



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Pengaruh Penggunaan Marketplace dan Kemudahan Transaksi terhadap Kinerja Penjualan UMKM di Indonesia

¹Elisabeth Nainggolan, ²Silvia Juneta, ³Justin Benedicto

^{1,2,3} Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Sumatera Utara, Indonesia

e-mail: silviajuneta549@gmail.com, justinbenedicto44@gmail.com, elisabeth_golan@yahoo.com

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has encouraged significant changes in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, especially in marketing and sales activities through marketplace platforms. This study aims to examine the effect of marketplace utilization and transaction convenience on the sales performance of MSMEs in Indonesia by applying a literature review approach. The research employs a literature study method using data collected from various scientific references, including SINTA-indexed national journals and relevant international journals. The findings reveal that the use of marketplaces positively contributes to expanding market reach and increasing sales volume. Furthermore, transaction convenience supported by digital payment systems and automated features also plays an important role in improving operational efficiency and customer satisfaction. Overall, both variables significantly influence the improvement of MSME sales performance.

Keywords: Marketplace, Ease of Transaction, Sales Performance, MSMEs.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam aktivitas pemasaran dan penjualan melalui marketplace. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan marketplace dan kemudahan transaksi terhadap kinerja penjualan UMKM di Indonesia dengan pendekatan studi literatur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dengan memanfaatkan berbagai sumber ilmiah, seperti jurnal nasional terindeks SINTA dan jurnal internasional yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan marketplace mampu memberikan dampak positif terhadap perluasan pasar dan peningkatan penjualan. Selain itu, kemudahan transaksi yang didukung oleh sistem pembayaran digital serta fitur otomatisasi turut membantu meningkatkan efisiensi dan kepuasan konsumen. Secara umum, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM.

Kata Kunci: Marketplace, Kemudahan Transaksi, Kinerja Penjualan, UMKM.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada masa digital saat ini telah memberikan pengaruh besar terhadap berbagai bidang kehidupan, khususnya dalam sektor ekonomi dan bisnis. Perkembangan teknologi membuat pola transaksi masyarakat mengalami perubahan dari cara tradisional menuju sistem digital yang dianggap lebih mudah, efektif, dan hemat waktu. Kondisi tersebut turut memengaruhi perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang memiliki kontribusi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaan UMKM berperan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan, serta membantu menjaga kestabilan ekonomi.

Perkembangan internet dan teknologi digital mendorong pelaku UMKM untuk mulai menggunakan platform digital sebagai sarana pengembangan usaha. Salah satu bentuk penerapan teknologi tersebut adalah penggunaan marketplace untuk memasarkan dan menjual produk secara online. Marketplace memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus membuka toko fisik. Selain itu, marketplace juga menyediakan berbagai fitur pendukung seperti promosi produk, pembayaran digital, layanan pengiriman, dan fasilitas komunikasi antara penjual dan pembeli. Dengan adanya marketplace, proses transaksi dapat dilakukan dengan lebih praktis dan efisien sehingga membantu UMKM bersaing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja. Saat ini, konsumen cenderung memilih platform yang menawarkan proses pembayaran yang mudah, aman, dan fleksibel. Kehadiran berbagai metode pembayaran digital seperti transfer bank, e-wallet, mobile banking, dan QRIS memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, sistem pengiriman yang terintegrasi dalam marketplace juga membantu mempercepat distribusi barang kepada pelanggan. Kemudahan dalam bertransaksi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan UMKM.

Kinerja penjualan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu usaha. Kinerja tersebut dapat dilihat dari peningkatan omzet, jumlah pelanggan, volume penjualan, serta kemampuan usaha dalam mempertahankan pertumbuhan penjualan. Dalam konteks UMKM, penggunaan marketplace dan kemudahan transaksi diyakini mampu meningkatkan hasil penjualan karena pemasaran produk dapat dilakukan secara lebih luas dan proses transaksi menjadi lebih efektif. Pemanfaatan teknologi digital juga memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar hingga ke berbagai daerah bahkan mencapai pasar internasional.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Walaupun demikian, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan marketplace dan teknologi digital secara optimal. Beberapa kendala yang masih dihadapi antara lain rendahnya literasi digital, keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, serta minimnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital. Sebagian pelaku usaha juga masih mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur marketplace dan sistem pembayaran digital. Hal tersebut menyebabkan pemanfaatan marketplace belum sepenuhnya memberikan dampak maksimal terhadap peningkatan penjualan usaha. Selain itu, persaingan bisnis di pasar digital yang semakin tinggi juga menjadi tantangan bagi UMKM karena banyak pelaku usaha menawarkan produk yang serupa. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar tetap mampu bersaing. Kemudahan transaksi saja tidak cukup tanpa didukung kualitas produk, pelayanan yang baik, dan promosi yang menarik.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian yang membahas pengaruh penggunaan marketplace dan kemudahan transaksi terhadap kinerja penjualan UMKM. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi marketplace dan kemudahan transaksi dalam meningkatkan penjualan usaha. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi bisnis berbasis digital. Dengan memahami pengaruh penggunaan marketplace dan kemudahan transaksi, pelaku usaha diharapkan dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih optimal guna meningkatkan penjualan dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan mengumpulkan berbagai referensi yang berasal dari jurnal ilmiah, artikel, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan marketplace, kemudahan transaksi, dan kinerja penjualan UMKM. Melalui metode tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antarvariabel serta faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan usaha.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Marketplace

Marketplace adalah media berbasis digital yang digunakan untuk menghubungkan penjual dan pembeli dalam satu sistem online. Kehadiran marketplace memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menawarkan dan menjual produk kepada konsumen tanpa perlu membuka atau memiliki toko secara fisik. Menurut (Outland & Lee, 2018), Marketplace merupakan salah satu bentuk e-commerce yang menyediakan sarana dan sistem pendukung untuk melakukan transaksi secara digital. Berbagai



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



penelitian menjelaskan bahwa pemanfaatan marketplace mampu membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pemasaran kepada konsumen yang lebih luas.

Kemudahan Transaksi

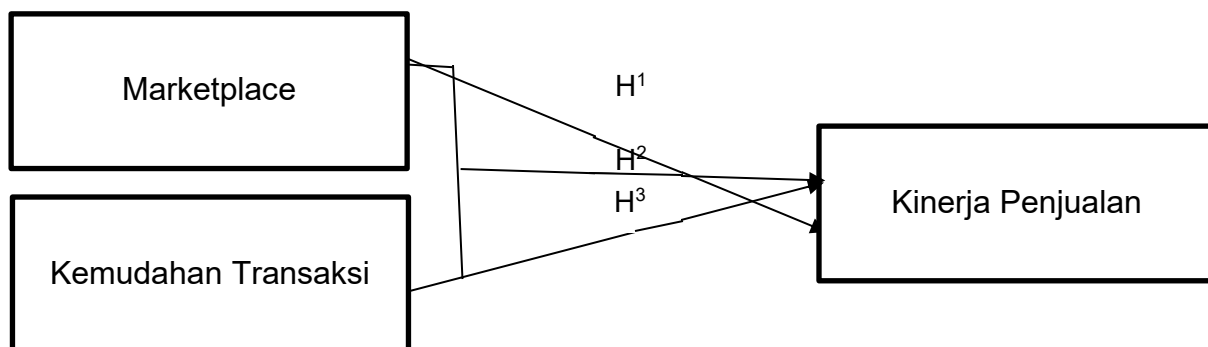
Kemudahan transaksi dapat diartikan sebagai kemudahan yang diperoleh pengguna dalam melakukan kegiatan pembelian, pembayaran, sampai proses pengiriman produk. Kehadiran sistem pembayaran digital seperti e-wallet dan transfer bank membantu mempercepat transaksi serta memberikan rasa nyaman dan efisiensi bagi konsumen. Menurut (Bone, 2025), berapa penelitian menyatakan bahwa kemudahan pembayaran dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor kemudahan tersebut menjadi salah satu alasan yang mendorong konsumen untuk melakukan transaksi pembelian.

Kinerja Penjualan

Kinerja penjualan adalah ukuran keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan aktivitas penjualan yang dapat diketahui melalui peningkatan omzet, banyaknya produk yang berhasil dijual, serta bertambahnya konsumen. Dalam dunia bisnis digital, kemampuan memanfaatkan teknologi turut memengaruhi perkembangan dan hasil penjualan usaha. Menurut (Puspitasari & Hidayat, 2024) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memanfaatkan teknologi digital memiliki tingkat penjualan yang lebih meningkat dibandingkan usaha yang masih menggunakan cara konvensional.

Berdasarkan uraian di atas dan hasil penelitian sebelumnya, variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar kerangka penelitian, yaitu:

Gambar 1. Kerangka Pemikiran





Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H¹ : Pengaruh Kemudahan Marketplace terhadap Kinerja Penjualan UMKM di Indonesia

H² : Kemudahan Transaksi terhadap Kinerja Penjualan UMKM di Indonesia

H³ : Pengaruh Kemudahan Marketplace dan Kemudahan Transaksi terhadap Kinerja Penjualan UMKM di Indonesia

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai metode studi literatur (literature review) dengan cara mengumpulkan serta menganalisis berbagai sumber ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian.

Sumber Data

Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah nasional maupun internasional serta artikel ilmiah yang diakses melalui database akademik, salah satunya Google Scholar.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi, yaitu melalui pengumpulan dan penelaahan berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

Teknik Analisis Data

Proses analisis dilakukan dengan cara mengklasifikasikan literatur berdasarkan topik pembahasan, kemudian membandingkan hasil penelitian terdahulu dan menyusun kesimpulan dari pola-pola yang ditemukan dalam berbagai sumber.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Tabel 1. ringkasan Temuan Penelitian

No	Author, Tahun	Hasil Riset (dari Abstrak kesimpulan)	Persamaan dengan Riset ini	Perbedaan dengan Riset ini
1	(Muh et al., n.d.)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-commerce dan e-payment terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Rappocini, Kota Makassar. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu karena sama-sama membahas pengaruh e-commerce dan e-payment terhadap penjualan UMKM menggunakan metode kuantitatif. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, fokus pada UMKM kuliner, serta hasil penelitian yang menunjukkan bahwa e-payment lebih dominan memengaruhi peningkatan penjualan.	Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang membahas pemanfaatan e-commerce dan e-payment dalam meningkatkan kinerja serta penjualan UMKM melalui metode penelitian kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini terdapat pada lokasi penelitian yang dilakukan di Kecamatan Rappocini Kota Makassar, dengan objek penelitian UMKM di bidang kuliner. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-payment memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap peningkatan penjualan UMKM.
2	(Octavia, 2020)	Penelitian ini membahas mengenai pengaruh penggunaan e-commerce, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha UKM di Provinsi Jambi. Berdasarkan hasil penelitian, ketiga faktor tersebut terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja bisnis UKM. Kehadiran e-	Penelitian ini memiliki kemiripan dengan penelitian sebelumnya, yaitu sama-sama meneliti pengaruh e-commerce terhadap peningkatan penjualan dan kinerja UMKM menggunakan pendekatan kuantitatif.	Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena tidak hanya membahas e-commerce, tetapi juga menambahkan variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar. Selain itu, penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM-PLS dengan cakupan



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



		commerce juga membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar, meningkatkan jumlah penjualan, serta mempermudah konsumen untuk mengakses produk dan jasa yang ditawarkan.		responden yang lebih luas, yaitu sebanyak 250 UKM yang berada di Provinsi Jambi.
3	(Bukama et al., 2017)	Penelitian ini meneliti dampak penggunaan e-commerce dan e-payment terhadap kinerja UMKM di Kelurahan Penanggungan. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa e-commerce mampu meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan, sedangkan e-payment tidak memberikan pengaruh secara langsung. Walaupun begitu, kedua variabel tersebut secara simultan tetap berkontribusi positif terhadap perkembangan kinerja UMKM.	Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya karena keduanya sama-sama membahas pengaruh penerapan e-commerce dan e-payment terhadap kinerja UMKM melalui metode kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari lokasi penelitian yang dilakukan di Kelurahan Penanggungan, metode analisis yang menggunakan regresi linear berganda, serta hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel e-payment tidak memiliki pengaruh signifikan secara individu terhadap kinerja UMKM.
4	(Kalam, n.d.)	Penelitian ini membahas mengenai pengaruh marketplace dan sistem pembayaran digital terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kota Banjarmasin. Berdasarkan hasil penelitian, marketplace dan pembayaran digital terbukti memberikan pengaruh positif secara individu maupun bersama-sama terhadap penjualan UMKM. Penggunaan kedua teknologi tersebut membantu pelaku usaha dalam	Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu karena keduanya sama-sama mengkaji pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap peningkatan penjualan serta kinerja UMKM melalui metode penelitian kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari variabel yang digunakan, yaitu marketplace dan pembayaran digital, dengan lokasi penelitian yang dilakukan di Kota Banjarmasin. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan jumlah responden yang cukup banyak, yaitu sebanyak 180 pelaku UMKM.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



		mempermudah transaksi serta memperluas pemasaran produk kepada konsumen.		
5	(Silvia et al., 2022)	Penelitian ini mengkaji pengaruh sistem informasi akuntansi dan e-commerce terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, namun dengan arah negatif. Hal ini disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara maksimal.	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu karena sama-sama membahas pengaruh penggunaan teknologi digital terhadap kinerja UMKM dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari variabel yang digunakan, yaitu sistem informasi akuntansi dan e-commerce, dengan lokasi penelitian yang dilakukan di Kota Bandar Lampung. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memberikan pengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.
6	(Science, n.d.)	Penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan e-commerce oleh UMKM di Jember dalam upaya mengembangkan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce mampu membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan pemasaran, memperluas jangkauan pasar, mengurangi biaya promosi, serta meningkatkan	Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya karena keduanya sama-sama membahas penggunaan e-commerce sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan dan perkembangan kinerja UMKM.	Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan dilakukan pada UMKM di Jember. Selain itu, penelitian ini lebih menekankan pada analisis manfaat penggunaan e-commerce serta kendala yang dihadapi



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



		penjualan dan daya saing usaha. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala, seperti tingginya persaingan bisnis online dan keterbatasan infrastruktur internet.		pelaku UMKM dalam penerapannya.
7	(S, 2025)	Penelitian ini mengkaji pengaruh penggunaan e-commerce dan QRIS terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM di Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif serta kinerja penjualan UMKM, baik secara langsung maupun melalui peran mediasi keunggulan kompetitif.	Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya karena keduanya sama-sama mengkaji penerapan teknologi digital, khususnya e-commerce dan sistem pembayaran digital, sebagai faktor yang berperan dalam meningkatkan kinerja serta penjualan UMKM.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari penggunaan QRIS sebagai variabel pembayaran digital serta adanya penambahan variabel mediasi berupa keunggulan kompetitif. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada UMKM di Jawa Barat dengan jumlah responden yang lebih banyak dibandingkan penelitian sebelumnya.
8	(Wahyudin et al., 2022)	Penelitian ini mengkaji pemanfaatan e-commerce dan QRIS sebagai sistem pembayaran digital dalam meningkatkan kinerja penjualan UMKM di Belitung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce dan QRIS memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif maupun kinerja penjualan UMKM. Dengan adanya teknologi digital tersebut, pelaku usaha dinilai lebih mampu bertahan dan	Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya karena keduanya sama-sama membahas peran e-commerce dan pembayaran digital dalam meningkatkan kinerja maupun penjualan UMKM melalui metode penelitian kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari adanya variabel keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi, fokus penelitian yang dilakukan pada UMKM di Belitung, serta penggunaan QRIS sebagai sistem pembayaran digital utama dalam penelitian tersebut.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



		berkembang pada era digital setelah pandemi.		
9	(Nugraha et al., 2025)	Penelitian ini mengkaji pengaruh financial technology, media sosial, dan e-commerce terhadap peningkatan penjualan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Pemanfaatan teknologi digital tersebut dinilai mampu memperluas jangkauan pasar, memudahkan proses transaksi, serta meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen.	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu karena sama-sama membahas pengaruh pemanfaatan teknologi digital, seperti e-commerce dan sistem pembayaran digital, terhadap peningkatan kinerja serta penjualan UMKM.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari adanya penambahan variabel media sosial dan financial technology, penggunaan metode analisis SmartPLS, serta objek penelitian yang berfokus pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan jumlah responden yang lebih banyak.
10	(Nur et al., 2025)	Penelitian ini mengkaji pengaruh strategi pemasaran dan penggunaan e-commerce terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Kota Medan dalam perspektif syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja bisnis UMKM. Selain itu, penerapan prinsip syariah dinilai mampu memperkuat hubungan tersebut sehingga kegiatan usaha tidak hanya berfokus pada keuntungan,	Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu karena sama-sama mengkaji pengaruh penggunaan e-commerce terhadap peningkatan kinerja dan penjualan UMKM melalui pendekatan kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari adanya penambahan variabel strategi pemasaran serta prinsip syariah sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada UMKM kuliner di Kota Medan dengan fokus penelitian yang lebih menekankan penerapan etika bisnis syariah dalam proses digitalisasi usaha.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



		tetapi juga memperhatikan etika bisnis.		
11	(Asisa et al., 2022)	Literasi keuangan dan kemudahan pembayaran digital memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap performa UMKM di Kota Makassar, baik secara terpisah maupun bersamaan. Semakin tinggi pengetahuan pelaku UMKM tentang pengelolaan keuangan dan semakin gampang menggunakan layanan pembayaran digital, maka kinerja usaha pun akan semakin baik.	Penelitian ini memiliki kesamaan, yaitu keduanya membahas elemen yang memengaruhi performa UMKM di Kota Makassar melalui pendekatan penelitian kuantitatif. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa pemahaman finansial dan kemudahan dalam pembayaran digital sama-sama memberikan dampak positif dan signifikan terhadap performa UMKM.	Perbedaannya, pemahaman keuangan menitikberatkan pada kompetensi dalam mengelola keuangan usaha, sementara kemudahan pembayaran digital menekankan pada kenyamanan transaksi yang menggunakan teknologi. Dampak dari pembayaran digital juga lebih signifikan daripada pemahaman keuangan terhadap performa UMKM.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Penggunaan Marketplace terhadap Kinerja Penjualan

Berdasarkan hasil studi literatur, penggunaan marketplace terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM. Marketplace membantu pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan tingkat keterlihatan produk di pasar digital. Selain itu, adanya fitur pendukung seperti promo diskon, gratis ongkir, dan iklan online juga mampu menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan marketplace dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM (Studi et al., 2023).

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kinerja Penjualan

Kemudahan transaksi terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sistem pembayaran yang cepat dan aman mendorong konsumen untuk



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



melakukan pembelian secara berulang. Kemudahan dalam proses checkout, variasi metode pembayaran, serta integrasi logistik memberikan pengalaman belanja yang lebih efisien. Penelitian Sari & Zaerofi (2025), menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran meningkatkan Keputusan pembelian.

Pengaruh Secara Simultan

Secara keseluruhan, pemanfaatan marketplace serta adanya kemudahan dalam bertransaksi memberikan dampak positif yang cukup kuat terhadap peningkatan hasil penjualan UMKM. Kedua hal tersebut saling melengkapi dalam menciptakan lingkungan bisnis digital yang dapat membantu perkembangan dan keberlangsungan usaha.

Pelaku UMKM yang dapat memanfaatkan marketplace dan kemudahan transaksi dengan baik umumnya memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan omzet serta memperkuat daya saing usahanya. Hal ini didukung oleh penelitian (Puspitasari & Hidayat, 2024) mengenai digitalisasi UMKM.

E. KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari hasil studi literatur yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa penggunaan marketplace memiliki pengaruh yang baik terhadap peningkatan kinerja penjualan UMKM. Kemudahan dalam proses transaksi juga mampu mendorong meningkatnya kepuasan serta keputusan pembelian konsumen. Secara bersamaan, kedua faktor tersebut memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan penjualan usaha. Oleh sebab itu, pelaku UMKM diharapkan dapat memanfaatkan marketplace dengan lebih efektif serta meningkatkan pemahaman mengenai teknologi digital agar mampu menghadapi persaingan bisnis di era modern. Selain itu, penelitian berikutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh hasil yang lebih akurat mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti.

Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM sebaiknya lebih mengoptimalkan penggunaan marketplace dan teknologi digital untuk memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan penjualan usaha. Selain itu, kemampuan dalam memahami teknologi digital dan sistem transaksi online juga perlu ditingkatkan agar proses bisnis dapat berjalan dengan lebih mudah, cepat, dan efisien. Dukungan dari pemerintah maupun



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



pihak terkait juga sangat diperlukan melalui program pelatihan, pendampingan, dan penyediaan fasilitas digital guna membantu UMKM menghadapi persaingan di era ekonomi digital. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau menambahkan variabel lain seperti penggunaan media sosial, QRIS, serta loyalitas pelanggan agar memperoleh hasil penelitian yang lebih lengkap dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). *Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar*. 3(1), 23–50.
- Bone, B. K. (2025). *Pengaruh E-Commerce dan Keputusan Pembelian Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Kecamatan*. 3, 1–14.
- Bukama, S., Hanggara, B. T., & Syawli, A. (2017). *Pengaruh Adopsi E-commerce dan E-payment terhadap Kinerja UMKM di Kelurahan Penanggungan*. 1(1), 1–8.
- Kalam, A. L. (n.d.). *PENGARUH MARKETPLACE DAN PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI KOTA BANJARMASIN* Nida Putri Rahmayanti. 10(1), 28–37.
- Muh, A., Ramadhan, R., Bakri, R., Rukka, R. M., Hardiyanti, S., & Viantika, N. M. (n.d.). *“Determinants of MSME Sales Performance: Evidence from E -Commerce and E-Payment Adoption in Rappocini District, Makassar City.”* 145–155.
- Nugraha, R. A. Z., Nurrahman, A., & Saputri, A. (2025). *on Accounting Literature Unveiling Effectiveness Factors in Enhancing Sales Performance of MSMEs in Yogyakarta Special Region*. 3(2), 148–164. <https://doi.org/10.22219/jameela.v3i2.40430>
- Nur, R., Ridwan, M., & Syahriza, R. (2025). *THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY AND THE USE OF E- COMMERCE TECHNOLOGY ON IMPROVING BUSINESS PERFORMANCE FROM A SHARIA PERSPECTIVE : A CASE STUDY CULINARY INDUSTRY (UMKM) IN MEDAN CITY*. 09(03), 1739–1742.
- Octavia, A. (2020). *Asian Economic and Financial Review IMPACT ON E-COMMERCE ADOPTION ON ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND MARKET ORIENTATION IN BUSINESS* Keyword s. 10(5), 516–525. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.516.525>
- Outland, J., & Lee, J. K. (2018). *Electronic Commerce 2018*.



Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



- Puspitasari, N., & Hidayat, N. (2024). *Mendorong Kinerja UMKM Kuliner Pontianak Go Digital: Peran Literasi Digital dan Entrepreneur Literacy Encouraging Pontianak Culinary MSMEs to Go Digital: The Role of Digital Literacy and Entrepreneur Literacy*. 11, 47–58. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v11i3.690>
- S, D. G. (2025). No Title. 8(1), 1157–1178.
- Sari, N., & Zaerofi, A. (2025). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kecepatan Transaksi , dan Keamanan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS The Effect of Perceived Ease of Use , Transaction Speed , and Transaction Security on Consumer Satisfaction in Making Payments Using QRIS*. 6(2).
- Science, E. (n.d.). *The analysis of e-commerce utilization in Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) at Jember The analysis of e-commerce utilization in Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) at Jember*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/485/1/012037>
- Silvia, D., Sari, M. S., & Salma, N. (2022). *Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM Di Kota Bandar Lampung*. 1(2), 119–128.
- Studi, P., Informasi, S., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Pada Kedai Joglo Bolo Seno*. 2(1), 47–56.
- Wahyudin, N., Herlissha, N., & Aldiesi, D. R. (2022). *The Utilization of E-Commerce and QRIS as Digital Payment Tools to Improve Sales Performance through Competitive Advantage in MSME*. 7, 134–147.