Keberhasilan Usaha

Keberhasilan seorang wirausahawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Terdapat beberapa jenis perilaku yang mencerminkan kategori keberhasilan usaha, yaitu:

1. Wirausaha Inovatif (*Innovating Entrepreneurship*): Cenderung bereksperimen secara aktif, memiliki keterampilan dalam menerapkan ide-ide, serta menciptakan transformasi yang menarik.
2. Wirausaha Peniru (*Imitative Entrepreneurship*): Mengadaptasi dan meniru inovasi yang telah sukses dikembangkan oleh wirausahawan inovatif.
3. Wirausaha Fabian (*Fabian Entrepreneurship*): Memiliki sikap yang sangat hati-hati dan cenderung skeptis, namun akan mengikuti perubahan jika terdesak agar tidak kehilangan posisi dalam industri.
4. Wirausaha Drone (*Drone Entrepreneurship*): Cenderung pasif dan enggan memanfaatkan peluang untuk melakukan perubahan, bahkan jika hal itu menyebabkan kerugian dibandingkan pesaing lain.
5. Wirausaha Parasitik (*Parasitic Entrepreneurship*): Dalam perspektif ekonomi disebut *rent-seekers*, yaitu mereka yang mencari keuntungan tanpa

menciptakan nilai tambah atau kontribusi nyata pada proses produksi (Purnomo et al., 2020).

2.1.1.3 Ciri-ciri Keberhasilan Berwirausaha

Untuk dapat mengenali peluang keberhasilan usaha, seorang wirausahawan perlu memahami karakteristik yang menunjukkan keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya. Menurut Lestari & Mursid (2019), keberhasilan seorang wirausaha dalam mengelola usahanya dapat dilihat melalui beberapa indikator, antara lain:

- a. Sikap, kemauan, dan tindakan yang nyata
- b. Keberanian dalam mengambil inisiatif
- c. Kemampuan dan keahlian yang dimiliki
- d. Kreativitas serta rasa percaya diri
- e. Latar belakang pengalaman dan pendidikan

2.1.1.4 Faktor Kunci Keberhasilan Usaha

Menjadi seorang wirausahawan tidak hanya memberi kesempatan bagi seseorang untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan minat dan keinginannya, tetapi juga memberikan kebebasan secara finansial serta keleluasaan waktu untuk menikmati berbagai aktivitas bersama keluarga dan teman-teman. Adapun faktor-faktor utama yang mendukung keberhasilan seseorang dalam berwirausaha meliputi:

1. Motivasi, yaitu dorongan untuk menjadi individu yang bermanfaat bagi masyarakat melalui pencapaian dalam dunia usaha.

2. Pengetahuan, yakni semangat untuk terus belajar agar tetap relevan dan tidak tertinggal dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis.
3. Pelaksanaan, yaitu tekad untuk meraih kesuksesan yang dibarengi dengan perencanaan yang matang dan realistis, disesuaikan dengan tantangan kompetisi dan kemampuan yang dimiliki. (Purnomo et al., 2020).

2.1.1.5 Indikator Keberhasilan Usaha

Kesuksesan wirausaha ditentukan oleh berbagai indikator penting dalam mencapai keberhasilan usaha. Menurut Santoso (2021), beberapa indikator yang menunjukkan keberhasilan suatu usaha antara lain sebagai berikut:

- a. Kemampuan menyesuaikan diri
Kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Kemampuan ini memberikan keunggulan kompetitif bagi bisnis.
- b. Produktivitas
Cara menyelesaikan pekerjaan seefisien mungkin dalam waktu yang singkat dan dengan penggunaan sumber daya yang minimal, tanpa mengurangi kualitas yang telah ditetapkan..
- c. Kepuasan kerja
Kondisi psikis menyenangkan yang dapat dirasakan oleh pekerja/pegawai di dalam suatu lingkungan pekerjaan atas perannya dalam organisasi dan kebutuhannya terpenuhi dengan baik.
- d. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya.
Keberhasilan sebuah usaha dapat diukur dari kinerja perusahaan, yang

dinilai melalui perbandingan antara hasil yang dicapai dengan target yang telah ditetapkan, dengan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang tersedia.

2.1.2 Modal Usaha

2.1.2.1 Pengertian Modal Usaha

Salah satu langkah dalam memulai sebuah usaha adalah dengan memanfaatkan modal usaha. Meskipun modal bukan satu-satunya elemen penentu dalam menjalankan bisnis, keberadaannya tetap penting untuk mendukung pembiayaan aktivitas produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha demi memperoleh keuntungan.

Modal itu merupakan aset baik berupa barang-barang atau dana yang dijadikan sebagai pokok menjalankan sebuah usaha atau bisnis, itu artinya jika kita bisa mengatur dana modal dengan baik, maka kita juga akan mampu membangun usaha lebih baik, karena sejatinya modal adalah pondasi dalam menjalankan usaha (Rifa'i & Husinsah, 2022). Menurut Nurizki et al. (2023), modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu SDM (keahlian tenaga kerja), teknologi, ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Sedangkan menurut Rafidah (2020), modal usaha adalah sejumlah uang yang digunakan untuk kegiatan operasional sebuah usaha atau bisnis.

Capital atau modal merupakan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh suatu entitas yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dengan tujuan mendapatkan laba yang rencanakan (Harahap & Hafizh, 2020). Begitu juga

menurut Aji & Listyaningrum (2021), modal usaha merupakan sumber daya usaha yang diperoleh sebelum atau selama usaha masih berlangsung dalam bentuk kekayaan pribadi maupun pinjaman pihak lain untuk dipergunakan dalam mempertahankan usaha dan mengembangkan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan pengertian diatas disimpulkan bahwa modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha berupa aset atau barang-barang yang dapat dijadikan alat untuk melaksanakan kegiatan operasional perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan laba yang sesuai dengan keinginan perusahaan.

2.1.2.2 Sumber Modal Usaha

Setiap usaha memerlukan modal yang bisa didapatkan dari berbagai sumber pembiayaan, baik dari dalam perusahaan (internal) maupun dari luar (eksternal). Beberapa sumber modal usaha antara lain:

1. Modal Sendiri

Modal pribadi merupakan salah satu bentuk pembiayaan yang paling sederhana. Sumber dana ini dapat berasal dari tabungan, dana cadangan, atau dengan memanfaatkan aset yang sebelumnya tidak digunakan secara produktif.

2. Modal Asing (Pinjaman)

Dana ini dapat berasal dari lembaga keuangan atau orang lain. Sebagai dana pembiayaan/pinjaman, kemungkinan jumlahnya besar, tetapi memiliki resiko tinggi karena wirausaha harus mengembalikan beserta bagi hasilnya.

3. Dana Mitra

Dana jenis ini berasal dari rekan bisnis, sehingga pengelolaannya cenderung

kurang fleksibel karena setiap keputusan harus disepakati bersama. Tidak jarang, dalam perkembangan usaha, muncul konflik yang dapat memicu perpecahan. Oleh sebab itu, untuk mencegah munculnya masalah di masa depan, sebaiknya bentuk kemitraan ini disahkan secara hukum melalui notaris. Beberapa strategi untuk memperoleh dana dari mitra antara lain dengan sistem modal bersama atau melalui penjualan saham (Rifa'i & Husinsah, 2022).

2.1.2.3 Prosedur Modal Usaha

Mengajukan pinjaman modal usaha melalui lembaga keuangan umumnya memerlukan proses dan prosedur yang lebih kompleks dibandingkan dengan meminjam kepada individu. Rifa'i & Husinsah (2022) menguraikan tahapan minimal yang harus dilalui seorang wirausahawan untuk memperoleh pinjaman modal sebagai berikut:

1. Menyusun proposal usaha.
2. Menyediakan jaminan pinjaman,
3. yang umumnya berupa sertifikat tanah atau BPKB kendaraan.
4. Memperoleh surat keterangan dari kelurahan atau kecamatan.
5. Melakukan pendekatan kepada pihak manajemen lembaga keuangan.
6. Pihak lembaga keuangan akan melakukan evaluasi terhadap usaha dan nilai jaminan, karena keputusan pemberian pinjaman didasarkan pada analisis kredit dengan pendekatan 5C: *character* (karakter), *capacity* (kemampuan), *capital* (modal), *collateral* (jaminan), dan *condition of economic* (kondisi ekonomi).

7. Sering kali jumlah pinjaman yang disetujui tidak sesuai dengan nominal yang diajukan. Meskipun demikian, memperoleh modal dari lembaga keuangan tetap menjadi salah satu opsi dalam pendanaan usaha. Proses awal mungkin terasa menantang, tetapi jika peminjam memenuhi semua ketentuan secara konsisten, kepercayaan dari pihak lembaga akan tumbuh, dan kemudahan dalam mengakses layanan keuangan pun akan meningkat di masa mendatang.

2.1.2.4 Jenis modal

Modal usaha adalah uang atau harta benda yang digunakan untuk menjalankan bisnis. Jenis modal usaha dapat dibedakan berdasarkan wujud, kepemilikan, sifat, dan sumbernya. Menurut Widodo et al. (2022), Modal dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori berdasarkan sumber, bentuk, kepemilikan, dan sifatnya, sebagai berikut:

1. Dilihat dari sumbernya, modal terbagi menjadi modal internal dan modal eksternal. Modal internal berasal dari pemilik perusahaan, seperti investasi pribadi, sedangkan modal eksternal berasal dari pinjaman, baik dari lembaga keuangan maupun non-keuangan.
2. Dilihat dari bentuknya, modal dapat dibedakan menjadi modal fisik dan non-fisik. Modal fisik mencakup aset seperti mesin, bangunan, kendaraan, dan peralatan. Sementara modal non-fisik meliputi hak merek dagang serta reputasi atau nama baik perusahaan.
3. Berdasarkan kepemilikannya, modal terbagi menjadi modal perorangan dan modal kolektif. Modal perorangan contohnya adalah rumah milik pribadi

yang disewakan, sedangkan modal kolektif mencakup fasilitas umum seperti rumah sakit milik perusahaan, jalan raya, dan jembatan.

4. Dari segi sifatnya, modal dibedakan menjadi modal tetap dan modal kerja. Modal tetap mencakup aset seperti mesin dan bangunan yang digunakan dalam jangka panjang, sedangkan modal kerja mencakup sumber daya yang cepat digunakan, seperti bahan baku.

2.1.2.5 Indikator Modal Usaha

Wirausaha yang dapat mengelola modal usaha akan dapat meningkatkan keberhasilan usaha. Beberapa indikator yang dapat diperhatikan oleh wirausaha.

Menurut Liantifa & Fiqri (2023), indikator modal usaha terdiri dari:

1. Modal sendiri dan modal pinjaman

Modal sendiri adalah dana yang berasal dari pemilik perusahaan dan ditanamkan dalam perusahaan tanpa batas waktu yang pasti. Dari segi likuiditas, modal ini termasuk dalam kategori dana jangka panjang dengan tingkat likuiditas yang tidak dapat ditentukan. Sementara itu, modal pinjaman atau modal eksternal merupakan dana yang berasal dari pihak luar dan hanya digunakan sementara dalam operasional perusahaan. Bagi perusahaan, modal ini dianggap sebagai kewajiban yang harus dilunasi pada waktu yang telah ditentukan.

2. Pemanfaatan modal tambahan

Pengelolaan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya perlu dilakukan secara bijak dan terencana. Pastikan dana tambahan digunakan sesuai dengan tujuan utamanya, yaitu untuk mendukung

pertumbuhan usaha. Banyak pelaku bisnis mengalami kegagalan dalam mengatur pinjaman karena lebih banyak mengalokasikan dana tersebut untuk keperluan konsumtif daripada untuk kegiatan produktif.

3. Akses modal eksternal

Akses modal eksternal adalah kemampuan untuk mendapatkan modal dari pihak ketiga di luar perusahaan. Modal eksternal dapat berupa pinjaman bank, modal ventura, atau investasi langsung asing (FDI).

4. Keadaan usaha setelah menanamkan modal

Tentunya yang diharapkan setelah menambahkan modal, usaha yang dijalankan akan lebih berkembang

2.1.3 *E-Commerce*

2.1.3.1 Pengertian *E-Commerce*

E-commerce atau perdagangan elektronik adalah proses jual beli barang dan jasa yang dilakukan secara online. *E-commerce* dapat dilakukan melalui situs web, aplikasi seluler, atau platform media sosial.

Menurut Puspitasari et al. (2023), *e-commerce* merupakan suatu proses transaksi jual beli yang dalam praktiknya dilakukan secara daring melalui media elektronik. Sedangkan *e-commerce* menurut Gho et al. (2023) merupakan suatu proses atau transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik sehingga memudahkan para penggunanya.

Yusuf & Ifada (2021) mendefinisikan *e-commerce* sebagai sebagai bentuk aktivitas transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and service*) dengan menggunakan media elektronik yang terhubung dengan internet.

Rosmawarni et al. (2024) mengartikan *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, merupakan aktivitas jual beli barang maupun jasa yang dilakukan melalui internet atau media digital lainnya.

Pengertian lain dari *e-commerce* merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet, dan memungkinkan semua proses jual beli, mulai dari pesanan, penukaran data, sampai transfer dana dan juga proses pengiriman bisa dilakukan secara elektronik (Syarifuddin et al., 2024).

Berdasarkan definisi diatas disimpulkan *e-commerce* merupakan suatu proses transaksi jual beli yang dalam praktiknya dilakukan melalui situs web, aplikasi seluler, atau platform media sosial.

2.1.3.2 Karakteristik *E-Commerce*

E-commerce juga dapat dimaknai sebagai pemanfaatan internet untuk melakukan pertukaran informasi dan komunikasi dalam kegiatan perdagangan. Berbeda dari transaksi konvensional, *e-commerce* memiliki ciri-ciri khusus, antara lain:

1. Transaksi Tanpa Batas

Kehadiran internet telah memberikan kemudahan bagi banyak orang melalui aplikasi *e-commerce*, terutama karena saat ini *e-commerce* telah banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil dan menengah. Melalui internet, mereka dapat mempromosikan produknya secara global tanpa dibatasi oleh lokasi geografis maupun waktu, karena interaksi daring dapat berlangsung selama 24 jam tanpa henti.

2. Transaksi Anonim

Dalam transaksi e-commerce, penjual dan pembeli tidak perlu melakukan pertemuan langsung. Penjual juga tidak wajib mengetahui identitas pembeli, asalkan proses pembayaran telah disetujui oleh penyedia layanan pembayaran yang digunakan, seperti kartu kredit atau uang elektronik.

3. Produk Digital dan Non Digital

Produk digital seperti perangkat lunak komputer, musik, dan berbagai jenis konten digital lainnya dapat dipasarkan secara online dan diakses melalui proses unduhan. Seiring perkembangannya, jenis barang yang diperdagangkan pun semakin beragam dan tidak terbatas pada produk digital saja.

4. Produk Barang Tak Berwujud

Banyak perusahaan di sektor *e-commerce* yang menyediakan produk tidak berwujud, seperti data, perangkat lunak, dan berbagai gagasan, yang dipasarkan melalui internet (Yusuf & Ifada, 2021).

2.1.3.3 Ruang Lingkup *E-Commerce*

Ruang lingkup *e-commerce* adalah aktivitas jual beli atau jasa yang dilakukan secara online. Rosmawarni et al. (2024) menyebutkan bahwa ruang lingkup *e-commerce* terdiri dari:

1. B2C (*Business to Consumer*):

Jenis transaksi ini terjadi antara perusahaan dan konsumen langsung. Contohnya adalah saat pelanggan membeli barang atau jasa dari toko daring seperti Amazon atau Zalora.

2. B2B (*Business to Business*):

Model *e-commerce* B2B melibatkan transaksi antarperusahaan, misalnya pembelian dalam jumlah besar antara produsen dan distributor. Situs seperti Alibaba merupakan contoh platform penting dalam transaksi B2B.

3. C2C (*Consumer to Consumer*):

Dalam model ini, individu menjual produk atau jasa secara langsung kepada konsumen lain. Contoh yang umum adalah platform jual beli barang bekas seperti OLX atau situs lelang online seperti eBay.

4. Model lainnya (misalnya B2G, G2C, dan sebagainya):

E-commerce juga mencakup bentuk lain, seperti B2G (perusahaan ke pemerintah), G2C (pemerintah ke masyarakat), dan jenis transaksi lainnya tergantung pada situasi dan pihak yang terlibat.

2.1.3.4 Manfaat *E-Commerce*

E-commerce dapat dimanfaatkan dalam operasional bisnisnya, UMKM akan mendapatkan akses pasar yang lebih luas dan berpeluang menggaet pelanggan baru. Di sisi lain, pelanggan akan lebih mudah mendapatkan informasi yang diperlukan secara online. Manfaat *e-commerce* terdiri dari:

1. Kemudahan Akses dan Ketersediaan:

E-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengunjungi toko dan melakukan pembelian kapan pun, tanpa terikat oleh waktu maupun tempat. Hal ini menawarkan tingkat fleksibilitas yang sangat tinggi bagi para pembeli.

2. Efisiensi Operasional:

E-commerce meningkatkan efisiensi proses bisnis dengan mengotomatiskan aktivitas seperti penjualan, pembayaran, dan pengiriman. Hal ini membantu mengurangi biaya operasional dan mempercepat pelaksanaan transaksi.

3. Akses Pasar Global:

Melalui *e-commerce*, bisnis dapat memperluas jangkauan ke pasar internasional tanpa hambatan geografis. Ini membuka peluang untuk memperbesar skala usaha dan memasuki wilayah yang sulit dijangkau dengan metode konvensional.

4. Pengalaman Pelanggan yang Disesuaikan:

Dengan dukungan analisis data dan teknologi kecerdasan buatan, *e-commerce* mampu memberikan layanan yang lebih personal dan relevan. Fitur seperti sistem rekomendasi membantu pelanggan menemukan produk sesuai minat dan kebutuhannya.

5. Optimalisasi Manajemen Rantai Pasok dan Inventaris:

Integrasi sistem *e-commerce* dengan rantai pasok membantu perusahaan dalam mengelola persediaan secara lebih efisien, memungkinkan respons cepat terhadap permintaan pasar, serta mencegah kekurangan atau kelebihan stok.

6. Pengurangan Biaya Operasional:

Tanpa kebutuhan akan toko fisik atau tenaga penjual dalam jumlah besar, *e-commerce* memungkinkan bisnis, terutama UMKM, untuk menekan pengeluaran operasional secara signifikan (Rosmawarni et al., 2024).

2.1.3.5 Indikator *E-Commerce*

Peningkatan keberhasilan usaha tergantung dari keberhasilan menggunakan *e-commerce*. Wildani & Suwandi (2022) menyebutkan ada beberapa indikator yang mempengaruhi keberhasilan *e-commerce* yakni:

1. Mudah diakses

E-commerce dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Cukup dengan gadget sudah bisa mengelola pesanan dan mengirimkannya pada pelanggan.

2. Transaksi mudah dilakukan

Dengan menggunakan internet, proses jual beli dapat dilakukan dengan mudah.

3. Permodalan

Lebih hemat biaya, tidak perlu menyewa tempat usaha dan tidak perlu membuka cabang penjualan.

4. Transaksi aman

E-commerce menyediakan berbagai metode pembayaran yang lebih beragam dengan sistem keamanannya.

5. Proses layanan cepat

Proses layanan cepat tanpa perlu datang ke toko. Cukup membuka *website*, cek produk, dan jika sudah cocok langsung dipesan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel berikut ini menggambarkan beberapa penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Apriliani & Widiyanto (2018) Terakreditasi Sinta 3 Economic Education Analysis Journal 7 (2) E-ISSN: 2502-356X https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28289	Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan UMKM Batik	Independen: Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Dependen: Keberhasilan Usaha	Secara parsial: Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja berpengaruh terhadap keberhasilan usaha Secara simultan: Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
2.	Aldino & Aramita (2024) Terakreditasi Sinta 5 Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Volume 5 No. 1 ISSN 2774-3004 https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi/article/view/4334	Pengaruh Strategi Bersaing dan E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha	Independen: Strategi Bersaing dan E-Commerce Dependen: Keberhasilan Usaha	Secara parsial: Strategi bersaing dan e-commerce berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha Secara simultan: Strategi bersaing dan e-commerce berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha
3.	Medan Yanti & Suwena (2022) Terakreditasi Sinta 3 Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Volume 10, Number 2, Tahun 2022 E-ISSN : 2549-2292 https://ejournal.undi.ksha.ac.id/index.php/EKU/article/view/37218	Pengaruh Modal Usaha dan Pendidikan terhadap Keberhasilan Usaha di KTT Manik Pertiwi Desa Wanagiri	Independen: Modal Usaha dan Pendidikan Dependen: Keberhasilan Usaha	Secara parsial: Modal Usaha dan Pendidikan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Secara simultan: Modal Usaha dan Pendidikan berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha
4.	Bali Nam Hee et al. (2020)	<i>Analysis of Entrepreneurship Behavior and</i>	Independen: <i>Entrepreneurship Behavior and</i>	Secara parsial: <i>Entrepreneurship Behavior and Business</i>

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	International Conference on Economics, Business and Economic Education Volume 2020 https://kneopen.com/KnE-Social/article/view/6653/	<i>Business Capital Against Business Success</i>	<i>Business Capital</i> Dependen: <i>Business Success</i>	<i>Capital have affect on business success</i> Secara simultan: <i>Entrepreneurship Behavior and Business Capital have affect on business success</i>
5	Indonesia Manalu et al. (2023) JETISH: Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health Vol. 2 No. 1 March 2023 E-ISSN: 2964-2507 https://rayyanjurnal.com/index.php/jetish/article/view/379 Indonesia	<i>The Influence of Capital, Use of Accounting Information and Entrepreneurial Characteristics on the Success of Culinary MSME Businesses in Rumbai District, Pekanbaru City</i>	Independen: <i>Capital, Use of Accounting Information and Entrepreneurial Characteristics</i> Dependen: <i>Business Success</i>	Secara parsial: <i>Capital has no an influence on Business Success Use of Accounting Information and Entrepreneurial Characteristics have an influence on Business Success</i> Secara simultan: <i>Entrepreneurial characteristics and competitive advantage have an influence on Business Success</i>
6	Indonesia Sutejo et al. (2022) Journal of Economics, Finance and Management Studies Volume 5 Issue 08 August 2022 E-ISSN: 2644-0504 https://ijefm.co.in/v5i8/8.php Indonesia	<i>The Role of E-Commerce in Increasing MSME Income in the Covid-19 Pandemic (Survey on MSME in Medan City)</i>	Independen: <i>E-Commerce (Interface, Navigation, Content, Reliability, and Technical)</i> Dependen: <i>Increasing Msme Income</i>	Secara parsial: <i>Reliability has an effect on increasing MSMEs' income Influential Interface in Increasing MSME Income Navigation, Content and Technical has no effect in increasing MSMEs' income</i>

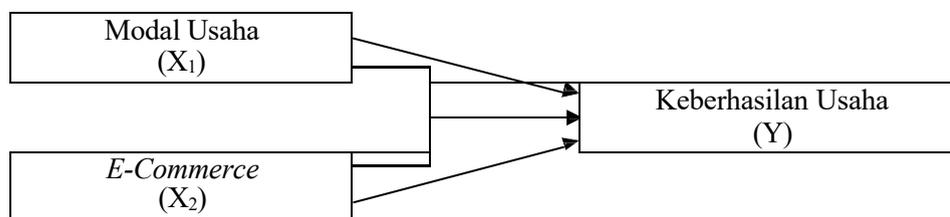
2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antara variabel yang telah dipilih peneliti sehingga peneliti dapat memahami kelemahan atau keunggulan dari

variabel penelitian. Variabel-variabel yang diteliti adalah modal usaha, *e-commerce* dan keberhasilan usaha.

Berdasarkan uraian diatas dan rumusan masalah, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.1 berikut ini :

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang dibuat peneliti sebelum melakukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh modal usaha terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

H₂ : Terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

H₃ : Terdapat pengaruh modal usaha dan *e-commerce* terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini memilih UMKM Chopstick Dimsum beralamat di shopie square, Komplek Cemara Asri, Jl. Cemara, Medan Estate, Percut Sei Tuan, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis terhitung dari bulan November 2024 sampai bulan April 2025.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk angka/bilangan dari hasil perhitungan dan pengukuran sehingga data yang diperoleh perlu dilakukan perhitungan matematika dan selanjutnya dapat diolah dengan analisa data secara statistik (Darwin et al., 2021).

3.2.2 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terdiri dari dua bagian. Darwin et al. (2021) menyebutkan penggolongan data berdasarkan cara memperolehnya dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis data penelitian yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara langsung dari subyek/obyek penelitian atau narasumber dalam penelitian. Data primer ini berupa penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM Chopstick Dimsum.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara tidak langsung. Dimana data sekunder telah disiapkan oleh pihak-pihak tertentu, institusi/lembaga terkait, ataupun hasil dari penelitian sebelumnya. Data sekunder ini berupa data-data UMKM Chopstick Dimsum.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda, yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian (Purba et al., 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada UMKM Chopstick Dimsum tahun 2024 dengan jumlah 30 reseller.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan (Purba et al., 2021). Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini hanya 30 reseller sehingga untuk menentukan jumlah sampel digunakan sampling jenuh. Sampling jenuh adalah sampel yang mewakili jumlah populasi. Biasanya dilakukan

jika populasi dianggap kecil atau kurang dari 100. Jadi jumlah sampel yang diperoleh adalah 30 reseller di UMKM Chopstick Dimsum tahun 2024 (Purba et al., 2021).

3.4 Definisi Operasional Variabel penelitian

Secara konsep, variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel dependen yang mencerminkan keberhasilan usaha, dan variabel independen yang terdiri dari modal usaha serta e-commerce. Rincian kedua jenis variabel tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Identifikasi Dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Konsep	Indikator	Skala
Keberhasilan Usaha (Y)	Keberhasilan usaha merupakan kondisi di mana terdapat keselarasan antara perencanaan, pelaksanaan, dan hasil yang diperoleh dari suatu kegiatan bisnis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan menyesuaikan diri 2. Produktivitas 3. Kepuasan kerja 4. Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya. <p>Sumber: Santoso (2021)</p>	<i>Likert</i>
Modal Usaha (X ₁)	Modal usaha adalah sejumlah uang yang digunakan untuk Ukegiatan operasional sebuah usaha atau bisnis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan modal tambahan 2. Keadaan usaha setelah menanamkan modal <p>Sumber: Liantifa & Fiqri (2023)</p>	<i>Likert</i>
E-Commerce (X ₂)	<i>E-commerce</i> merupakan suatu proses transaksi jual beli yang dalam praktiknya dilakukan secara daring melalui media elektronik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah diakses 2. Transaksi mudah dilakukan 3. Permodalan 4. Transaksi aman 5. Proses layanan cepat <p>Sumber: Wildani & Suwandi (2022)</p>	<i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini terdapat 3 macam:

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung dan cermat suatu fenomena tertentu. Hasil dari pengamatan ini digunakan sebagai data untuk membantu menjelaskan fenomena yang menjadi objek penelitian.

2. Kuesioner (Angket)

Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab, baik secara mandiri maupun dengan bantuan peneliti dalam mencatat jawaban. Kuesioner biasanya berisi pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data melalui pencatatan peristiwa-peristiwa yang telah terjadi. Data dapat berupa dokumen tertulis, foto, atau karya lainnya yang merekam suatu kejadian dalam masyarakat sebagai bahan informasi penelitian (Purba et al., 2021).

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Syekh et al. (2023), validitas diartikan sebagai tingkat ketepatan suatu item dalam mengukur apa yang memang dimaksud untuk diukur oleh item tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung

dengan r tabel berdasarkan derajat kebebasan (df) yang dihitung dari rumus $df = n - 2$, di mana n merupakan jumlah sampel. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan pada 30 responden di luar populasi utama. Dengan jumlah sampel $n = 30$, maka diperoleh $df = 30 - 2 = 28$. Berdasarkan $df = 28$ dan tingkat signifikansi (α) 0,05, nilai r tabel yang digunakan adalah 0,361.

Untuk mengetahui apakah setiap indikator dalam variabel penelitian valid atau tidak, dilakukan dengan membandingkan nilai *Pearson Correlation* (r hitung) dengan nilai r tabel. Adapun ketentuan penilaiannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, maka item, pertanyaan, atau indikator tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel, maka item, pertanyaan, atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Syekh et al. (2023), tujuan dari pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui seberapa konsisten temuan suatu pengukuran ketika gejala yang sama dinilai berkali-kali. Sebuah kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya apabila respon seseorang terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* (α) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70, maka pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,70, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

3.6.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan dalam menganalisis data dengan cara menjelaskan data yang diperoleh, dengan tidak menjadikan kesimpulan untuk berlaku umum. Statistik deskriptif pada penelitian ini membahas nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata dan standar deviasi (Purba et al., 2021).

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum mengetahui hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data penelitian yang akan diolah sebagai berikut:

3.6.4.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel gangguan atau residual dalam model regresi berdistribusi normal. Hal ini penting karena uji t dan F mengharuskan nilai residual mengikuti distribusi normal. Terdapat dua metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal, yaitu melalui analisis grafik dan pengujian secara statistik.

Menurut Ghozali (2021), normalitas data dapat dianalisis melalui grafik, yaitu dengan menggunakan histogram dan normal probability plot. Secara prinsip, normalitas dapat dilihat dari pola penyebaran titik-titik data pada grafik—jika titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, atau jika histogram menunjukkan bentuk distribusi normal, maka data dianggap normal. Dasar pengambilan keputusan dalam analisis grafik:

1. Jika titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, atau histogram membentuk pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika penyebaran titik data jauh dari garis diagonal, atau histogram tidak menunjukkan bentuk distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu, Ghozali (2021) menyebutkan bahwa uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig) $> 0,05$ maka residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi (Sig) $< 0,05$ maka residual tidak berdistribusi normal

Adapun hipotesis pada uji *Kolmogorov-Smirnov*:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.6.4.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2021), Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas, dapat dilakukan dengan mengamati nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Kedua indikator ini menunjukkan sejauh mana suatu variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Secara sederhana, masing-

masing variabel bebas dianggap sebagai variabel dependen, lalu diregresikan terhadap variabel bebas lainnya.

1. *Tolerance* menunjukkan proporsi varians dari suatu variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.
 2. Nilai VIF merupakan kebalikan dari nilai *Tolerance*, yaitu $VIF=1/Tolerance$
- Dengan demikian, nilai *Tolerance* yang rendah berarti VIF-nya tinggi, yang menandakan adanya multikolinearitas. Batas umum yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas adalah:

1. $Tolerance < 0,10$, atau
2. $VIF > 10$.

3.6.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians dari residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians residual tetap atau konsisten antar pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variansnya berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas, atau dengan kata lain memiliki sifat homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas, dapat dilakukan melalui grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dengan nilai residualnya. Deteksi ini dilakukan dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada grafik tersebut:

1. Sumbu Y menunjukkan nilai residual yang telah distudentisasi (standardized residual),
2. Sumbu X menunjukkan nilai prediksi dari variabel dependen.

Dasar interpretasi analisis adalah sebagai berikut:

1. Jika tampak pola tertentu yang teratur, seperti membentuk gelombang, melebar lalu menyempit, maka hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
2. Jika tidak tampak pola tertentu dan titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.5 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sahir (2021), regresi berganda adalah metode analisis yang mencakup lebih dari dua variabel, biasanya dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keberhasilan Usaha

a = Konstanta

X₁ = Modal Usaha

X₂ = *E-Commerce*

b_i = Koefisien regresi Variabel X

e = *error* (tingkat kesalahan) 5%

3.6.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk menyediakan landasan dalam mengumpulkan bukti berupa data yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu pernyataan atau asumsi yang telah dirumuskan perlu diterima atau ditolak. Proses pengujian ini mencakup dua jenis uji, yaitu uji t dan uji F.

3.6.6.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t-test digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Jika nilai *t*-hitung lebih besar dari *t*-tabel, maka hipotesis diterima. Ini berarti bahwa variabel independen tersebut secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria untuk uji signifikansi secara individual (uji t) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *t*-hitung berada di antara - *t*-tabel hingga *t*-tabel ($-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$), maka hipotesis ditolak. Artinya, secara parsial variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai *t*-hitung berada di luar rentang - *t*-tabel atau melebihi *t*-tabel ($t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$), maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Sutejo & Afdhalina, 2021).

3.6.6.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama berpengaruh

terhadap variabel dependen. Jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa seluruh variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria pengujian signifikansi simultan (Uji F) adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi F lebih dari 0,05 atau F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} , maka hipotesis ditolak. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi F kurang dari atau sama dengan 0,05 atau F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka hipotesis diterima. Artinya, secara simultan seluruh variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Sutejo & Afdhalina, 2021).

3.6.7 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Menurut Sutejo & Afdhalina (2021), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi atau kontribusi variabel independen, yaitu modal usaha (X_1) dan e-commerce (X_2), dalam menjelaskan variabel dependen yaitu keberhasilan usaha (Y). Nilai R^2 berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Jika $R^2 = 0$, berarti variabel independen tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 1, maka variabel independen memiliki kemampuan yang tinggi dalam memengaruhi variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat UMKM Chopstick Dimsum

Chopstick Dimsum adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang makanan cepat saji, berpusat di Kota Medan, dan mulai beroperasi sejak tahun 2019. Dalam menjalankan usahanya, Chopstick Dimsum melayani konsumen melalui platform digital seperti Instagram, GrabFood, dan GoFood. Sejak awal berdiri, UMKM ini telah memanfaatkan perkembangan teknologi untuk mendukung usahanya. Tujuan utama dari Chopstick Dimsum adalah memperluas jangkauan pasar dan membuka lebih banyak cabang hingga ke luar wilayah Medan. Untuk itu, mereka menerapkan strategi pemasaran digital guna menjangkau lebih banyak mitra bisnis. Strategi yang dilakukan antara lain melalui jasa endorse, membagikan konten di Facebook, melakukan promosi di akun Instagram mereka <https://www.instagram.com/chopstickdimsum/?hl=id>, serta menjual produk melalui layanan pesan-antar seperti GoFood dan GrabFood.

Saat ini, UMKM Chopstick Dimsum telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Melalui penerapan sistem kemitraan waralaba (franchise), UMKM ini berupaya menciptakan peluang usaha yang dapat dijalankan oleh berbagai lapisan masyarakat. Calon mitra diberikan kebebasan untuk memilih jenis kemitraan sesuai dengan kemampuan finansial dan kapasitas masing-masing, karena tersedia beberapa opsi dengan harga yang relatif terjangkau.

4.1.2 Visi dan Misi UMKM Chopstick Dimsum

Visi dari UMKM Chopstick Dimsum adalah menghasilkan makanan ringan yang sehat, terjangkau, bergizi tinggi, serta digemari oleh masyarakat luas, yang akan langsung ditawarkan kepada konsumen.

Misi UMKM Chopstick Dimsum meliputi:

1. Menghadirkan inovasi produk yang berbeda dari sebelumnya.
2. Menggunakan bahan-bahan alami dan daging segar sebagai bahan utama.
3. Memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen melalui kerja sama yang baik.
4. Menjaga keseimbangan antara jumlah produksi dan mutu produk.
5. Mendorong pengembangan kreativitas dalam menjalankan usaha.
6. Menawarkan produk dengan harga yang bersahabat bagi konsumen.
7. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan menerapkan etika yang baik kepada pelanggan.
8. Mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai bentuk penghargaan karena pelanggan dianggap sebagai raja.

4.1.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini menggambarkan data yang diperoleh setelah penyebaran kuesioner atau daftar pertanyaan. Karakteristik yang dianalisis mencakup metode pembayaran, penghasilan bulanan, dan durasi menjadi pelanggan. Adapun responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang yang merupakan reseller dari UMKM Chopstick Dimsum.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan lama usaha:

Tabel 4.1

Karakteristik Reponden Berdasarkan Lama Usaha

No.	Lama Usaha	Tanggapan Responden	
		Jumlah Konsumen	Presentase
1.	< 1 tahun	3	10,00%
2.	1-2 tahun	8	26,67%
3.	2-3 tahun	13	43,33%
4.	> 3 tahun	6	20,00%
Total		30	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden dalam penelitian ini sebanyak 3 responden (10,00%) adalah konsumen yang memiliki lama usaha < 1 tahun, sebanyak 8 responden (26,67%) adalah konsumen yang memiliki lama usaha 1-2 tahun, sebanyak 13 responden (43,33%) adalah konsumen yang memiliki lama usaha 2-3 tahun dan sebanyak 6 responden (20,00%) adalah konsumen yang memiliki lama usaha > 3 tahun.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Usaha

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan status usaha:

Tabel 4.2

Karakteristik Reponden Berdasarkan Status Usaha

No.	Status Usaha	Tanggapan Responden	
		Jumlah Konsumen	Presentase
1.	Reseller	30	100%
2.	Owner	0	0%
Total		30	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari 30 responden dalam penelitian ini sebanyak 30 responden (100%) adalah konsumen yang memiliki status usaha reseller dan sebanyak tidak ada responden (0%) adalah konsumen yang memiliki status usaha owner.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Per bulan

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan omset per bulan:

Tabel 4.3

Karakteristik Reponden Berdasarkan Omset Per Bulan

No.	Omset Per Bulan	Tanggapan Responden	
		Jumlah Konsumen	Presentase
1.	Rp. 1.000.000 s/d Rp. 5.000.000	3	10,00%
2.	Rp. 6.000.000 s/d Rp. 15.000.000	13	43,33%
3.	Rp. 16.000.000 s/d Rp. 25.000.000	5	16,67%
4.	> Rp. 30.000.000	9	30,00%
Total		30	100%

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat diketahui bahwa dari total 30 responden dalam penelitian ini, sebanyak 3 orang (10,00%) memiliki omzet bulanan sebesar Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000. Sebanyak 13 responden (43,33%) memiliki omzet bulanan antara Rp 6.000.000 hingga Rp 15.000.000, kemudian 5 responden (16,67%) memiliki omzet bulanan sebesar Rp 16.000.000 hingga Rp 25.000.000, dan sebanyak 9 responden (30,00%) memiliki omzet lebih dari Rp 30.000.000 per bulan.

4.1.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.1.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk

digunakan sebagai instrumen penelitian. Penyebaran kuesioner uji validitas diberikan kepada 30 orang responden di Kyoku Dimsum Medan. Uji validitas dilakukan dengan cara menggunakan *SPSS 26.0* dengan membandingkan nilai r_{hitung} setiap pernyataan dengan r_{tabel} . Nilai r_{tabel} yang digunakan adalah 0,361, diperoleh berdasarkan derajat kebebasan (degree of freedom) sebanyak 28, hasil dari perhitungan $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Sementara itu, nilai r_{hitung} dapat dilihat pada kolom Pearson Correlation dalam output SPSS.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Modal Usaha

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kemasan UMKM Chopstick Dimsum lebih bagus	0,459	0,361	Valid
2.	Paket promosi UMKM Chopstick Dimsum lebih banyak	0,520	0,361	Valid
3.	UMKM Chopstick Dimsum dapat memperluas jangkauan bisnis	0,864	0,361	Valid
4.	UMKM Chopstick Dimsum lebih berkembang	0,689	0,361	Valid
5.	Kualitas makanan UMKM Chopstick Dimsum lebih baik dari tempat makan lain	0,864	0,361	Valid
6.	UMKM Chopstick Dimsum dapat menciptakan kemasan baru dimsum	0,606	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Mengacu pada Tabel 4.4, hasil uji validitas untuk variabel modal usaha menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} pada kolom tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan r_{tabel} sebesar 0,361. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan untuk variabel modal usaha dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel E-Commerce

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	UMKM Chopstick Dimsum dapat diakses melalui gadget atau komputer yang tersambung dengan internet	0,874	0,361	Valid
2.	Transaksi jual beli makanan serta pertukaran informasi dapat dilakukan di UMKM Chopstick Dimsum	0,706	0,361	Valid
3.	UMKM Chopstick Dimsum dapat memberikan informasi atas produk secara detail dengan cepat	0,882	0,361	Valid
4.	Jual beli produk melalui UMKM Chopstick Dimsum hanya dapat dilakukan melalui Grab Food	0,886	0,361	Valid
5.	Konsumen selalu kesulitan terkait prosedur membeli makanan di Grab Food UMKM Chopstick	0,709	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
6.	Membeli di Grab Food UMKM Chopstick Dimsum dapat menghemat waktu pembelian	0,904	0,361	Valid
7.	Saya yang melakukan transaksi pembelian di Grab Food UMKM Chopstick Dimsum sudah terjamin aman	0,821	0,361	Valid
8.	Grab Food UMKM Chopstick Dimsum tidak akan memberikan informasi pribadi saya ke perusahaan lain	0,717	0,361	Valid
9.	Grab Food UMKM Chopstick Dimsum dapat memberikan pelayanan produk cepat dan langsung	0,845	0,361	Valid
10.	Dengan menggunakan Grab Food UMKM Chopstick Dimsum, saya dapat memesan langsung produk yang diinginkan	0,829	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Merujuk pada Tabel 4.5, hasil uji validitas untuk variabel *e-commerce* menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} pada kolom tersebut melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan demikian, seluruh item pernyataan yang digunakan untuk variabel *e-commerce* dinyatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Keberhasilan Usaha

No.	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	UMKM Chopstick Dimsum dapat menambah menu baru sesuai keinginan konsumen	0,598	0,361	Valid
2.	UMKM Chopstick Dimsum menciptakan kemasan produk baru sesuai dengan tren di masyarakat	0,405	0,361	Valid
3.	Variasi makanan kuliner UMKM Chopstick Dimsum menarik	0,824	0,361	Valid
4.	UMKM Chopstick Dimsum menawarkan paket produk baru	0,811	0,361	Valid
5.	Konsumen selalu datang membeli makanan UMKM Chopstick Dimsum selama 3 tahun terakhir	0,824	0,361	Valid
6.	Konsumen puas karena rasa dimsum enak dan harganya terjangkau	0,566	0,361	Valid
7.	UMKM Chopstick Dimsum dapat memenuhi jumlah pesanan makanan	0,661	0,361	Valid
8.	UMKM Chopstick Dimsum selalu mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk	0,423	0,361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Merujuk pada Tabel 4.6, hasil uji validitas untuk variabel Keberhasilan Usaha menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} pada kolom tersebut lebih tinggi dari nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada variabel Keberhasilan Usaha dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi atau stabilitas jawaban responden terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode cronbach alpha. Apabila nilai cronbach alpha yang dihasilkan $\geq 0,70$, maka variabel tersebut dianggap reliabel. Hasil dari perhitungan uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Modal Usaha	0,750	6	Reliabel
E-Commerce	0,945	10	Reliabel
Keberhasilan Usaha	0,926	8	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditunjukkan oleh nilai cronbach's alpha, variabel modal usaha memperoleh nilai sebesar 0,750, variabel e-commerce sebesar 0,945, dan variabel keberhasilan usaha sebesar 0,926. Seluruh nilai tersebut berada di atas ambang batas 0,70, yang menunjukkan bahwa setiap instrumen dalam penelitian ini tergolong reliabel. Dengan demikian, seluruh item dalam masing-masing variabel dapat dinyatakan layak dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

4.1.5 Statistik Deskriptif

Pengujian ini ingin memberikan gambaran variabel-variabel penelitian yang diteliti yaitu modal usaha, *e-commerce* dan keberhasilan usaha berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Berikut adalah hasil pengujian statistik deskriptif:

Tabel 4.8
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Usaha	30	13	24	18.07	3.311
E-Commerce	30	23	39	30.60	4.717
Keberhasilan Usaha	30	18	32	25.30	4.027

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, dapat disampaikan hal-hal berikut:

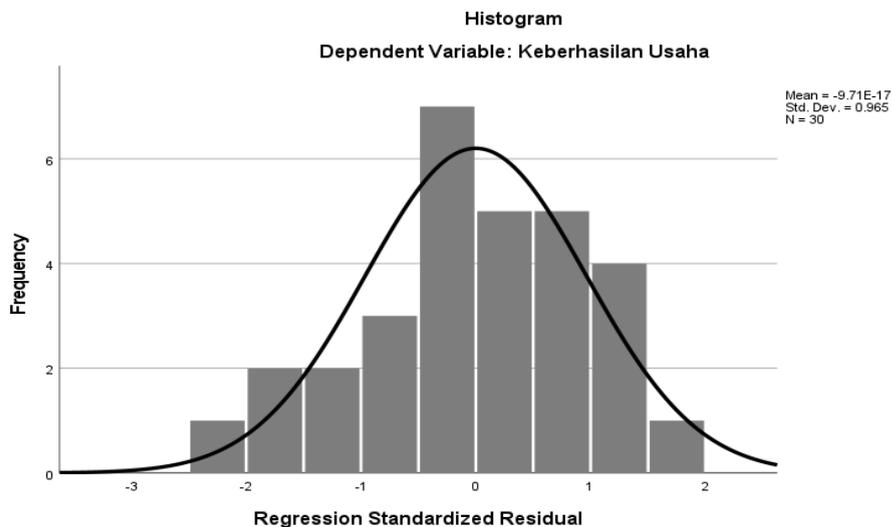
1. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 orang reseller dari UMKM Chopstick Dimsum.
2. Untuk variabel modal usaha, diperoleh nilai minimum sebesar 13, nilai maksimum 24, nilai rata-rata (mean) 18,07, dan standar deviasi sebesar 3,311.
3. Pada variabel e-commerce, nilai minimumnya adalah 23, nilai maksimum 39, nilai rata-rata 30,60, serta standar deviasi sebesar 4,717.
4. Sedangkan variabel keberhasilan usaha menunjukkan nilai minimum 18, nilai maksimum 32, nilai rata-rata 25,30, dan standar deviasi sebesar 4,027.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan menggunakan analisis grafik dan berikut hasil uji normalitas ini yaitu:

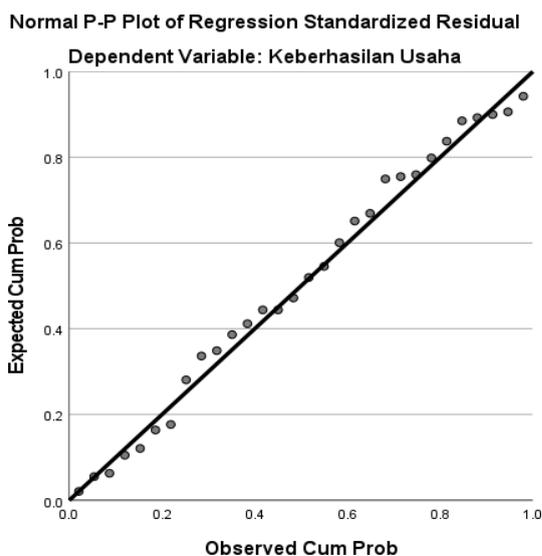
Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Merujuk pada Gambar 4.1, hasil grafik histogram memperlihatkan bahwa distribusi data membentuk pola menyerupai lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini mengikuti pola kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (Grafik Normality Probability Plot)



Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Gambar 4.2, grafik normality probability plot menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal. Hal ini mengindikasikan bahwa data memiliki distribusi yang normal.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan karena secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu, dianjurkan di samping menggunakan uji grafik juga dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik pada penelitian ini menggunakan uji statistik *kolmogorov-smirnov* (K-S).

Hasil uji statistik *kolmogorov-smirnov* yang dilihat dari lampiran 11 diketahui nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 (*Asymp. Sig. 2-tailed* > 5%). Hasil uji normalitas ini menunjukkan data variabel telah berdistribusi dengan normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan linear antar variabel independen. Untuk mendeteksi apakah terjadi gejala multikolinearitas, dapat diperhatikan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil perhitungan terkait multikolinearitas disajikan dalam Tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4.9

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Modal Usaha	0.663	1.508
E-Commerce	0.663	1.508

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

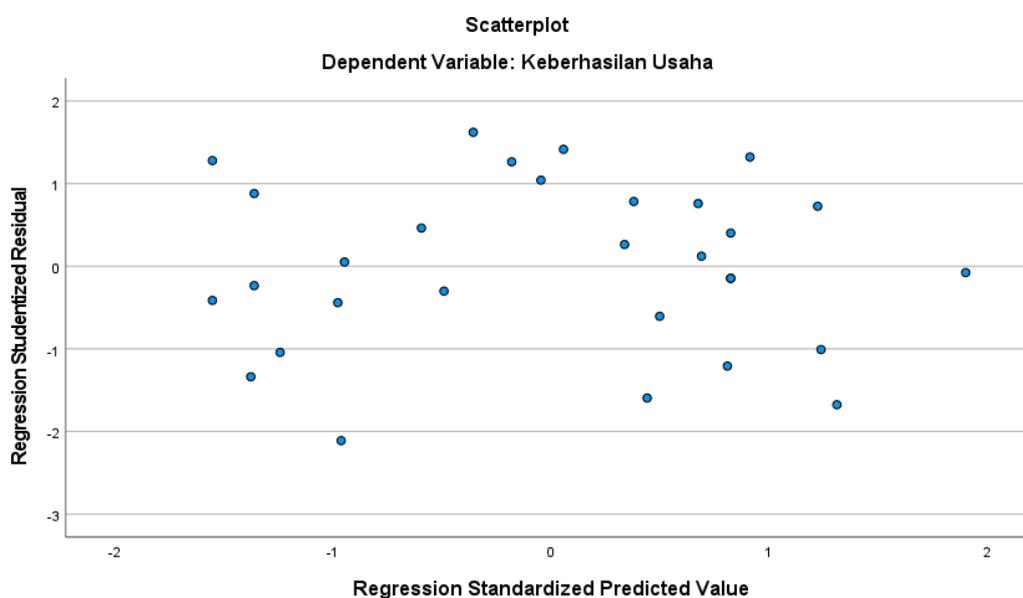
Berdasarkan Tabel 4.9, terlihat bahwa variabel modal usaha dan *e-commerce* memiliki nilai *tolerance* di atas 0,10, yaitu sebesar 0,663, serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 10, yakni 1,508. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengandung gejala multikolinearitas.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidakkonsistenan varians residual antar satu observasi dengan lainnya dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan mengamati grafik scatterplot. Hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan pada Gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)



Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil grafik *scatterplot* memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dengan tidak membentuk pola yang jelas serta pola data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen melalui nilai koefisien regresinya. Dalam penelitian ini, dianalisis bagaimana pengaruh modal usaha dan *e-commerce* terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Chopstick Dimsum. Adapun hasil dari analisis regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B
(Constant)	1.496
Modal Usaha	0.688
E-Commerce	0.372

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, hasil analisis regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Keberhasilan Usaha} = 1,496 + 0,688 \text{ Modal Usaha} + 0,372 \text{ E-Commerce}$$

Adapun penjabaran dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 1,496

Menunjukkan bahwa jika tidak terdapat kontribusi dari variabel independen (modal usaha dan e-commerce), maka nilai variabel dependen, yaitu keberhasilan usaha, akan berada pada angka 1,496.

2. Koefisien regresi untuk modal usaha (X1) sebesar 0,688
Menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada modal usaha akan berkontribusi pada peningkatan keberhasilan usaha sebesar 0,688 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap atau tidak berubah.
3. Koefisien regresi untuk e-commerce (X2) sebesar 0,372
Artinya, setiap kenaikan satu satuan dalam pemanfaatan e-commerce akan menyebabkan peningkatan keberhasilan usaha sebesar 0,372 satuan, dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji secara parsial bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara sendiri-sendiri dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, serta membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai t tabel sebesar 2,04841 diperoleh berdasarkan derajat kebebasan (df) yang dihitung dengan rumus $df = n - k = 30 - 2 = 28$ dan taraf signifikansi 0,05.

Tabel 4.11

Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Modal Usaha	5.292	0.000
E-Commerce	4.071	0.000

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil uji t statistik menunjukkan hal-hal berikut:

1. Variabel modal usaha memiliki nilai t hitung sebesar 5,292 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($5,292 > 2,04841$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_1 diterima. Artinya, modal usaha berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.
2. Variabel *e-commerce* memperoleh nilai t hitung sebesar 4,071 dan signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,071 > 2,04841$) dan nilai signifikansi berada di bawah 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_2 diterima. Ini berarti bahwa *e-commerce* memberikan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

4.1.8.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Nilai F tabel sebesar 3,35 diperoleh dari derajat kebebasan (df_1) = 2 dan (df_2) = $n - \text{jumlah variabel independen} - 1$, yaitu $30 - 2 - 1 = 27$.

Tabel 4.12
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	52.449	0.000

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.12, maka dapat diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 52,449 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Oleh karena itu, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu dengan nilai $52,449 > 3,35$ dan nilai signifikan $< 0,05$ yaitu dengan nilai 0,000 $< 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_3 diterima, yang berarti modal usaha dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk menilai sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai koefisien determinasi ditunjukkan melalui nilai *R Square*. Adapun hasil dari pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.892	0.795	0.780	1.888

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Merujuk pada Tabel 4.13, nilai yang digunakan untuk menilai koefisien determinasi adalah R Square sebesar 0,795. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 79,5% variasi dalam variabel keberhasilan usaha dapat dijelaskan oleh variabel modal usaha dan *e-commerce*. Sementara itu, sisanya sebesar 20,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti karakteristik kewirausahaan dan keunggulan bersaing.

4.1.10 Kontribusi Variabel Penelitian

Variabel modal usaha dan *e-commerce* tentu saja memiliki besar nilai pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Selain uji *r square*, penting untuk mengetahui seberapa besar kekuatan masing – masing dari variabel modal usaha dan *e-commerce* terhadap keberhasilan usaha. Berikut pengujiannya:

Tabel 4.14

Hasil Peran Dominan Variabel Bebas

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Modal Usaha		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).
2	E-Commerce		. Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha
Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, dapat diketahui bahwa variabel modal usaha memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap keberhasilan usaha dibandingkan variabel *e-commerce*, karena menempati posisi tertinggi. Selanjutnya, penting untuk mengetahui seberapa besar tingkat kontribusi masing-masing variabel independen dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap keberhasilan usaha. Untuk menilai kontribusi tersebut, terlebih dahulu perlu dilihat nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel. Berikut adalah hasil pengujiannya:

Tabel 4.15

Nilai Koefisien Beta dan Koefisien Korelasi

Variabel	Standardized Coefficients Beta	Koefisien Korelasi
Modal Usaha	0,566	0,818
E-Commerce	0,435	0,764

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil yang diperoleh, langkah selanjutnya adalah menghitung besarnya kontribusi masing-masing variabel, yaitu modal usaha dan e-commerce, terhadap keberhasilan usaha. Rumus yang digunakan untuk menghitung kontribusi variabel X terhadap Y adalah:

Kontribusi Variabel X = *Koefisien Standardized* x Koefisien Korelasi

Mengacu pada rumus tersebut, berikut adalah perhitungan kontribusi parsial dari masing-masing variabel independen:

1. Kontribusi modal usaha = $0,566 \times 0,818 = 0,462988$
2. Kontribusi *e-commerce* = $0,435 \times 0,764 = 0,332340$
3. Kontribusi total (simultan) = $0,462988 + 0,332340 = 0,795328$, yang nilainya sama dengan *R square*.

Dari hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan hal-hal berikut:

1. Kontribusi modal usaha terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,462988 atau 46,3%, menunjukkan bahwa secara parsial modal usaha memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha.
2. Kontribusi e-commerce terhadap keberhasilan usaha sebesar 0,332340 atau 33,2%, menunjukkan bahwa e-commerce juga memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap keberhasilan usaha.
3. Kontribusi secara keseluruhan dari kedua variabel terhadap keberhasilan usaha adalah sebesar 0,795328 atau 79,5%, yang berarti modal usaha dan e-commerce secara bersama-sama mampu menjelaskan 79,5% variasi keberhasilan usaha. Nilai ini konsisten dengan hasil R square pada uji koefisien determinasi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Modal Usaha terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara parsial variabel modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan modal usaha yang tinggi akan diikuti dengan keberhasilan usaha yang tinggi juga dan sebaliknya, modal usaha yang rendah maka akan diikuti dengan keberhasilan usaha yang rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yanti & Suwena (2022) yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Persamaannya adalah penelitian ini menggunakan variabel modal usaha sebagai variabel independen dan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen. Perbedaannya adalah penelitian tersebut tidak menggunakan objek penelitian sama dengan penelitian ini dan tidak menggunakan variabel pendidikan.

4.2.2 Pengaruh *E-Commerce* terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara parsial variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan *e-commerce* yang tinggi akan diikuti dengan keberhasilan usaha yang tinggi juga dan sebaliknya, *e-commerce* yang rendah maka akan diikuti dengan keberhasilan usaha yang rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aldino & Aramita (2024) yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Persamaannya adalah penelitian ini menggunakan variabel *e-commerce* sebagai variabel independen dan keberhasilan usaha sebagai variabel dependen.

Perbedaannya adalah penelitian tersebut tidak menggunakan objek penelitian sama dengan penelitian ini dan tidak menggunakan variabel strategi bersaing.

4.2.3 Pengaruh Modal Usaha dan *E-Commerce* terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil pengujian hipotesis ini menunjukkan secara simultan variabel modal usaha dan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan modal usaha dan *e-commerce* yang tinggi akan diikuti dengan keberhasilan usaha yang tinggi juga dan sebaliknya, modal usaha dan *e-commerce* yang rendah maka akan diikuti dengan keberhasilan usaha yang rendah.

Hasil uji simultan ini dapat dilihat juga dari besarnya nilai koefisien determinasi, dimana hubungan variabel keberhasilan usaha dengan variabel modal usaha dan *e-commerce* memiliki hubungan yang kuat. Akan tetapi variabel keberhasilan usaha juga dapat dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian seperti karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing.

BAB V

KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh bahwa variabel modal usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UMKM Chopstick Dimsum. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan diterima.
2. Dari analisis uji hipotesis secara parsial (uji t) juga terbukti bahwa variabel *e-commerce* secara signifikan memengaruhi keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum. Artinya, hipotesis kedua dapat diterima.
3. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa modal usaha dan *e-commerce* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum.

5.2 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha selain variabel modal usaha dan *e-commerce* misalnya karakteristik wirausaha dan keunggulan bersaing.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu kendala dalam penelitian ini adalah kurangnya keberagaman responden, karena penyebaran kuesioner hanya difokuskan pada UMKM Chopstick Dimsum. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar ruang lingkungannya diperluas, misalnya dengan melibatkan perusahaan sejenis yang bergerak di bidang penjualan makanan di Kecamatan Medan Baru maupun kecamatan lainnya.

3. Menambah Jumlah Responden

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, penelitian ini hanya melibatkan 30 responden sebagai sampel. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian di masa mendatang dapat menambah jumlah responden guna memperoleh hasil yang lebih representatif terhadap kondisi yang sesungguhnya.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka implikasi manajerial yang dapat diberikan pada UMKM Chopstick Dimsum dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum perlu mempertahankan modal usaha dengan cara:
 - a. Mempertahankan kemasan UMKM Chopstick Dimsum agar tetap lebih bagus dengan cara tetap membuat desain kemasan yang berbeda dan unik agar produk UMKM Chopstick Dimsum mudah dikenali dan diingat oleh konsumen dan pastikan seluruh proses pengemasan

dilakukan dengan bersih, termasuk penggunaan alat-alat yang bersih dan ruangan pengemasan yang teratur.

- b. Lebih memperhatikan UMKM Chopstick Dimsum agar lebih berkembang dengan cara menawarkan menu yang unik dan berbeda dari kompetitor dan pertimbangkan untuk membuat menu yang lebih sehat dan sesuai dengan tren terkini. Selain itu UMKM Chopstick Dimsum dapat lebih memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usaha makanan dan buat konten yang menarik dan informatif, seperti foto makanan yang lezat, video proses pembuatan, dan promo-promo menarik.
2. Untuk meningkatkan keberhasilan usaha UMKM Chopstick Dimsum harus lebih diperhatikan *e-commerce* dengan cara:
 - a. Mempertahankan UMKM Chopstick Dimsum dapat diakses melalui gadget atau komputer yang tersambung dengan internet dapat dilakukan dengan fokus pada pemanfaatan *digital marketing*, seperti media sosial, website, dan aplikasi pesan antar. Selain itu, penting untuk menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan pelanggan yang baik, dan selalu berinovasi dengan menu atau promo yang menarik.
 - b. Lebih memperhatikan membeli di Grab Food UMKM Chopstick Dimsum tidak dapat menghemat waktu pembelian dengan cara menggunakan foto produk yang berkualitas tinggi dan menarik untuk menampilkan makanan UMKM Chopstick Dimsum dengan baik dan buat deskripsi menu yang jelas dan menarik, sehingga pelanggan dapat memahami hidangan yang ditawarkan. Selain itu tambahkan fitur pesan

di laman UMKM Chopstick Dimsum, sehingga pelanggan dapat langsung memesan makanan tanpa harus mencari restoran di aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2024). *Model Bisnis Peer To Peer Lending Syariah Berbasis Ekosistem Financial Technology dalam Meningkatkan Pembiayaan UMKM yang Berkelanjutan*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Afrizal et al. (2024). Sharia Peer-to-Peer Lending Business Model: Improving Sustainable MSMEs Financing in Indonesia. *Pena Justisia: Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 23(3), 847–870.
- Afrida, F. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Healthcare Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Media Mahardhika*, 22(2), 271-27
- Afrida, F., & Setyorini, D. (2024). Pengaruh Penerapan Green Accounting Dan Green Innovation Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Sustainable Accounting Sebagai Variabel Moderating. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 221-233.
- Afrida, F., Nasution, L. E., Setyorini, D., Harahap, D. S., Sihombing, I. R., & Simbolon, D. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Quizizz sebagai Media Pembantu Guru dalam Pembuatan Soal Pilihan Berganda pada Guru-guru di SMKS Budi Agung Medan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(08), 698-704.
- Afrizal, A., Marliyah, M., & Fuadi, F. (2021). Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi Dan Syariah). *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22(2), 13-41.
- Afrizal, S. S., & Sugianto.(2022). Studi Literatur Kritis Risiko Reputasi pada Manajemen Risiko Perbankan Syariah. *Jurnal EMT Kita*, 6(1), 147-157.
- Alfiana, A., Loo, P., Judijanto, L., Rakinaung, J. C., & Durya, N. P. M. A. (2024). Analysis Of The Effect Of Macroeconomic Variables On Returns Of Mutual Fund Shares Traded At State Owned Bank. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(1), 223-228.
- Bukit, N., Siagian, S. H., & Nainggolan, S. G. V. (2023). Effect of Current Ratio and Activity Ratio on Profitability in Food and Beverage Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange (2018-2021). *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 603-608.
- Chusumastuti, D., Elisabeth, C. R., Nurali, N., Suryadharma, M., & Sinaga, H. D. E. (2023). Gangguan digital dan transformasi ekonomi: menganalisis dampak e-commerce terhadap industri tradisional. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, 1(03), 173-185.
- Darmawati, D., Hidayah, Y., Tarigan, E., Amril, A., & Loo, P. (2023). Pengaruh Prestasi Kerja, Jabatan Kerja, Kepemimpinan Transformal, Kepedulian Lingkungan dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Guru SMA di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 11(3), 745-771.
- Gultom, P., January, W., & Tiofanny, C. (2025). Studi Literatur: Pengembangan Talenta Digital untuk Transformasi Digital di Sektor Jasa Keuangan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 1-13.
- Gultom, P., Nainggolan, S. G. V., & Hariana, F. (2022). Edukasi Pinjaman Online dan Transaksi Digital bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(1), 26-30.

- Hek, T. K., & Angeline, V. (2020). Analisis Pengaruh Return On Asset, Current Ratio, Debt To Equity, dan Total Asses Turnover Terhadap Kebijakan Dividen pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI pada Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 8(6).
- Hek, T. K., & Gani, P. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kesadaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepatuhan Pajak PBB di Kecamatan Patumbak. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 1001-1006.
- Hek, T. K., Pardede, S. L. A., & Pangestu, Y. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology*, 9(3).
- Hutabarat, M. I., Firmansyah, E., Sitompul, S., Loo, P., Harahap, N. D., & Zai, F. Y. (2022). Meningkatkan Kesadaran Kaum Muda dengan Memahami Penghasilan Tidak Kena Pajak bagi Siswa SMA Swasta Indonesia Membangun Medan. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 40-48.
- Irawati, N., Sinaga, H. D., & Siddik, M. (2018). PEMBELAJARAN TEKNOLOGI KOMPUTER BIDANG PERKANTORAN BAGI PERANGKAT DESA DI KECAMATAN BUNTU PANE. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(2), 19-22.
- Kaseng, A., Tamba, I. F. U., Hou, A., Nainggolan, S. G., & Tambunan, D. (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan UKM. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 8464-8475.
- Loo, P. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas kesehatan terhadap kepuasan pasien BPJS pada RS. Insani Stabat. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 3(1), 1.
- Loo, P. (2021). Pengaruh Pengawasan, Kepuasan Kerja Dan Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja Pada Hotel Grand Aston Medan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 2(1).
- Loo, P., & Kristina, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68-78.
- Loo, P., & Marpaung, L. W. (2024). Workshop Suply Chain Manajemen Untuk Meningkatkan Efisiensi Bisnis Dengan Menggunakan Aplikasi Moonsonsim Di SMA Wiyata Dharma. *Jurnal TUNAS*, 5(2), 93-97.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Loo, P., Novilia, F., Raharjo, T. B., Semmawi, R., & Abas, A. J. (2024). The Influence Of Shopping Lifestyle On Impulse Buying Behavior With Positive Emotion As A Moderating Variable. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1526-1534.
- Loo, P., Situmorang, I. R., Simarmata, A., & Nainggolan, S. G. (2023). Sosialisasi Cara Sehat Mengelola Keuangan Keluarga Kepada Para Ibu di GKPI Jemaat Khusus Teladan. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 2(02), 66-72.

- Majid, M. S. A., Marliyah, M., Handayani, R., Fuadi, F., & Afrizal, A. (2022). A study of literature: Cryptocurrency of Syariah perspective. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 2(1), 93-102.
- Muhajir, A., Sinaga, H. D. E., Utami, E. Y., Karo-karo, A. P., & Triadi, D. (2024). Pengaruh Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis terhadap Penerimaan Pasar pada Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 103–114. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.368>
- Nadia, C., Hambali, H., & Sinaga, H. D. E. (2022). IMPLEMENTATION GEOGRAPHIC INFORMATION SYSTEMS IN UMKM MAPPING IN THE BATU BATU REGENCY. *Jurnal Teknik Informatika (Jutif)*, 3(4), 969-974.
- Nainggolan, S. G. (2019). Sistem Informasi Akuntansi Kredit Konsumtif CV. Multi Global Perkasa. *Jatilima*, 1(2), 22-32.
- Nainggolan, S. G. V., & Simarmata, A. M. (2023). PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN SEDERHANA UNTUK UMKM. *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 20-25.
- Nainggolan, S. G., & Bukit, N. (2023). Pengaruh Kinerja Manajemen Terhadap Kinara Keuangan PT. Industri Karet Deli Periode 2009-2021. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(02), 71-77.
- Nicholas, N., Sinaga, H. D. E., & Rezeki, S. (2023). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PENGETAHUAN TEKNOLOGI, KEPERCAYAAN TERHADAP PERILAKU PENGGUNA MOBILE BANKING DENGAN MEDIASI ANIMO TRANSAKSI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 8(3), 724-740.
- Nurdiani, T. W., Anas, M., Afrizal, A., & Sulistiana, I. (2023). The impact of data volume and analytical complexity in Big Data technology on financial performance prediction in financial companies in Indonesia. *The ES Accounting And Finance*, 2(01), 64-76.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.
- Putri, C. S., Sembiring, M. A., & Sinaga, H. D. E. (2022). Skin Disease Detection Expert System Using Naive Bayes Classifier Method. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 9(1), 91-96.
- Sari, N. L., Saputra, H., & Sinaga, H. D. E. (2021). Implementasi Supply Chain Management Berbasis Web Untuk Pengelolaan Stok Dan Distribusi Spare Part Handphone Pada Erwin Ponsel. *J-Com (Journal of Computer)*, 1(2), 103-108.
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. (2020). Pengembangan Kemampuan Guru dalam Menjalankan PJJ Menggunakan Teknologi Dan Media Pembelajaran Daring. *Jurnal Anadara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Siagian, Y., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan E-CRM Penjualan Sapi di Gapoktan Bina Tani Kepenghuluan Sintong. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 5(2), 1113-1121.

- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *Journal of Science and Social Research*, 6(2), 381-387.
- Sibuea, D. N., Simorangkir, E. N., & Wahyuni, P. (2023). Pengaruh struktur aktiva, ukuran perusahaan, ROA, current ratio dan total asset turnover terhadap struktur modal pada perusahaan property & real estate di BEI tahun 2019-2021. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 5292-5306.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Pengembangan media pembelajaran ular tangga aljabar siswa sekolah dasar. *Jurnal Education and Development*, 6(2), 9-9.
- Sibuea, M. F. L., & Sinaga, H. D. E. (2018). Peningkatan Kemampuan Matematika Siswa Sekolah Dasar Melalui Media Pembelajaran Ular Tangga Aljabar. *Jurnal Mathematics Paedagogic*, 3(1), 25-30.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). Analisis perilaku minat wisatawan berkunjung kembali ke pulau samosir. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *Journal of Science and Social Research*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Melirik Hidroponik Sayuran Segar Skala Rumah Tangga Sebagai Peluang Usaha. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 1(1), 29-33.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2018). Perbandingan double moving average dengan double exponential smoothing pada peramalan bahan medis habis pakai. *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, 4(2), 197-204.
- Sinaga, H. D. E., & Irawati, N. (2022). Penerapan Trend Moment Untuk Meramalkan Penjualan Produksi Kelapa Sawit Di Kebun Buntu Pane, Kabupaten Asahan. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 6(2), 601-614.
- Sinaga, H. D. E., & Latiffani, C. (2019). Motivasi Dan Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Perekonomian Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Sendang Sari Kec. Kisaran Barat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 2(1), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Gultom, P., & Suhpina, S. (2024). Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Indah Sakti Motorindo. *Journal of Science and Social Research*, 7(1), 38-43.
- Sinaga, H. D. E., Hutahaean, J., & Siagian, Y. (2020). Kreatif, indah dan berpeluang bisnis lewat Kokedama. *Aptekmas Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(3).
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Sinaga, H. D. E., Lazuardi, D., & Wangsa, F. (2024). Pengaruh Keragaman, Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1656-1663.

- Sinaga, H. D. E., Piliang, R., & Anggraeni, D. (2022). Belajar Membuat Grafik Linier Sederhana Bagi Siswa SMA Panti Budaya Kisaran. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(3), 139-144.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Manik, D. (2022). Pemanfaatan Tumbuhan Melalui Edukasi Ecoprint Yang Ramah Lingkungan Di Kecamatan Air Joman. *JATI EMAS (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)*, 6(3), 43-48.
- Sinaga, H. D. E., Siagian, Y., & Syah, A. Z. (2021). Mengembangkan Kreativitas Ibu-ibu Dharma Wanita Persatuan Melalui Ecoprint di RSUD HAMS. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(2), 74-80.
- Sinaga, H. D. E., Syafnur, A., & Irawati, N. (2021). Pelatihan Pemantapan Pengolah Kata dan Angka Untuk Pembuatan Laporan Kepada Pegawai Pemerintahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(2), 181-188.
- Sinaga, H. D. E., Syamsulbahri, S., Muhajir, A., & Darmayanti, N. (2024). Analysis of the Effect of Social Media Usage, Search Engine Optimization, and Content Strategy on Business Growth in the E-Commerce Industry in Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 2(01), 11-18.
- Sinaga, H. E., Fenny, F., Nainggolan, E., & Januariy, W. (2024). The Effect of Environmental Awareness, Sustainable Corporate Image, and Green Product Price on Consumer Purchase Intention in Indonesia. *West Sci. Soc. Humanit. Stud*, 2(05), 899-911.
- Siringoringo, M. J. B., Nasution, M. H., Firmansyah, E., Sitorus, S. A., & Loo, P. (2022). MODAL KERJA, ASET DAN SUKU BUNGA TERHADAP PERUBAHAN LABA PADA PT. SANFREMY PRATAMA MEDAN. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(03), 63-75.
- Situmorang, F., & Pane, Y. (2024). Internal Company Behavioral factors that influence financial fraud. *Journal Accounting International Mount Hope*, 2(1), 57-66.
- Situmorang, I. R., & Situmorang, F. (2022). Penerapan absensi berbasis sistem digitalisasi di PT. Abdi Budi Mulia. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 2(2), 83-89.
- Sujinny, S., Loo, P., & Nasution, L. E. (2024). The Role of People's Business Credit (Kur) and The Use of E-Marketing For The Development of Msmes In Medan Deli District In Medan City. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 5(1), 233-243.
- Swasono, M. A. H., Bakti, R., Yusniar, Y., Silaen, M., & Afrizal, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Kelangsungan dan Mengembangkan Usaha Bakmie Purnama. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 16-26.
- Tambunan, D., Amalia, F., Yanuarisa, Y., Grace, S., Nainggolan, V., & Fadila, Z. (2022). Improving accounting understanding through mathematical logical intelligence and emotional intelligence through learning interest student at mahkota tricomic superior university. *Jurnal Mantik*, 6(2), 1506-1513.
- Tan, K. H., Maria, E., & Christin, S. (2020). Pengaruh Perputaran kas, Perputaran Piutang dan Perputaran Persediaan Terhadap Return On Equity Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jurnal Ilmu Manajemen Methonmix*, 3(1), 27-38.

- Wahyuni, P. (2018). Pengaruh pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P. (2018). Pengaruh pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan membayar pajak penghasilan pada karyawan PT. Kencana Inti Perkasa. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Wahyuni, P., & Silaban, P. S. (2022). Tax Planning and Tax Avoidance The Effect on the Value of Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3849-3855.
- Wahyuni, P., Rinaldi, M., & Saputra, A. E. (2022). The Effect of Accounting Information Systems And Internal Audits on Internal Control at PT. Sierra Mandiri Distribusindo. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1673-1679.
- Wibaselppa, A., Santosa, T. A., Batjo, S. N., Fauzi, R. U. A., Nugraha, A. R., Sinaga, H. D. E., & Wulandari, A. S. R. (2025). The role of employee engagement in increasing Millennial and Gen Z employee retention. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 51-56.
- Yanti, E. D., Efendi, B., & Sinaga, H. D. E. (2021). Penerapan sistem bimbingan konseling metode forward chaining mts s ppm shadr el-islam asahan. *JUTSI: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 1(3), 203-210.
- Gultom, P. et al. (2023). Pelatihan Pemasaran Berbasis E-Commerce Pada Produk Kain Ecoprint Hasil Implementasi P5 Di Perguruan Sma Wr Supratman 1 Medan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191–194. <https://doi.org/10.46880/methabdi.vol3no2.pp191-194>
- Manik, D. E. M., & Fani, S. (2022). The Use of E-commerce and Social Media As Catalyst Toward Revenue Enhancement (Case Study : 92 Coffee). *Proceeding International Business and Economics Conference (Ibec)*, 1(1), 148–160. <https://doi.org/10.47663/ibec.v1i1.32>

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Dengan hormat,

Saya yang Bernama Wuandra Kurniawan mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul —Dampak Modal Usaha Dan *E-Commerce* Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsuml.

Oleh karena itu, saya selaku peneliti memohon kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner dengan memberikan jawaban yang sebenar-benarnya. Jawaban dari kuesioner penelitian akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penyelesaian skripsi.

Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

Berilah tanda centang () pada setiap kolom

- a. Nama Usaha : _____
- b. Jenis Usaha : _____
- c. Lama Usaha : < 1 tahun 1-2 tahun
 2-3 tahun > 3 tahun
- d. Status Usaha : Reseller Owner
- e. Omset Per Bulan : Rp. 1.000.000 s/d Rp. 5.000.000
 Rp. 6.000.000 s/d Rp. 15.000.000
 Rp. 16.00.000 s/d Rp. 25.000.000
 > Rp. 30.000.000

II. Kuesioner

Petunjuk Pengisian

Pilih jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan	Skor
STS : Sangat Tidak Setuju	1
TS : Tidak Setuju	2
KS : Kurang Setuju	3
S : Setuju	4
SS : Sangat Setuju	5

Keberhasilan Usaha (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kemampuan menyesuaikan diri						
1	UMKM Chopstick Dimsum dapat menambah menu baru sesuai keinginan konsumen					
2	UMKM Chopstick Dimsum menciptakan kemasan produk baru sesuai dengan tren di masyarakat					
Produktivitas						
3	Variasi makanan kuliner UMKM Chopstick Dimsum menarik					
4	UMKM Chopstick Dimsum menawarkan paket produk baru					
Kepuasan kerja						
5	Konsumen selalu datang membeli makanan UMKM Chopstick Dimsum selama 3 tahun terakhir					
6	Konsumen puas karena rasa dimsum enak dan harganya terjangkau					
Kemampuan mendapatkan laba dan pencarian sumber daya						
7	UMKM Chopstick Dimsum dapat memenuhi jumlah pesanan makanan					
8	UMKM Chopstick Dimsum selalu mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk					

Modal Usaha (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Pemanfaatan modal tambahan						
1	Kemasan UMKM Chopstick Dimsum lebih bagus					
2	Paket promosi UMKM Chopstick Dimsum lebih banyak					
3	UMKM Chopstick Dimsum dapat memperluas jangkauan bisnis					
Keadaan usaha setelah menanamkan modal						
4	UMKM Chopstick Dimsum lebih berkembang					
5	Kualitas makanan UMKM Chopstick Dimsum lebih baik dari tempat makan lain					
6	UMKM Chopstick Dimsum dapat menciptakan kemasan baru dimsum					

E-Commerce (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Mudah diakses						
1	UMKM Chopstick Dimsum dapat diakses melalui gadget atau komputer yang tersambung dengan internet					
2	Transaksi jual beli makanan serta pertukaran informasi dapat dilakukan di UMKM Chopstick Dimsum					
Transaksi mudah dilakukan						
3	UMKM Chopstick Dimsum dapat memberikan informasi atas produk secara detail dengan cepat					
4	Jual beli produk melalui UMKM Chopstick Dimsum hanya dapat dilakukan melalui Grab Food					
Permodalan						
5	Konsumen selalu kesulitan terkait prosedur membeli makanan di Grab Food UMKM Chopstick					
6	Membeli di Grab Food UMKM Chopstick Dimsum dapat menghemat waktu pembelian					

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Transaksi aman						
7	Saya yang melakukan transaksi pembelian di Grab Food UMKM Chopstick Dimsum sudah terjamin aman					
8	Grab Food UMKM Chopstick Dimsum tidak akan memberikan informasi pribadi saya ke perusahaan lain					
Proses layanan cepat						
9	Grab Food UMKM Chopstick Dimsum dapat memberikan pelayanan produk cepat dan langsung					
10	Dengan menggunakan Grab Food UMKM Chopstick Dimsum, saya dapat memesan langsung produk yang diinginkan					

TERIMA KASIH

Lampiran 2

Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

No Responden	Modal Usaha						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	2	2	2	3	15
2	3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	3	3	4	21
4	3	4	3	3	3	4	20
5	4	3	4	4	4	3	22
6	4	3	3	3	3	4	20
7	3	3	3	3	3	3	18
8	3	3	3	4	3	3	19
9	2	3	2	3	2	2	14
10	3	2	3	4	3	3	18
11	2	1	1	3	1	2	10
12	4	3	4	3	4	3	21
13	2	2	4	3	4	4	19
14	3	4	4	4	4	3	22
15	3	3	3	3	3	3	18
16	4	3	3	4	3	4	21
17	3	4	2	2	2	3	16
18	2	4	4	4	4	2	20
19	2	2	2	2	2	2	12
20	2	3	3	3	3	3	17
21	3	2	3	3	3	2	16
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	3	3	3	3	4	20
24	3	3	2	2	2	2	14
25	3	1	1	1	1	3	10
26	5	5	1	1	1	1	14
27	2	3	3	4	3	2	17
28	2	4	2	2	2	4	16
29	1	2	3	3	3	2	14
30	3	3	3	3	3	3	18

No Responden	E-Commerce										Total
	Pernyataan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	25
3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	26
4	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	24
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35
7	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
8	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	34
9	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
10	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	34
13	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	35
14	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	25
15	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
16	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	18
17	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	37
18	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	26
19	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	35
20	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	38
21	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
22	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
23	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	23
24	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	14
25	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	24
26	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34
27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	28
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	22

Lampiran 3

Hasil Analisis Data Validitas Modal Usaha (X₁)

		Correlations						Modal Usaha
		Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	
Q01	Pearson Correlation	1	.426*	.079	-.047	.079	.278	.459*
	Sig. (2-tailed)		.019	.679	.805	.679	.137	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q02	Pearson Correlation	.426*	1	.214	.045	.214	.137	.520**
	Sig. (2-tailed)	.019		.257	.815	.257	.469	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q03	Pearson Correlation	.079	.214	1	.768**	1.000**	.404*	.864**
	Sig. (2-tailed)	.679	.257		.000	.000	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q04	Pearson Correlation	-.047	.045	.768**	1	.768**	.242	.689**
	Sig. (2-tailed)	.805	.815	.000		.000	.198	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q05	Pearson Correlation	.079	.214	1.000**	.768**	1	.404*	.864**
	Sig. (2-tailed)	.679	.257	.000	.000		.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q06	Pearson Correlation	.278	.137	.404*	.242	.404*	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.137	.469	.027	.198	.027		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Modal Usaha	Pearson Correlation	.459*	.520**	.864**	.689**	.864**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.003	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lampiran 4

Hasil Analisis Data Reliabilitas Modal Usaha (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	6

Lampiran 5

Hasil Analisis Data Validitas *E-Commerce* (X₂)

		Correlations										E- Commerce
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	
Q1	Pearson Correlation	1	.456*	.646**	.897**	.766**	.799**	.586**	.586**	.683**	.690**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.011	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.456*	1	.700**	.432*	.273	.605**	.623**	.767**	.469**	.517**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.011		.000	.017	.144	.000	.000	.000	.009	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.646**	.700**	1	.660**	.447*	.832**	.859**	.623**	.775**	.671**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.897**	.432*	.660**	1	.776**	.754**	.611**	.603**	.754**	.714**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.017	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.766**	.273	.447*	.776**	1	.535**	.494**	.353	.535**	.596**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.144	.013	.000		.002	.006	.055	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.799**	.605**	.832**	.754**	.535**	1	.663**	.535**	.880**	.775**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002		.000	.002	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	.586**	.623**	.859**	.611**	.494**	.663**	1	.557**	.663**	.665**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.006	.000		.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	.586**	.767**	.623**	.603**	.353	.535**	.557**	1	.411*	.460*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.055	.002	.001		.024	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	.683**	.469**	.775**	.754**	.535**	.880**	.663**	.411*	1	.710**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.000	.002	.000	.000	.024		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.690**	.517**	.671**	.714**	.596**	.775**	.665**	.460*	.710**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.011	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
E-Commerce	Pearson Correlation	.874**	.706**	.882**	.886**	.709**	.904**	.821**	.717**	.845**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lampiran 6

Hasil Analisis Data Reliabilitas *E-Commerce* (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	10

Lampiran 7

Hasil Analisis Data Validitas Keberhasilan Usaha (Y)

		Correlations								Keberhasilan Usaha
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	
Q1	Pearson Correlation	1	.431*	.551**	.531**	.646**	.654**	.442*	.733**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.018	.002	.003	.000	.000	.014	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.431*	1	.622**	.512**	.571**	.726**	.742**	.680**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000	.004	.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.551**	.622**	1	.812**	.898**	.471**	.644**	.517**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.009	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.531**	.512**	.812**	1	.895**	.424*	.540**	.580**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004	.000		.000	.020	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.646**	.571**	.898**	.895**	1	.484**	.594**	.612**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.007	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.654**	.726**	.471**	.424*	.484**	1	.506**	.625**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.020	.007		.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	.442*	.742**	.644**	.540**	.594**	.506**	1	.626**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.002	.001	.004		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q8	Pearson Correlation	.733**	.680**	.517**	.580**	.612**	.625**	.626**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.001	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	.766**	.808**	.855**	.825**	.885**	.742**	.782**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lampiran 8

Hasil Analisis Data Reliabilitas Keberhasilan Usaha (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	8

Lampiran 9

Tabulasi Kuesioner Responden

No Responden	Modal Usaha						Total
	Pernyataan						
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	3	3	4	4	21
2	4	4	3	3	4	3	21
3	4	2	2	2	2	2	14
4	2	3	2	2	2	2	13
5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	3	2	2	3	16
7	4	3	3	3	3	2	18
8	3	4	4	4	4	3	22
9	4	3	3	3	3	4	20
10	3	2	2	2	2	2	13
11	3	3	2	2	2	3	15
12	3	4	4	4	4	3	22
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	3	3	3	3	20
15	3	3	2	2	2	2	14
16	3	3	2	2	3	3	16
17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	3	4	4	4	4	23
19	3	4	3	3	4	3	20
20	2	3	3	3	3	2	16
21	4	3	3	3	4	4	21
22	4	4	3	3	4	3	21
23	3	2	3	2	2	2	14
24	2	3	2	2	2	2	13
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	2	2	3	16
27	4	3	3	3	3	2	18
28	3	4	4	4	4	3	22
29	4	3	3	3	3	4	20
30	3	3	2	2	2	3	15

No Responden	E-Commerce										
	Pernyataan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	34
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
4	2	2	4	3	3	3	2	3	3	3	28
5	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	25
6	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	34
7	4	3	3	4	4	2	3	2	2	2	29
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
10	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	25
11	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	23
12	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	36
13	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
14	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	35
15	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	25
16	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	35
17	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	26
18	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
19	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	35
20	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	25
21	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	37
22	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
23	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	25
24	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	25
25	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
27	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	34
28	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	27
29	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
30	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	27

No Responden	Keberhasilan Usaha								
	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	4	4	4	4	4	4	31
2	4	3	3	3	3	4	3	3	26
3	2	4	2	2	2	2	4	4	22
4	2	3	2	2	2	3	3	2	19
5	3	3	3	3	3	3	3	3	24
6	3	4	3	3	3	4	4	3	27
7	2	3	4	4	4	3	3	4	27
8	4	4	3	3	3	3	4	4	28
9	3	3	4	4	4	4	3	3	28
10	3	2	3	3	3	2	3	3	22
11	2	3	2	2	2	3	2	2	18
12	4	3	3	3	3	4	3	4	27
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	3	4	4	3	4	4	3	3	28
15	2	3	2	2	3	2	3	3	20
16	4	2	4	4	4	2	4	4	28
17	3	3	3	3	3	3	2	3	23
18	4	3	4	4	4	3	3	4	29
19	4	4	4	3	4	4	3	3	29
20	2	3	3	3	3	2	3	2	21
21	3	4	4	4	4	4	4	4	31
22	4	3	3	3	3	4	3	3	26
23	2	4	2	2	2	2	4	4	22
24	2	3	2	2	2	3	3	2	19
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24
26	3	4	3	3	3	4	4	3	27
27	2	3	4	4	4	3	3	4	27
28	4	4	3	3	3	3	4	4	28
29	3	3	4	4	4	4	3	3	28
30	2	3	2	2	2	3	2	2	18

Lampiran 10
Statistik Deskriptif

Descriptives

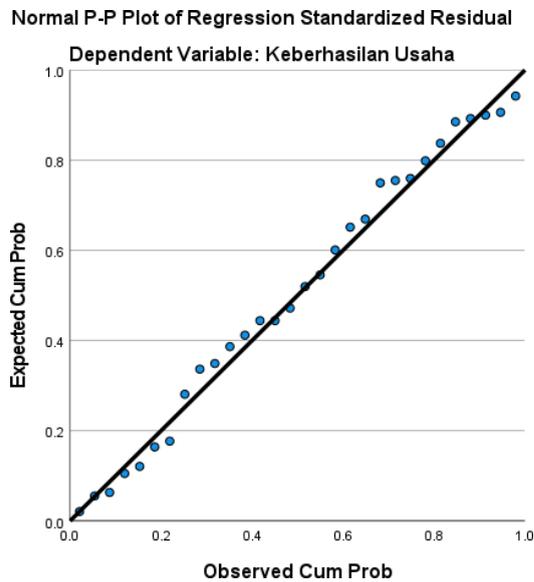
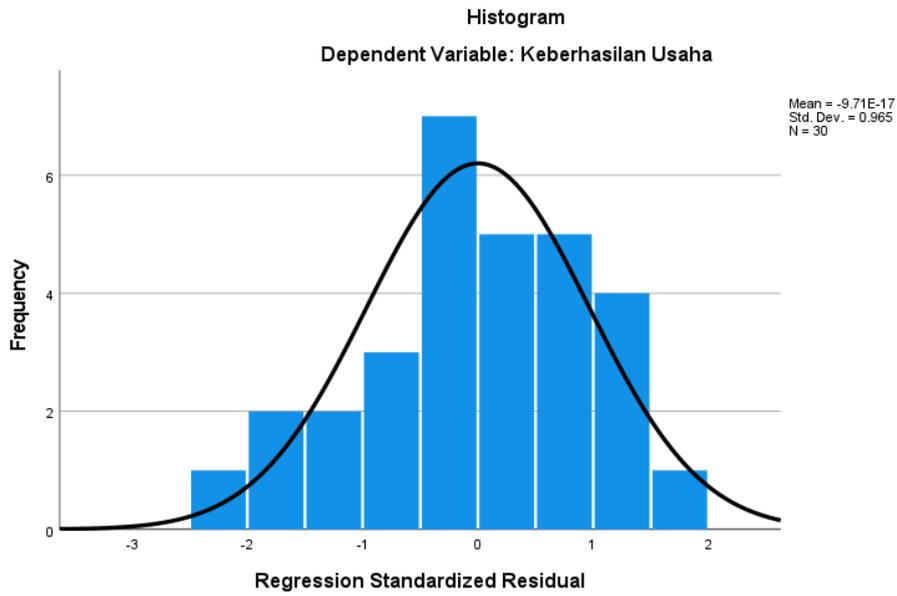
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Usaha	30	13	24	18.07	3.311
E-Commerce	30	23	39	30.60	4.717
Keberhasilan Usaha	30	18	32	25.30	4.027
Valid N (listwise)	30				

Lampiran 11

Hasil Uji Normalitas

Charts



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82201779
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.065
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 12

Hasil Uji Multikolinearitas

Regression

Coefficients^a

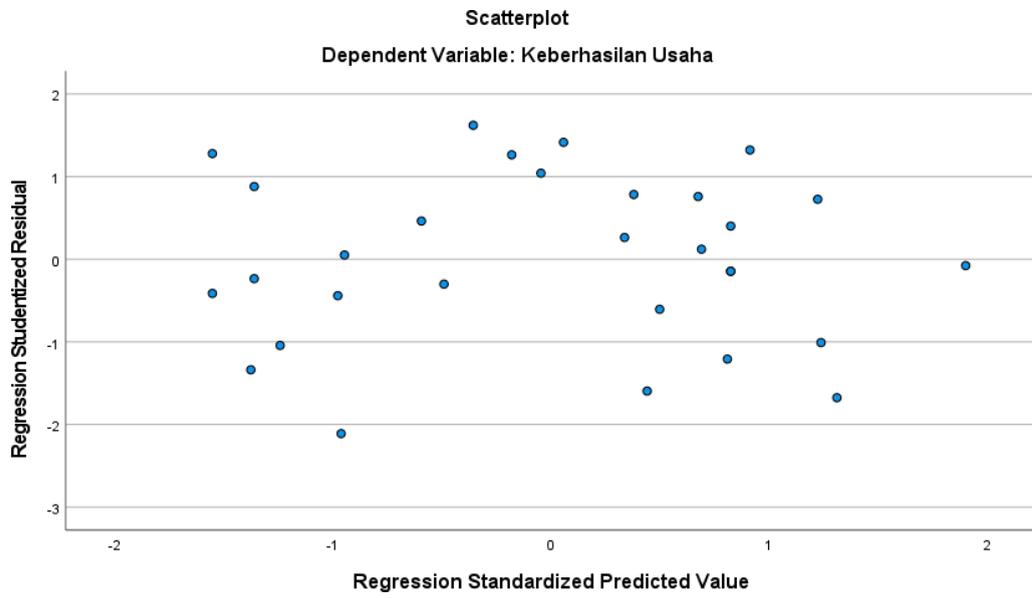
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal Usaha	.663	1.508
	E-Commerce	.663	1.508

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Lampiran 13

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Charts



Lampiran 14

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.496	2.413		.620	.540
	Modal Usaha	.688	.130	.566	5.292	.000
	E-Commerce	.372	.091	.435	4.071	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Lampiran 15
Hasil Pengujian Hipotesis

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	374.027	2	187.014	52.449	.000 ^b
	Residual	96.273	27	3.566		
	Total	470.300	29			

- a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha
b. Predictors: (Constant), E-Commerce, Modal Usaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.496	2.413		.620	.540
	Modal Usaha	.688	.130	.566	5.292	.000
	E-Commerce	.372	.091	.435	4.071	.000

- a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Lampiran 16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.795	.780	1.888

a. Predictors: (Constant), E-Commerce, Modal Usaha

Lampiran 17

Hasil Kontribusi Variabel

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Modal Usaha		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).
2	E-Commerce		Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= ,050, Probability-of-F-to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Correlations

		Modal Usaha	E-Commerce	Keberhasilan Usaha
Modal Usaha	Pearson Correlation	1	.580**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	30	30	30
E-Commerce	Pearson Correlation	.580**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	30	30	30
Keberhasilan Usaha	Pearson Correlation	.818**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

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

Lampiran 18

Tabel Statistika

rtabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896

Tabel Uji t

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1	3.077684	6.313752	12.7062	31.82052	63.65674	318.3088
2	0.816497	1.885618	2.919986	4.302653	6.964557	9.924843	22.32712
3	0.764892	1.637744	2.353363	3.182446	4.540703	5.840909	10.21453
4	0.740697	1.533206	2.131847	2.776445	3.746947	4.604095	7.173182
5	0.726687	1.475884	2.015048	2.570582	3.364930	4.032143	5.893430
6	0.717558	1.439756	1.943180	2.446912	3.142668	3.707428	5.207626
7	0.711142	1.414924	1.894579	2.364624	2.997952	3.499483	4.785290
8	0.706387	1.396815	1.859548	2.306004	2.896459	3.355387	4.500791
9	0.702722	1.383029	1.833113	2.262157	2.821438	3.249836	4.296806
10	0.699812	1.372184	1.812461	2.228139	2.763769	3.169273	4.143700
11	0.697445	1.363430	1.795885	2.200985	2.718079	3.105807	4.024701
12	0.695483	1.356217	1.782288	2.178813	2.680998	3.054540	3.929633
13	0.693829	1.350171	1.770933	2.160369	2.650309	3.012276	3.851982
14	0.692417	1.345030	1.761310	2.144787	2.624494	2.976843	3.787390
15	0.691197	1.340606	1.753050	2.131450	2.602480	2.946713	3.732834
16	0.690132	1.336757	1.745884	2.119905	2.583487	2.920782	3.686155
17	0.689195	1.333379	1.739607	2.109816	2.566934	2.898231	3.645767
18	0.688364	1.330391	1.734064	2.100922	2.552380	2.878440	3.610485
19	0.687621	1.327728	1.729133	2.093024	2.539483	2.860935	3.579400
20	0.686954	1.325341	1.724718	2.085963	2.527977	2.845340	3.551808
21	0.686352	1.323188	1.720743	2.079614	2.517648	2.831360	3.527154
22	0.685805	1.321237	1.717144	2.073873	2.508325	2.818756	3.504992
23	0.685306	1.319460	1.713872	2.068658	2.499867	2.807336	3.484964
24	0.68485	1.317836	1.710882	2.063899	2.492159	2.796939	3.466777
25	0.68443	1.316345	1.708141	2.059539	2.485107	2.787436	3.450189
26	0.684043	1.314972	1.705618	2.055529	2.478630	2.778715	3.434997
27	0.683685	1.313703	1.703288	2.051830	2.472660	2.770683	3.421034
28	0.683353	1.312527	1.701131	2.048407	2.467140	2.763262	3.408155
29	0.683044	1.311434	1.699127	2.045230	2.462021	2.756386	3.396240
30	0.682756	1.310415	1.697261	2.042272	2.457262	2.749996	3.385185
31	0.682486	1.309464	1.695519	2.039513	2.452824	2.744042	3.374899
32	0.682234	1.308573	1.693889	2.036933	2.448678	2.738481	3.365306
33	0.681997	1.307737	1.692360	2.034515	2.444794	2.733277	3.356337
34	0.681774	1.306952	1.690924	2.032244	2.441150	2.728394	3.347934
35	0.681564	1.306212	1.689572	2.030108	2.437723	2.723806	3.340045
36	0.681366	1.305514	1.688298	2.028094	2.434494	2.719485	3.332624
37	0.681178	1.304854	1.687094	2.026192	2.431447	2.715409	3.325631
	0.681001			2.024394	2.428568		
39	0.680833	1.303639	1.684875	2.022691	2.425841	2.707913	3.312788
40	0.680673	1.303077	1.683851	2.021075	2.423257	2.704459	3.306878

Tabel Uji F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00
7	12.25	9.55	8.45	7.85	7.46	7.19	6.99	6.84	6.72	6.62	6.54	6.47
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98

Lampiran 19

Surat Ijin Riset



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212
Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax: (061) 4151391
Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 23 Januari 2025

Nomor: 102/R/STIE-EP/I/2025
Lamp. : ----
Hal : "Observasi"

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan Chopstik Dimsum
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Wuandra Kurniawan
NIM	: 201010196
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Dampak Modal Usaha Dan E-Commerce Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Chopstick Dimsum

Untuk mengadakan peninjauan ke Chopstik Dimsum yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

Lampiran 20
Surat Balasan Riset

CHOPSTICK DIMSUM

Medan, 23 Januari, 2025

Perihal : Surat Balasan Riset Mahasiswa

Kepada Yang Terhormat :

Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan

Di

Tempat

Menindaklanjuti surat saudara nomor : 102/R/STIE-EP/I/2025 tanggal 23 Januari 2025 perihal Surat Permohonan Izin RISET di Chopstick Dimsum, bersama ini di sampaikan bahwa kami bersedia menerima Mahasiswa STIE Eka Prasetya yang bernama Wuandra Kurniawan untuk melaksanakan Riset dan Observasi di tempat kami.

Demikian untuk diketahui, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Owner



Elrica

Lampiran 21

Fotocopy Berwarna Kartu Peserta Sempro



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
EKA PRASETYA**

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Wahana Kurniawan
 NIM : 201010196
 PROGRAM STUDI : Manajemen

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
	Jumat, 7 Februari 2025	JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Branding dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian Produk skincare merk something pada gen Z di kota Medan (Studi Kasus pada market place shopee)	211010055	}
	Jumat, 7 Februari 2025	JUDUL PROPOSAL: Peningkatan Keputusan Pembelian Konsumen: Dilihat dari Pemanfaatan Social Media Marketing dan Service Scope	211010071	
	Jumat, 7 Februari 2025	Jesslyn Angkasa JUDUL PROPOSAL: Analisis Dampak Ketersediaan Produk dan Brand Awareness dalam Menyatukan Keputusan Konsumen pada PT. Kurnia Putra Mandiri	211010220	}
	Jumat 7 Februari 2025	Cartin Silly Kantik JUDUL PROPOSAL: Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Promosi Pengulangan Terhadap Keputusan Pembelian pada cu-smor wafel	211010026	
	Senin 10 Februari 2025	Ferry Wati JUDUL PROPOSAL: Pengaruh gaya hidup sehat dan persepsi harga terhadap minat beli Di Abim Vegetarian Medan	211010038	}
	Senin 10 Februari 2025	ZASVIER JUDUL PROPOSAL: Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kemampuan Teknologi Informatika (TI) terhadap kemampuan manajerial	211010217	
	Senin 10 Februari 2025	Dinda elioni JUDUL PROPOSAL: Pengaruh keunggulan bersaing dan customer experience terhadap keberhasilan usaha pada UMKM kuliner di Medan tuntungan	211010200	}
	Senin 10 Februari 2025	David JUDUL PROPOSAL: Pengaruh e-commerce, diferensiasi produk dan brand image terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha gear 125 di PT. Alfa scampi Aiden malik	211010111	

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, 20....
 Ketua STIE Eka Prasetya

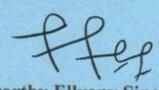
 Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

Lampiran 22

Fotocopy Berwarna Kartu Bimbingan

 STIE EKA PRASETYA MEDAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN		KARTU BIMBINGAN SKRIPSI 1	
		Nama Mahasiswa: Wuandri Kurniawan	
		NIM : 201010196	
		Konsentrasi : Pemasaran / <u>Kewirausahaan</u> (lingkari yang sesuai)	
		HP/WA : 0878 1876 7045 Email: Wuandri.k100	
		Alamat Tinggal: Jl. B. Katonso. 99. Datile no. 8	
Nama Dosen Pembimbing 1: Desma Erica Margati M., S.Pd., M.Si		Nama Dosen Pembimbing 2: Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.	
No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	15 Jan 2025	ACC Judul	Muf
2	16 Jan 2025	Acc Bab 1, lanjut Bab 2	Muf
3	17 Jan 2025	lanjut bab 3	Muf
4	21 Jan 2025	Link penelitian terdahulu, sampel, revisi kuesioner dan	J Muf
5		g x 1.	
6	22 Jan 2025	ACC PROPOSAL	Muf
7	15 Mar 2025	Bimbingan Revisi Seminar proposal	Muf
8	25 Apr 2025	Acc Bab 4, Lanjut Bab 5	Muf
9	21 Mei 2025	Revisi Implikasi manajerial, ACC stripsi	Muf
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik


 Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Wuondra Kurniawan

NIM : 201010196

Konsentrasi : Pemasaran / Kewirausahaan (lingkari yang sesuai)

HP/WA : 0878 1876 7045 Email: Wuondra.k10@gmail.com

Alamat Tinggal: Jl. B. Katomso Gg. Dute No. 8

Nama Dosen Pembimbing 1:

Decma Erica Maryati M., S.Pd., M.Si.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Elisabeth Nanggalan, S.Pd., M.Sc

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	14 Jan 2025	Diskusi Judul	
2	15 Jan 2025	Bimbingan Bab 1	
3	20 Jan 2025	Revisi Bab 2, dan kelesioner	
4	23 Jan 2025	Revisi Bab 3	
5	24 Jan 2025	Revisi Bab 3	
6	25 Jan 2025	Acc Bab 3	
7	14 Mar 2025	Bimbingan Revisi Seminar Proposal	
8	22 Apr 2025	Revisi Bab 4, spacing, penulisan	
9	25 Apr 2025	Acc Bab 4, Longut bab 5	
10	21 Mei 2025	Revisi Detail kelesioner dan sample	
11	17 Juni 2025	Acc Bab 5, Acc skripsi	
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

Lampiran 23

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Wuandra Kurniawan
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 14-8-2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. B. Katamso Gg. Datuk no. 8
Alamat Email : wuandra.k10@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 087818767045

RIWAYAT PENDIDIKAN

Tahun 2007 : TK Yayasan Perguruan Wage Rudolf Supratman 2
Tahun 2008-2014 : SD Yayasan Perguruan Sriwijaya
Tahun 2015-2017 : SMP Yayasan Perguruan Sriwijaya
Tahun 2018-2020 : SMA Yayasan Perguruan Wage Rudolf Supratman 1

RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun 2019-2020 Di PT. AJ. Central Asia Raya
Tahun 2021 Di Grand Grafika
Tahun 2022 Di PT. Capella Dinamik Nusantara
Tahun 2022-Sekarang Di Murni Teguh Memorial Hospital

DATA ORANGTUA

Nama Ayah : -
Pekerjaan : -
Handphone (HP) : -
Alamat : -
Nama Ibu : Sioe Loei
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : 081218614131
Alamat : Jl. B. Katamso Gg. Datuk no. 8

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 21 Mei 2025
Penulis,



Wuandra Kurniawan
201010196