

**PENINGKATAN FINANCIAL PERFORMANCE MELALUI
TECHNOLOGICAL KNOWLEDGE DAN E-MARKET KNOWLEDGE DI
ERA PANDEMI COVID-19
(STUDI KASUS PADA PEDAGANG PASAR TRADISIONAL DI DESA
BOJA)**

**Yuyun Ristianawati
Dhian Andarani Minar Savitri
Prihasantyo Siswo Nugroho**
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin,

Email :¹yuyun@stietotalwin.ac.id, ²dhian@stietotalwin.ac.id,
³prihasantyo@stietotalwin.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh e-market knowledge terhadap performance finance melalui technological knowledge Pedagang Pasar di Desa Boja. Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti ialah pedagang pasar di Desa Boja sebanyak 120 orang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel sampling jenuh.

Hasil dari penelitian ini adalah E-Market Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Performance Finance. E-Market Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Technological Knowledge. Performance Finance berpengaruh positif dan signifikan terhadap Technological Knowledge. E-Market Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap Performance Finance melalui Technological Knowledge.

Kata Kunci: *Financial Perfomance, Technological Knowledge, E-Market Knowledge, Pandemi Covid-19*

ABSTRACT

This research purpose to find out the influence of e-market knowledge on performance finance through technological knowledge of Market Traders in Boja Village. In this study, the population to be studied is a market trader in Boja Village as many as 120 people. In this study the authors used saturated sampling sample techniques.

The result of this study is that E-Market Knowledge has a positive and significant effect on Performance Finance. E-Market Knowledge has a positive and significant effect on Technological Knowledge. Performance Finance has a positive and significant impact on Technological Knowledge. E-Market Knowledge has a positive and significant impact on Performance Finance through Technological Knowledge.

Keywords: *Financial Perfomance, Technological Knowledge, E-Market Knowledge, Covid-19 Pandemic*

PENDAHULUAN

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi *internet*. Dengan *internet* pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam

informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Hal tersebut mengubah abad informasi menjadi abad *internet*. Penggunaan *internet* dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Pemasaran di *Internet* cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku. Sedangkan pemasaran konvensional, barang mengalir dalam partaipartai besar, melalui pelabuhan laut, pakai kontainer, distributor, lembaga penjamin, importir, dan lembaga bank. Pemasaran konvensional lebih banyak yang terlibat dibandingkan pemasaran lewat *internet*. Pemasaran di *internet* sama dengan *direct marketing*, dimana konsumen berhubungan langsung dengan penjual, walaupun penjualnya berada di luar negeri.

Pengguna *internet* di seluruh dunia berkisar 200 juta, 67 juta diantaranya berada di Amerika Serikat, *internet* di Indonesia berlipat dua kali setiap 100 hari (Rhenald, 2000). Penggunaan internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan skala besar. Sejak ditemukannya teknologi internet tersebut pada tahun 1990-an penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses kegiatan bisnis/usaha. Motivasi dan manfaat *e-commerce* dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan menjadi sudut pandang dari penulis yang dijadikan sebagai obyek dalam penelitian ini.

Hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat tidak terlepas dari teknologi. Internet menjadi bagian terpenting dalam perkembangan teknologi ini. Internet memudahkan komunikasi antar individu maupun antar daerah secara cepat dan tidak terbatas. Ekonomi dan sektor bisnis merupakan salah satu sektor yang terkena dampak dari pengaruh internet ini. Seiring dengan perkembangan internet yang tinggi maka mobilitas manusia pun makin tinggi, terlebih di era 4.0 ini. Di era ini segala aspek dan sektor dituntut melakukan layanan dan jasa secara cepat. Di sektor industri pun para produsen harus menyediakan layanan yang cepat demi kepuasan konsumen, *Ecommerce* salah satu contohnya.

E-commerce adalah pemasaran, penjualan, dan pembelian suatu produk baik itu jasa maupun barang yang memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer. Menurut Loudon (1998), *e-commerce* adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. *E-commerce* sendiri merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang saat ini perkembangannya sangat pesat.

Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi *e-commerce* merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara *on-line* yang berupa *e-commerce*. Selama ini, sistem penjualan dari pelanggan yang digunakan oleh perusahaan hanya bersifat secara tertulis dan manual, yang tidak jarang cenderung menyedihkan. Dengan adanya layanan jasa berupa *e-commerce* yang dapat secara cepat dapat dinikmati oleh pelanggan maupun perusahaan sendiri maka segala layanan yang diinginkan oleh para pelanggan dapat segera ditindak lanjuti dengan secepat mungkin, sehingga perusahaan tersebut akan mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan tercepat bagi para pelanggan.

Pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi dan informasi kedalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Dalam penggunaan teknologi tersebut, berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan seperti investor, konsumen, pemerintah akan ikut berperan. Dengan semakin matangnya teknologi internet dan web, teknologi-teknologi ini

meningkatkan kemampuan perusahaan yang canggih dalam hal komunikasi bisnis dan dalam hal kemampuannya berbagi informasi, selain itu berbagi sumber daya lain yang bernilai. Ide dasar serta manfaat *e-commerce* dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan dalam hal ini menjadi sudut pandang dari penulis yang dijadikan sebagai obyek dalam tulisan ini. Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi *e-commerce* merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan suatu produk dari sebuah perusahaan. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut dapat memanfaatkan suatu layanan secara *on-line* yang berupa *e-commerce*.

Adanya layanan *electronic commerce (e-commerce)* ini, maka pelanggan dapat mengakses serta melakukan pesanan dari berbagai tempat. Dengan adanya era teknologi yang canggih saat ini para pelanggan yang ingin mengakses *ecommerce* tidak harus berada di suatu tempat, hal itu dikarenakan di kota kota besar di Indonesia telah banyak tempat tempat yang menyediakan suatu fasilitas akses internet hanya dengan menggunakan laptop/notebook ataupun dengan *Personal Digital Assistant (PDA)* dengan menggunakan teknologi wifi. Maka dari itu saat sekarang sangat diperlukan dan diminati perusahaan-perusahaan yang menerapkan layanan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* di Indonesia masih sangat terbatas. Dari latar belakang yang ada maka penulis akan membahas bagaimana pemanfaatan *e-commerce* dalam kepentingan bisnis mereka.

Era revolusi industri 4.0 meniscayakan kesiapan lebih pada adaptabilitas. Perubahan yang dramatis, tidak hanya melanda dunia teknik dan permesinan tetapi juga memengaruhi perilaku sumber daya manusia. Perusahaan harus sudah memiliki sebuah peta perjalanan yang terintegrasi untuk membangun kesiapan arah pengembangan bisnis masa depan. Di antara strategi yang mendesak untuk diperhatikan adalah kesiapan untuk berubah (*readiness for change*) pada diri setiap organisasi, lebih-lebih pada organisasi bisnis global. Kompetisi global era kini meniscayakan kesiapan untuk berubah tanpa jeda dari setiap insan insan industry.

Kondisi pandemi covid-19 yang sedang melanda dunia, tak terkecuali Indonesia, meniscayakan perubahan situasi dan kondisi bisnis mutakhir. Kesiapan untuk berubah ini bagian dari soft skills yang mendesak perlu untuk dimiliki oleh setiap pelaku usaha dan industry. Oleh karena itu, manajemen di masa pandemic covid-19 ini wajib melakukan langkah-langkah praktis dan strategis untuk membawa organisasi keluar dari kubangan krisis yang kalau tidak diantisipasi lebih dini dan sangat serius, akan menenggelamkan sebagian besar perusahaan manufaktur di Indonesia bahkan dunia.

Ditengah masa pandemi ini, *e-commerce* berperan aktif dalam membantu UKM untuk terus bertumbuh. Dengan banyaknya himbuan untuk bekerja dan belajar di rumah. *E-commerce* menjadi pilihan bagi penjual untuk bisa tetap berdagang dari rumah. Keuntungan lain adalah cakupan bisnis dan penjualan yang tidak terbatas mencakup ke seluruh dunia membuat *e-commerce* menjadi cukup potensial. Peningkatan penjualan di platform online juga semakin meningkat terhitung semenjak pandemic berlangsung.

Potensi industri e-commerce di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Dari data analisis Ernst & Young, dapat dilihat pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di tanah air setiap tahun meningkat 40 persen. Ada sekitar 93,4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia. Hal inilah yang membuat industri e-commerce harus dikawal agar mampu mendorong laju perekonomian nasional.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh *e-marketing knowledge* dalam meningkatkan *financial performance* melalui *technological knowledge* yang dalam hal ini pada pedagang pasar di Desa Boja.

TINJAUAN PUSTAKA

Technological Knowledge

Masa kini telah banyak berkembang di masyarakat penggunaan teknologi. Teknologi diawali dengan alat-alat sederhana yang dibuat oleh manusia pada jaman dahulu. Contohnya saja pada teknologi otomotif, mungkin roda saat ini

dianggap oleh manusia hanya biasa saja, namun pada jaman dahulu teknologi tersebut adalah teknologi paling inovatif, karena roda sangat membantu manusia untuk perjalanan. Namun jika dibandingkan dengan teknologi jaman sekarang, roda mungkin hanya tinggal sejarah. Dalam perkembangan teknologi setiap waktu manusia akan mengalami revolusi atau perubahan, produk teknologi yang dirasa canggih saat ini bisa jadi akan tertinggal dengan penemuan taknologi baru atau akan hanya mengubah menjadi yang baik tanpa mengubah konsep teknologi lama.

Teknologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Technologia* menurut Webster Dictionary berarti *systematic treatment* atau penanganan sesuatu secara sistematis, sedangkan *techne* sebagai dasar kata teknologi berarti skill atau keahlian, keterampilan dan ilmu (Sudjana, 1989). Kata teknologi sering dipahami oleh orang awam sebagai sesuatu yang berupa mesin atau hal-hal yang berkaitan dengan permesinan.

Menurut Roger dalam Syukur (2008), teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dengan hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan. Sedangkan pendapat dari Jacques Ellul dalam Syukur (2008) mendefinisikan teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisien dalam setiap kegiatan manusia. Gary J Anglin dalam Arifin (2012) berpendapat teknologi merupakan penerapan ilmu-ilmu perilaku dan alam serta pengetahuan lain secara bersistem dan menyistamkan untuk memecahkan masalah.

Dari pendapat para ahli dapat disimpulkan teknologi Suatu rancangan atau desain melalui proses atau tahapan yang memiliki nilai tambah untuk menghasilkan suatu produk dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap kegiatan manusia. Teknologi bisa dikatakan ilmu pengetahuan yang ditransformasikan kedalam product, proses, jasa dan struktur praktis.

Perkembangan teknologi terbaru, termasuk mesin cetak, telepon dan internet telah mengurangi hambatan fisik untuk komunikasi dan memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara bebas dalam skala global. Perkembang yang sangat pesat dalam teknologi informasi saat ini yang sering disebut medos atau media sosial, setiap hari bisa kita temui tidak ada yang tidak memanfaatkan

teknologi ini dari dewasa sampai anak-anak, bahkan ada istilah penggunaan teknologi ini yaitu dunia dalam genggaman kita, teknologi tersebut berupa alat perangkat lunak misalnya internet, Facebook, twitter, whatsApp dan perangkat keras misalnya laptop, telepon dan lain sebagainya.

Banyaknya teknologi yang berkembang di masyarakat saat ini bukan berarti tidak semuanya berdampak kebaikan saja tetapi ada dampak buruknya bagi kita. Sebagai pengguna teknologi sebaiknya kita lebih bijak, dengan perselisihan tentang apakah teknologi itu memperburuk atau meningkatkan kondisi manusia. Teknologi ini dapat diketahui melalui barang-barang, benda-benda, atau alat-alat yang berhasil dibuat oleh manusia untuk memudahkan dan menggampangkan realisasi hidupnya di dalam dunia. Hal mana juga memperlihatkan tentang wujud dari karya cipta dan karya seni.

Teknologi informasi adalah suatu teknologi berupa (*hardware, software, useware*) yang digunakan untuk memperoleh, mengirim, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna untuk memperoleh informasi yang berkualitas. Jadi teknologi informasi dapat diartikan sebagai teknologi pengadaan, pengolahan, penyimpanan dan penyebaran berbagai jenis informasi dengan memanfaatkan komputer dan telekomunikasi yang lahir karena adanya dorongan-dorongan kuat untuk menciptakan teknologi baru yang dapat mengatasi kelambatan manusia mengolah informasi.

E-Marketing Knowledge

Menurut Chen-Ling, & Lie, dalam jurnal *Journal of American Academy of Business* (2006), *e-marketing* adalah proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media web. Promosi, Iklan, Transaksi dan pembayaran dapat dilakukan melalui halaman web. Pengguna internet marketing dapat dengan mudah mengakses informasi dimana saja dengan komputer yang terhubung ke internet.

Menurut El-Gohary (2010), pemasaran elektronik (*e-marketing*) dapat dipandang sebagai sebuah filosofi baru dan praktek bisnis moderen yang terlibat dengan pemasaran barang, jasa, informasi dan ide melalui internet dan elektronik

lainnya. Menurut Mohammed, et al. (2003), internet marketing adalah sebuah proses untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan secara online sebagai sarana untuk pertukaran pendapat, produk, dan jasa sehingga dapat mencapai tujuan bersama kedua kelompok.

Financial Performance

Menurut Sucipto (2003), pengertian kinerja keuangan yakni penentuan ukuran-ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam menghasilkan laba. Mulyadi (2007) menguraikan pengertian kinerja keuangan ialah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2012), laporan keuangan merupakan struktur yang menyajikan posisi keuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah entitas. Tujuan umum dari laporan keuangan ini adalah menyajikan informasi mengenai posisi keuangan (*financial position*), kinerja keuangan (*financial performance*) dan arus kas (*cash flow*) dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para penggunanya. Untuk dapat mencapai tujuan ini, laporan keuangan menyediakan informasi mengenai elemen dari entitas yang terdiri dari *asset*, kewajiban, *network*, beban, dan pendapatan (termasuk *gain* dan *loss*), perubahan ekuitas dan arus kas. Informasi tersebut diikuti dengan catatan, akan membantu pengguna memprediksi arus kas masa depan.

Menurut Munawir (2010) pada umumnya laporan keuangan terdiri dari neraca dan perhitungan laba rugi serta laporan perubahan ekuitas. Neraca menunjukkan/ menggambarkan jumlah aset, kewajiban dan ekuitas dari suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Sedangkan perhitungan (laporan) laba rugi memperlihatkan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan serta beban yang terjadi pada periode tertentu, dan laporan perubahan ekuitas menunjukkan sumber dan penggunaan atau alasan-alasan yang menyebabkan perubahan ekuitas perusahaan.

Menurut harahap (2009) laporan keuangan menggambarkan kondisi keuangan dan hasil usaha suatu perusahaan pada saat tertentu atau jangka waktu tertentu. Adapun jenis laporan keuangan yang lazim dikenal adalah neraca, laporan laba-rugi atau hasil usaha, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan laporan posisi keuangan.

Kinerja keuangan (*Financial Performance*) ialah hasil kegiatan operasi perusahaan yang disajikan dalam bentuk angka-angka keuangan. Hasil kegiatan periode sekarang harus dibandingkan dengan kinerja keuangan periode masa lalu, anggaran neraca dan laba rugi dan rata-rata kinerja perusahaan sejenis. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik adalah perusahaan yang hasil kerjanya di atas perusahaan pesaingnya, atau diatas rata-rata perusahaan sejenis.

Kinerja keuangan (*Financial Performance*) adalah suatu prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Bisa terlihat dalam perubahan-perubahan pada laporan keuangan (*Financial Statement*) yang terdiri dari Laporan Neraca, Laporan Laba-rugi, Laporan Perubahan Modal, dan Laporan Arus Kas.

Kinerja keuangan perusahaan pada dasarnya diperlukan sebagai alat untuk mengukur *financial health* (kesehatan perusahaan) perusahaan. Kinerja Keuangan Perusahaan digunakan sebagai media pengukur subyektif yang menggambarkan efektifitas penggunaan asset oleh sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis utamanya dan meningkatkan pendapatan. Menurut Al-Tuwajiri *et al.* (2003), kinerja keuangan perusahaan secara umum dapat dilihat dari dua ukuran yaitu:

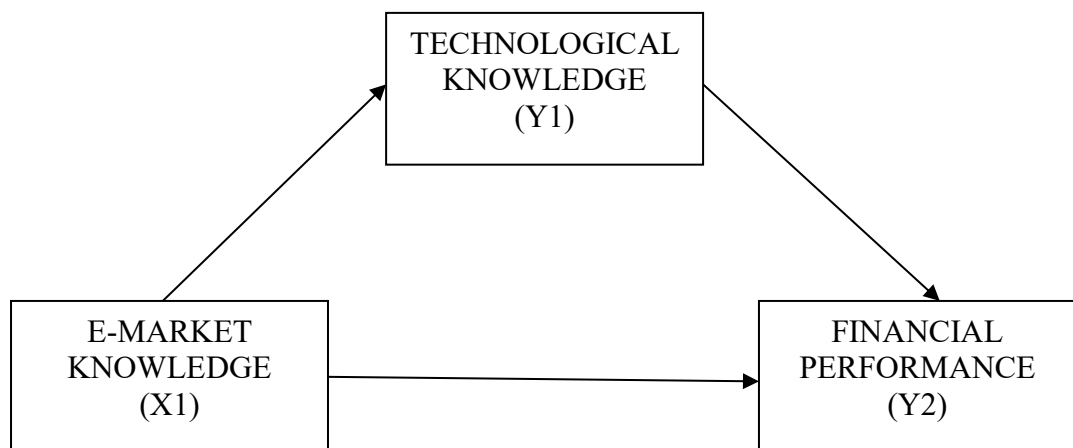
1. *Market-based measure*

Menurut Joner (2004), *return* dari sebuah saham merupakan salah satu tolak ukur dari kinerja saham sehingga para investor selalu berusaha memaksimalkan tingkat *return* yang akan dihasilkan setelah memperhitungkan faktor risiko.

2. *Accounting-based*

Accounting – based menggunakan tolak ukur pendapatan dengan focus terhadap reaksi pendapatan perusahaan terhadap perubahan kebijakan yang diambil oleh manajemen. Pengukuran *return* akuntansi inihanya berdasarkan kondisi *financial internal* perusahaan tanpa memperhitungkan factor eksternal. Menurut Mc Guire, Schneeweis dan Hill (1986), *return* akuntansi hanya menghitung *historical aspects* dari kinerja keuangan perusahaan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1.
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti ialah pedagang tradisional di desa Boja sebanyak 120 orang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampel sampling jenuh. Jadi sampel penelitian ini berjumlah 120.

Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini untuk menguji validitasnya kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2014).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2014). Hasil pengukuran dapat dipercaya atau *reliable* hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah (Azwar, 2014).

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004).

Adapun bentuk regresi linier berganda adalah (Ghozali, 2013):

$$Y_1 = b_1X_1 + e$$

$$Y_2 = b_1X_1 + b_2y_1 + e$$

Keterangan:

Y_1 : *Technological Knowledge*

Y_2 : *Financial Performing*

X_1 : *E-Market Knowledge*

b_1, b_2 : koefisien regresi

e : kesalahan pengganggu

4. Uji F (Simultan)

Uji secara simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Pengujian melalui uji F adalah dengan membandingkan F hitung dengan F tabel pada signifikansi 5%. Apabila F hitung > F tabel maka secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan dengan arah positif diantara seluruh variabel yang diuji, begitu sebaliknya.

5. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Untuk melihat kemampuan variabel bebas dalam menerapkan variabel terikat dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi yang ditemukan (R^2). Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variasi variabel terikat semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel terikatnya.

6. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial dengan menggunakan menggunakan uji t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan t_{tabel} pada taraf signifikan 5%. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, ini berarti bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat yang diuji.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>E-Market Knowledge</i> (X1)	X1.1	0.828	0.1654	Valid
	X1.2	0.846	0.1654	Valid
	X1.3	0.783	0.1654	Valid
	X1.4	0.778	0.1654	Valid
<i>Technological Knowledge</i> (Y1)	Y1.1	0.899	0.1654	Valid
	Y1.2	0.858	0.1654	Valid
	Y1.3	0.780	0.1654	Valid
	Y1.4	0.799	0.1654	Valid
	Y1.5	0.860	0.1654	Valid
<i>Financial Performing</i> (Y2)	Y2.1	0.712	0.1654	Valid
	Y2.2	0.823	0.1654	Valid
	Y2.3	0.690	0.1654	Valid
	Y2.4	0.634	0.1654	Valid

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan data pada tabel hasil uji validitas diketahui bahwa pada tiap butir pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r

tabel (r hitung $> 0,1654$) sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
<i>E-Market Knowledge</i> (X1)	0,821	Reliabel
<i>Technological Knowledge</i> (Y1)	0,894	Reliabel
<i>Financial Performing</i> (Y2)	0,672	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3
Analisis Regresi Linier Berganda Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.747	1.169		3.207	.002
	E-Market Knowledge	.970	.091	.732	10.651	.000

a. Dependent Variable: Performance Finance

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda model 1 diperoleh hasil bahwa:

- *E-Market Knowledge* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,732 (bernilai positif), nilai positif koefisien regresi menunjukkan bahwa semakin meningkat *e-market knowledge* maka tingkat pendapatan objek wisata *performance finance* juga akan semakin meningkat.

Hasil analisis regresi linier berganda model 2 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4

Analisis Regresi Linier Berganda Model 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.151	.760		4.146	.000
E-Market Knowledge	.184	.083	.213	2.222	.029
Performance Finance	.388	.062	.595	6.201	.000

a. Dependent Variable: Technological Knowledge

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda model 2 diperoleh hasil:

- *E-Market Knowledge* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,213 (bernilai positif), menunjukkan bahwa semakin meningkat *E-Market Knowledge* maka *Technological Knowledge* akan semakin meningkat pula.
- *Performance Finance* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,595 (bernilai positif), menunjukkan bahwa semakin meningkat *Performance Finance* maka *Technological Knowledge* akan semakin meningkat pula.

4. Pengujian Model

Tabel 5
Hasil Uji F Model 1
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	236.098	3	78.699	316.043	.000 ^b
Residual	26.894	116	.249		
Total	262.991	119			

a. Dependent Variable: Performance Finance

b. Predictors: (Constant), E-Market Knowledge

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji F model 1 dapat dilihat pada kolom df bahwa $df_1 = 3$, $df_2 = 116$ maka untuk model 1 nilai F tabel = 2,68. Nilai F hitung sebesar 316,043 > 2,68 sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-market knowledge* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *performance finance*.

Hasil uji F model 2 ditunjukkan pada berikut:

Tabel 6
Hasil Uji F Model 2

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	340.576	4	85.144	1556.670	.000 ^b
Residual	5.852	115	.055		
Total	346.429	119			

a. Dependent Variable: Technological Knowledge

b. Predictors: (Constant), E-Market Knowledge, Performance Finance

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel hasil uji F model 2 diperoleh $df_1 = 4$, $df_2 = 115$ maka untuk model 2 nilai F tabel = 2,45. Nilai F hitung sebesar $1556,670 > 2,45$ sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-market knowledge* dan *performance finance* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *technological knowledge*.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 hingga 1. Koefisien determinasi model 1 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 7
Koefisien Determinasi Model 1
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.586	.577	1.638

a. Predictors: (Constant), E-Market Knowledge

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel koefisien determinasi model 1, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,577 atau dalam bentuk persentase menjadi 57,7% ($0,577 \times 100\%$), dapat diartikan bahwa sebesar 57,7% perubahan pada variabel *performance finance* dapat dijelaskan oleh *e-market knowledge*.

Koefisien determinasi model 2 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 8
Koefisien Determinasi Model 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.602	1.734

a. Predictors: (Constant), E-Market Knowledge, Performance Finance.

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel koefisien determinasi model 2, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,602 atau dalam bentuk persentase menjadi 60,2% (0,602 x 100%), dapat diartikan bahwa sebesar 60,2% perubahan pada variabel *technological knowledge* dapat dijelaskan oleh *e-market knowledge* dan *performance finance*.

5. Uji t

Tabel 9
Uji t Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.747	1.169		3.207	.002
	E-Market Knowledge	.970	.091	.732	10.651	.000

a. Dependent Variable: Performance Finance

Sumber: Data Primer, 2021

Untuk mengetahui nilai t tabel pada uji t model 1 perlu diketahui nilai df yaitu nilai $df = n - k - 1$ dimana n adalah banyaknya sampel, k adalah banyaknya variabel independen, maka $df = 120 - 3 - 1 = 116$, maka untuk model 1 pada $df = 116$ diketahui nilai t tabel = 1,658.

Hasil uji t model 2 ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 10
Uji t Model 2

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.151	.760		4.146	.000
	E-Market Knowledge	.184	.083	.213	2.222	.029

Perfomance Finance	.388	.062	.595	6.201	.000
-----------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Technological Knowledge

Sumber: Data Primer, 2021

Uji hipotesis untuk model 1 adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1

Pada hasil uji t model 1 dapat dilihat pada kolom t bahwa variabel *e-market knowledge* memiliki nilai t hitung = 10,651 yang lebih besar dari nilai t tabel = 1,658 ($10,651 > 1,658$) maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa “*e-market knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance finance*”.

2. Pengujian Hipotesis 2

Pada hasil uji t model 2 dapat dilihat pada kolom t bahwa variabel *e-market knowledge* memiliki nilai t hitung = 2,222 yang lebih besar dari nilai t tabel = 1,658 ($2,222 > 1,658$) maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa “*e-market knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technological knowledge*”.

3. Pengujian Hipotesis 3

Pada hasil uji t model 2 dapat dilihat pada kolom t bahwa variabel *performance finance* memiliki nilai t hitung = 6,201 yang lebih besar dari nilai t tabel = 1,658 ($6,201 > 1,658$) maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa “*performance finance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technological knowledge*”.

4. Pengujian Hipotesis 4

Pada hasil uji F model 1 dapat dilihat pada kolom F bahwa nilai F hitung sebesar $316,043 > 2,68$ maka H_o ditolak dan H_a diterima yang berarti dapat disimpulkan bahwa *e-market knowledge* dan *performance finance* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *technological knowledge*.

PEMBAHASAN

Hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah *e-market knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance finance*. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel *e-market knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *performance finance* sehingga hipotesis 1 dalam penelitian diterima.

Hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah *e-market knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technological knowledge*. Hasil penelitian menunjukkan variabel *e-market knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technological knowledge* sehingga hipotesis 2 dalam penelitian diterima.

Hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah *performance finance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technological knowledge*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *performance finance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *technological knowledge* sehingga hipotesis 3 dalam penelitian diterima, semakin meningkat *performance finance* maka akan diikuti *technological knowledge*.

Hipotesis 4 dalam penelitian ini adalah *e-market knowledge* berpengaruh terhadap *performance finance* melalui *technological knowledge*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa *e-market knowledge* dan *performance finance* berpengaruh secara bersama-sama terhadap *technological knowledge* sehingga hipotesis 4 dalam penelitian ini diterima.

KESIMPULAN

1. *E-Market Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Performance Finance*.
2. *E-Market Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Technological Knowledge*.
3. *Performance Finance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Technological Knowledge*.
4. *E-Market Knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Performance Finance* melalui *Technological Knowledge*.

SARAN

1. Di masa pandemi Covid-19 ini, sebaiknya Pedagang Pasar di Desa Boja diberi sosialisasi tentang *e-marketing*, sosialisasi bisa dari pihak pemerintah maupun swasta yang berisi tips dan trik dalam berdagang selama pandemi ini melalui jalur *marketing online*.
2. Selain *e-marketing*, para Pedagang Pasar di Desa Boja juga perlu diberi pengetahuan mengenai teknologi informasi saat ini, sehingga bisa mengikuti zaman khususnya dalam bidang berdagang.
3. *Performance Finance* dapat meningkat dengan adanya pengetahuan teknologi dan informasi kepada Pedagang Pasar khususnya supaya dapat menjual secara online dagangannya di masa pandemi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Humra, Y., 2014. *Behavioral Finance: An Introduction to the Principles Governing Investor Behavior in Stock Markets*. International Journal of Financial Management, 5(2), pp. 23-30.
- Luong, L. P. & Thi Thu Ha, D., 2011. *Behavioral Individual Investors' Decision Making and Performance a Survey at The Ho Chi Minh Stock Exchange*. China: Umeå Univesity.
- Saifuddin Azwar. 2014. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharyadi & Purwanto, S. K. 2004. *Statistika Dasar*. Jakarta: Salemba Empat.