

Analisis Pengaruh Penutupan Tiktok Shop Terhadap Daya Jual Beli UMKM Di Pasar Tradisional

¹Muqoyyimul Hisyam Ar Ridlo, ²Astrid Silpa Ivanka, ³Oktaviani Nur Istiqomah, ⁴Wisnu Aji Saputra

¹Teknik Industri, ²Bisnis Jasa Makanan, ³Hukum, ⁴Sastra Inggris
Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia
Corresponding author: gunawan@unimbone.ac.id

Received : October 12, 2023

Reviewed : October 13, 2023

Accepted : November 21, 2023

Online Published: December 27, 2023

Abstrak: Salah satu platform e-commerce yang populer di Indonesia adalah Tiktok Shop. Penutupan Tiktok Shop menjadi sebuah tantangan bagi pelaku usaha UMKM di Indonesia untuk beradaptasi dengan perkembangan pasar menggunakan sistem digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data dari kuisioner yang dibagikan kepada seratus responden pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi adaptasi pelaku usaha UMKM di Indonesia setelah penutupan Tiktok Shop. Analisis faktor-faktor tersebut ditujukan sebagai data valid untuk menyusun penelitian mengenai keberadaan Tiktok Shop yang dapat berpengaruh terhadap UMKM pasar tradisional di Indonesia. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa keberadaan Tiktok shop tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat daya jual beli UMKM di pasar tradisional.

Kata Kunci: *online, perdagangan, UMKM*

I. Introduction

Revolusi Industri 4.0 yang berkembang pesat menjadikan individu untuk dapat beradaptasi guna mendapatkan kesempatan untuk dapat bertahan hidup. Perkembangan Industri 4.0 memaksimalkan adanya penggunaan akses jaringan yang terkoneksi satu sama lain sehingga memungkinkan akses informasi secara luas oleh seluruh orang. Internet merupakan suatu media yang menghubungkan setiap jaringan pada pos tertentu untuk dapat meneruskan dan mengaitkan satu sama lain. Sistem internet saat ini merupakan hasil dari penyatuan sistem jaringan dan digital dimana setiap informasi yang terhubung dapat ditampilkan secara real time dan visual. Penggunaan sistem internet berbasis digitalisasi menjadi modal utama dalam membangun perkembangan industri di Indonesia.

Perkembangan teknologi digital pada dasarnya berperan untuk mempermudah orang-orang untuk dapat mengembangkan gagasan-gagasan dalam bentuk yang lebih replikatif. Artinya teknologi berperan dalam membantu orang-orang untuk dapat membantu menggambarkan ide atau gagasan secara nyata. Adapun secara konseptual kehadiran teknologi merupakan jembatan antara hasil pemikiran menjadi suatu produk yang dapat membantu orang lain. Tidak adanya batasan akses menjadikan teknologi memiliki perluasan media yang tidak terbatas, artinya setiap orang memiliki hak untuk

dapat menjadi pelaku yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk inovasi-inovasi yang berkelanjutan.

Salah satu yang menjadi perhatian dalam perkembangan revolusi industri adalah dengan adanya perdagangan online, sistem jual beli yang berbasis internet untuk dapat mengakses dan memproses penjualan tanpa adanya pembatas jarak maupun waktu. Perdagangan online atau online shop adalah suatu penemuan yang mendorong kemudahan produsen dan konsumen dalam menjual dan membeli produk.

Penjualan merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba dan mempertahankan usaha. E-Commerce sebagai media penjualan berbasis digital menunjang masyarakat konsumen dalam berbelanja dan memudahkan penjual memasarkan produknya. Media penjualan secara online memanfaatkan internet untuk mengenalkan, menawarkan, menjual, dan membeli produk. Media penjualan online mempercepat waktu pemrosesan dan dapat mengurangi resiko human error sehingga dalam kegiatan operasionalnya, penjualan dapat dilakukan secara efektif dan efisien (Supriyanto, 2023).

Perdagangan online adalah suatu bentuk penerapan teknologi yang aplikatif guna mendukung perekonomian di Indonesia. Teknologi tersebut berupa sistem aplikasi yang memungkinkan

untuk melakukan sistem jual beli produk antara penjual dengan pembeli. Beberapa fitur aplikasi pada sistem digital dianggap mampu untuk mengakomodasi sekaligus menyediakan lahan usaha orang-orang untuk dapat berkreasi menyampaikan ide-ide yang inovatif.

Pengusaha merupakan seseorang yang bisa mengembangkan produk baru atau mencetuskan inovasi guna untuk membangun bisnis dengan konsep baru. Kreatif dan inovatif serta keberanian mengambil resiko adalah keunggulan seorang wirausaha. Beberapa ciri wirausaha lainnya seperti percaya diri, berorientasi pada kinerja, kepemimpinan, kerja keras yang akan mendukung lahirnya sumber daya manusia yang mampu mengelola usaha (Baharuddin, 2021).

Usaha dalam bidang penjualan merupakan tantangan yang harus dihadapi saat ini, meluasnya ilmu pengetahuan dan teknologi menjadikan setiap aspek harus dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi. *Digital Marketing* adalah suatu penamaan yang sering didengar pada masa kini, dimana akses penjualan memanfaatkan sistem jaringan internet yang saling terkoneksi antar wilayah sehingga memungkinkan sistem penjualan produk dapat diakses oleh umum.

Salah satu aplikasi yang berbasis teknologi digital yang tren saat ini adalah Tiktok. Aplikasi Tiktok menyediakan tempat dan fitur yang memungkinkan para kreator untuk dapat membuat suatu postingan yang kreatif dan menarik. Fitur terbaru yang diluncurkan oleh *developer Tiktok* adalah *Tiktok shop*, fitur yang memungkinkan mendukung sistem penjualan produk yang lengkap dengan pendekatan fleksibilitas akses bagi siapapun.

Fitur *Tiktok shop* menjadi suatu peningkatan kualitas aplikasi Tiktok guna mendapatkan target pengguna aplikasi dari berbagai negara. Tiktok shop menyediakan lahan yang kompetitif untuk melakukan sistem jual beli yang produktif dan solutif pada era digital saat ini. Beberapa fitur yang tersedia dalam *Tiktok shop* antara lain *product live promotion, video posts, product live chat, discount time, delivery order, e-payment dan share video posts*.

Fitur-fitur yang canggih pada *Tiktok shop* dapat mulai menggantikan keberadaan pasar tradisional saat ini yang mulai kurang diminati oleh konsumen generasi saat ini. Proses penjualan barang yang tidak terlalu menarik menjadi alasan pasar tradisional mulai ditinggalkan oleh konsumen kemudian lebih memilih untuk membeli produk pada pasar online. Hal tersebut didukung

oleh penggunaan sistem aplikasi internet yang berkembang pesat baik dari segi ekonomi, teknologi maupun pendidikan sehingga mayoritas masyarakat menggantungkan hampir seluruh kebutuhan hidupnya pada sistem internet digital.

Pada kasus perekonomian di Indonesia misalnya penjualan produk pada aplikasi Tiktok shop menuai banyak permasalahan. Hal yang paling menonjol adalah keberhasilan Tiktok shop untuk dapat menarik daya beli konsumen sehingga berpengaruh pada perilaku konsumen terhadap pasar. Perubahan tersebut berupa pola perilaku konsumen yang mulai gemar membeli produk pada online shop sehingga hal tersebut menjadi ancaman bagi pemilik usaha UMKM di pasar tradisional. Menurunnya tingkat pembelian pada pasar tradisional merupakan efek dari eksistensi Tiktok shop yang menyebar luas secara umum. Beberapa penjual yang mampu untuk beradaptasi dengan sistem penjualan digital dapat berinovasi dengan pembukaan lahan usaha pada marketplace lain seperti shopee, tokopedia maupun bukalapak.

Disisi lain, kondisi tersebut menjadi hambatan bagi pemilik usaha UMKM di pasar tradisional atau para pedagang yang menjual produknya di pinggir jalan atau pasar musiman. Kehadiran *Tiktok shop* dianggap menjadi sebuah persaingan yang tidak sehat. Sehingga hal tersebut melatarbelakangi adanya ketimpangan ekonomi sosial antara pemilik usaha *Tiktok shop* dan pemilik usaha UMKM di pasar tradisional.

Ketimpangan sosial tersebut didasari atas perubahan jumlah konsumen yang signifikan pada pasar tradisional dalam kurun waktu selama sebelum adanya Tiktok shop dan setelah adanya *Tiktok shop*. Perubahan jumlah konsumen tentu dipengaruhi oleh adanya *Tiktok shop* yang berkembang pesat di Indonesia.

Untuk dapat berkembang, UMKM harus mampu mengoptimalkan potensi untuk meningkatkan daya saingnya, karena dalam menjalankan usahanya, UMKM akan selalu menghadapi persaingan. Dalam menjalankan bisnisnya, persaingan merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari oleh UMKM. Beberapa masalah yang sering dihadapi UMKM adalah ketersediaan modal, pemasaran, kurangnya pengetahuan dan rendahnya kualitas sumber daya manusianya. Pengetahuan yang dimiliki sumber daya manusia merupakan faktor penting untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Faktor ini merupakan kelemahan terbesar dari usaha mikro kecil dan menengah (Pudyastuti, 2021).

Selain keberadaan *Tiktok shop* yang pesat, faktor strategi pemasaran pada UMKM di pasar tradisional yang kurang variatif dianggap menjadi salah satu penyebab menurunnya jumlah konsumen yang membeli produk. Hal tersebut dipicu karena kurangnya daya kompetitif pedagang/pemilik UMKM dalam mengembangkan usahanya. Pengusaha yang kompetitif akan mendapatkan nilai pasar yang tinggi.

Penelitian, ini bertujuan untuk mengidentifikasi nilai pengaruh signifikansi keberadaan *Tiktok shop* terhadap daya jual beli UMKM di pasar tradisional. Luaran penelitian ini diharapkan menjadi data acuan bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian analisis variabel.

II. Metode

Penelitian dilakukan mulai tanggal 17 November 2023 sampai 22 November 2023 melalui selebaran kuesioner yang dibagikan ke berbagai kalangan pengguna *Tiktok shop*, pemilik UMKM, generasi milenial, mahasiswa dan masyarakat sipil menggunakan media telekomunikasi dan media elektronik seperti handphone. Populasi penelitian ini adalah mencakup masyarakat umum dan mahasiswa yang aktif dalam penggunaan *tiktok shop*. Kuesioner disebarkan kepada 50 sampel orang, kemudian diambil 40 responden sebagai asumsi data yang valid yang mengisi kuesioner dan melakukan analisis dengan data-data yang lengkap serta dapat diolah pada penelitian ini.

Penggunaan penyebaran data melalui angket atau kuesioner yang didesain dengan pertanyaan yang mewakili permasalahan kasus. Kuesioner tersusun atas pertanyaan pertanyaan tertutup mengenai persetujuan pernyataan. Hal tersebut diharapkan dapat menggali informasi responden secara aktif dan dinamis untuk memperoleh keaslian data dan fakta yang tersebar di masyarakat serta bentuk penggalan aspirasi masyarakat melalui kolom saran dan ide kasus *Tiktok shop*. Kuesioner ditujukan kepada umum dan diutamakan kepada pengguna aplikasi *Tiktok* dan pemilik UMKM pasar tradisional. Tujuannya adalah untuk memperoleh jawaban dari sudut pandang pelaku usaha yang terlibat dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat

tertentu, atau bisa disebut dengan penggambaran fenomena secara detail. Metode deskriptif kuantitatif yang digunakan penelitian ini adalah menghitung secara statistik dengan menggunakan kuesioner yang meneliti tentang perbandingan tingkat daya jual beli UMKM di pasar tradisional sebelum dan sesudah penutupan *Tiktok shop*.

Berikut merupakan prosedur analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS 25.

1. Hipotesis

H1 : terdapat pengaruh penutupan *tiktok shop* (X1) terhadap daya jual beli (Y).

H2 : Terdapat pengaruh Jenis UMKM (X2) terhadap daya jual beli (Y).

H3 : Terdapat pengaruh Tingkat pendapatan (X3) terhadap daya jual beli (Y).

H4 : Terdapat pengaruh penutupan *tiktok shop* (X1), Jenis UMKM, Tingkat pendapatan (X3) secara simultan terhadap daya jual beli (Y).

Hipotesis merupakan luaran akhir yang didapat dari pengolahan data. Hipotesis didefinisikan sebagai sifat jawaban setelah dipengaruhi oleh variabel independen. Diatas merupakan hipotesis yang disajikan pada pengolahan data software SPSS. H1 hingga H4 memiliki sifat jawaban dan hubungan yang berbeda-beda.

2. Pengumpulan Data

Data statistik yang diambil adalah mengenai sampling masyarakat terhadap kasus penutupan *Tiktok shop* di Indonesia. Angka statistik tersebut dapat menjadi acuan sebagai suara atau aspirasi masyarakat dalam menghadapi kasus penutupan *Tiktok shop*. Adanya perbedaan jumlah konsumen sebelum dan sesudah penutupan *Tiktok shop* memiliki faktor-faktor tertentu yang dapat diambil persentasenya dalam kuesioner. Artinya faktor tersebut membuat adanya perubahan naik-turun angka daya jual beli UMKM di pasar tradisional.

Perubahan tingkat daya jual beli UMKM di pasar tradisional sebelum penutupan *Tiktok shop* dan sesudah penutupan *Tiktok shop* memiliki angka yang perlu dikaji secara statistik. Hal tersebut guna dapat menjelaskan faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat daya jual beli UMKM di pasar tradisional. Data tersebut juga dapat dipakai untuk melakukan analisis efektivitas penutupan *Tiktok shop* terhadap tingkat daya jual beli UMKM di pasar tradisional, sehingga para pemilik usaha UMKM dapat mengetahui faktor yang paling berpengaruh dalam sensitivitas tingkat daya jual beli UMKM.

3. Penyusunan Data

Teknik analisis data yang dihasilkan menggunakan regresi berganda dengan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Aplikasi pengolahan data yang peneliti gunakan adalah SPSS 25 (Statistical Package for the Social Sciences). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Daya jual beli UMKM (Y), sedangkan variabel bebas penelitian ini ialah Pengaruh Sebelum dan sesudah penutupan Tiktok Shop (X1), Jenis UMKM (X2) dan Tingkat Penghasilan (X3).

SPSS merupakan software aplikasi statistik yang populer bagi praktisi dan mahasiswa. Bagi para mahasiswa SPSS dapat membantu pengolahan data dan pengujian hipotesis untuk berbagai uji dan analisis dalam statistika, seperti uji t, uji F, uji-uji non parametrik, analisis regresi kolerasi, dan analisis multivariat dan lain-lain (Sitopu, 2021).

Aplikasi SPSS adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk melakukan analisis statistik, analisis data, dan analisis big data. SPSS adalah singkatan dari Statistical Package for the Social Sciences, yang berarti paket statistik untuk ilmu sosial. SPSS pertama kali dirilis pada tahun 1968 dan sekarang dimiliki oleh IBM Corporation. SPSS dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti riset pemasaran, riset kesehatan, riset pendidikan, riset ilmu sains, dan lain-lain. SPSS memiliki fitur-fitur dasar seperti statistik deskriptif, statistik bivariat, regresi linear, identifikasi kelompok, dan analisis spasial. SPSS juga dapat diintegrasikan dengan bahasa pemrograman seperti R, Python, dan Microsoft.NET untuk penggunaan lebih lanjut. SPSS adalah aplikasi yang sangat populer di kalangan peneliti dan statistikawan karena kemudahannya dan kecanggihannya dalam mengolah data. Jika Anda ingin mengetahui lebih banyak tentang aplikasi SPSS (Lolang, 2014).

4. Melakukan Analisis Regresi Berganda

Dalam analisis data menggunakan regresi berganda maka tahap dimulai dengan pengumpulan data kemudian membuat uji validitas sebagai bentuk pernyataan bahwa instrumen yang dimasukkan dalam kuesioner memiliki keterkaitan yang erat hubungannya dengan variabel pada topik penelitian. Regresi berganda merupakan analisis data yang bertujuan untuk memperoleh luaran berupa nilai hubungan keeratan antar variabel

yang terlibat dalam penelitian ini. Sehingga analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui besarnya. Nilai yang dihasilkan memiliki standar sebagai acuan apakah data yang dihasilkan bernilai berbeda signifikan atau tidak. Nilai yang berbeda signifikan mendefinisikan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat berpengaruh. Sedangkan nilai yang tidak berbeda signifikan mendefinisikan bahwa variabel independen tidak terlalu berpengaruh terhadap variabel dependen.

Variabel terikat memiliki batasan yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat memiliki nama lain yaitu variabel dependen yang selalu dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen juga dapat didefinisikan sebagai variabel produk dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikat/dependen adalah 1) kondisi UMKM sebelum dan sesudah penutupan tiktok shop, 2) Jenis UMKM dan 3) Tingkat penghasilan/daya jual beli UMKM. Variabel tersebut dipengaruhi oleh variabel independen yaitu Penutupan tiktok shop.

Fungsi analisis regresi berganda pada faktor daya jual beli terhadap penutupan TikTok Shop, jenis UMKM, dan tingkat penghasilan adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap variabel dependen, yaitu penutupan TikTok Shop. Dengan menggunakan analisis regresi berganda, kita dapat menguji hipotesis apakah ada hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan penutupan TikTok Shop, dan seberapa kuat hubungan tersebut. Selain itu, kita juga dapat mengetahui kontribusi masing-masing faktor terhadap variabel dependen, dan apakah ada interaksi antara faktor-faktor tersebut.

Untuk melakukan analisis regresi berganda, kita perlu mengumpulkan data dari sampel yang mewakili populasi yang ingin kita teliti. Data yang dibutuhkan adalah nilai dari variabel dependen (penutupan TikTok Shop) dan variabel independen (daya jual beli, jenis UMKM, dan tingkat penghasilan). Dari hasil pengolahan data, kita dapat memperoleh persamaan regresi berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi, dan uji asumsi klasik. Persamaan regresi berganda adalah bentuk matematis yang menggambarkan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + (b_1 X_1) + (b_2 X_2) + (b_3 X_3) + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (penutupan TikTok Shop)

a = konstanta atau nilai Y ketika semua variabel independen bernilai nol

b1, b2, b3 = koefisien regresi atau nilai kemiringan garis regresi untuk masing-masing variabel independen

X1 = variabel independen pertama (daya jual beli)

X2 = variabel independen kedua (jenis UMKM)

X3=variabel independen ketiga (tingkat penghasilan) e = selisih antara nilai sebenarnya dan nilai yang diprediksi oleh persamaan regresi

Koefisien determinasi adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik persamaan regresi berganda dapat menjelaskan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dapat ditulis sebagai R², yang memiliki nilai antara 0 dan 1. Semakin dekat nilai R² dengan 1, maka semakin baik persamaan regresi berganda dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Sebaliknya, semakin dekat nilai R² dengan 0, maka semakin buruk persamaan regresi berganda dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen.

5. Menginterpretasikan Hasil Regresi Berganda

Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara sistematis dan terstruktur yang berfungsi untuk mendukung pernyataan kesimpulan data. Uji validitas dimaksudkan untuk pengukuran instrumen dan variabel serta ketepatan terhadap target pengukuran. Uji validitas juga dapat menjadi acuan mengenai keakuratan pertanyaan atau pernyataan yang dimasukkan dalam kuesioner yang disebarkan terhadap topik penelitian ini. Nilai validasi harus menyatakan suatu instrumen yang mewakili variabel-variabel tertentu yang terlibat dalam penelitian.

Interpretasi hasil regresi berganda bertujuan untuk membandingkan sigma yang diperoleh dengan nilai alpha sebagai standar sehingga data dapat diidentifikasi apakah data yang diuji memiliki nilai pengaruh terhadap variabel terikat atau tidak.

6. Menyimpulkan Hasil Penelitian

ANOVA two ways merupakan teknik analisis data lanjutan yang bertujuan untuk

memperoleh nilai hubungan antar 2 variabel lebih. Pada penelitian ini, menggunakan ANOVA two ways karena memiliki 3 variabel dependen sehingga diperlukan untuk memperoleh hubungan keterkaitan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai luaran pada ANOVA berupa sigma. Angka sigma akan dibandingkan dengan nilai pembanding berupa alpha. Jika sigma > alpha maka data bersifat tidak beda signifikan. Kemudian penelitian disimpulkan apakah variabel bebas (penutupan tiktok shop, jenis UMKM, Tingkat penghasilan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (daya jual beli), seberapa besar pengaruhnya, dan seberapa baik model regresi tersebut menjelaskan varians dari variabel terikat.

III. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan uji validasi data dan uji T-table coefficient (regresi berganda). Berikut merupakan hasil dan pembahasan variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini.

1. Uji Validasi

Pada penelitian ini uji validasi digunakan untuk mendefinisikan variabel pengaruh sebelum dan sesudah penutupan tiktok shop (X1), jenis UMKM (X2), Tingkat penghasilan (X3) dan Daya jual beli (Y).

2. Uji T table coefficient (regresi berganda)

Pada penelitian ini, digunakan uji analisis regresi berganda dari variabel pengaruh sebelum dan sesudah penutupan tiktok. Berikut merupakan uji T table coefficient (regresi berganda) dalam model summary dan ANOVA:

a. Model Summary

Berikut merupakan model summary menggunakan software SPSS untuk penelitian ini:

Tabel 1.1 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.136 ^a	.018	-.063	.83386

a. Predictors: (Constant), Tingkat Penghasilan, Penutupan Tiktok shop, Jenis UMKM

Berdasarkan tabel model summary maka hasil analisis regresi diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,018 yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas X1

(Penutupan Tiktok Shop), X2 (Jenis UMKM), X3 (Tingkat Penghasilan), terhadap variabel terikat Y (Daya Jual Beli) adalah sebesar 18% sedangkan sisanya 82% dipengaruhi variabel lain.

b. ANOVA two way

Berikut merupakan ANOVA two ways menggunakan software SPSS untuk penelitian ini:

Tabel 1.2 ANOVA two ways

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.468	3	.156	.225	.879 ^b
	Residual	25.032	36	.695		
	Total	25.500	39			

a. Dependent Variable: Daya jual beli

b. Predictors: (Constant), Tingkat Penghasilan, Penutupan Tiktok shop, Jenis UMKM

Berdasarkan tabel ANOVA two ways pada pengolahan data menggunakan software SPSS maka diperoleh data sebagai berikut :

1. Regression

- sum of squares = 0,468
- df = 3,0
- mean square = 0,156
- F = 0,225
- Sigma = 0,879

2. Residual

- sum of squares = 25,032
- df = 36,0
- mean square = 0,695

3. Total

- sum of squares = 25,500
- df = 39,0

Berdasarkan hasil pengolahan data pada ANOVA two ways maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,879 yang mana berarti $> 0,05$. Dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh nilai signifikansi $0,879 > 0,05$, artinya tidak terdapat pengaruh nyata (signifikan) variabel bebas (Penutupan tiktok shop, jenis UMKM, tingkat penghasilan) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Daya jual beli).

c. Coefficients

Berikut merupakan coefficient yang disajikan dalam penelitian ini yang menggunakan variabel 1) penutupan tiktok shop, 2) Jenis UMKM, 3) Daya Jual Beli UMKM.

Tabel 1.3 Coefficient

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.987	.590		3.369	.002
	Penutupan Tiktok shop	-.093	.264	-.058	-.351	.727
	Jenis UMKM	.097	.152	.121	.637	.528
	Tingkat Penghasilan	-.145	.234	-.118	-.620	.539

a. Dependent Variable: Daya jual beli

1. Penutupan Tiktok Shop

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel coefficient maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,727 yang mana berarti $> 0,05$. Dari hasil regresi berganda diatas terdapat nilai signifikansi $0,727 > 0,05$, maka artinya tidak terdapat pengaruh nyata (signifikan) variabel bebas (penutupan tiktok shop) terhadap variabel terikat (Daya jual beli) secara parsial.

2. Jenis UMKM

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel coefficient maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,528 yang mana berarti $> 0,05$. Dari hasil regresi berganda diatas terdapat nilai signifikansi $0,528 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh nyata (signifikan) variabel bebas (Jenis UMKM) terhadap variabel terikat (Daya jual beli) secara parsial.

3. Tingkat Penghasilan

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel coefficient maka diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,539 yang mana berarti $> 0,05$. Dari hasil regresi berganda diatas terdapat nilai signifikansi $0,539 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh nyata (signifikan) variabel bebas (Tingkat Penghasilan) terhadap variabel terikat (Daya jual beli) secara parsial.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diuraikan diatas, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penutupan tiktok shop terhadap daya jual beli UMKM, karena nilai signifikansi sebesar $0,727 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa penutupan tiktok shop tidak mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk UMKM secara online maupun offline.
- Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara jenis UMKM terhadap daya jual beli UMKM, karena nilai signifikansi sebesar

0,528 > 0,05. hal ini menunjukkan bahwa jenis UMKM tidak membedakan tingkat penjualan produk UMKM secara online maupun offline.

3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat penghasilan terhadap daya jual beli UMKM, karena nilai signifikansi sebesar 0,539 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penghasilan tidak mempengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli produk UMKM secara online maupun offline.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (penutupan Tiktok Shop, jenis UMKM, tingkat penghasilan) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (daya jual beli UMKM) dalam konteks penelitian ini.

Referensi

- Bahrudin, E., Sutomo, A., & Abraham, A. (2021). Pemanfaatan Platform Sosial Pada Daerah Karawaci Untuk Meningkatkan Daya Jual Pada Pasar Ikan Hias. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 66-74.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Hananto, A. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dan E-Commerce Sebagai Media Promosi Umkm Di Desa Mekarpoahaci. *Prosiding Konferensi Nasional Penelitian Dan Pengabdian Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(1), 1147-1152.
- Lolang, E. (2014). Hipotesis Nol dan Hipotesis Alternatif. *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 685-695.
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya peningkatan keunggulan bersaing usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota medan di masa pandemi covid-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437-449.
- Ranti, R. F., Nuraini, P., & Firmansyah, R. (2022). Strategi Promosi pada Aplikasi Tiktok Shop untuk Meningkatkan Penjualan UMKM. *JURNAL EKONOMI PERJUANGAN*, 4(2), 76-80. Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey Dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10-16.
- Sitopu, J. W., Purba, I. R., & Sipayung, T. (2021). Pelatihan Pengolahan Data Statistik Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS. *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)*, 1(2), 82-87.
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?. *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), 1-16