

Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Serang

Dina Aulia¹, Ahmad Hidayatullah², Evendi Evendi³, Muhamad Riski⁴, Riki Gana Suyatna⁵

¹⁻⁵Universitas Primagraha

Abstract. *This research was conducted with the aim of finding out how economic development is Digital and factors that influence the income of MSME business actors in Serang City. Method The research used is qualitative descriptive research, the data collection method is through observation, interviews, questionnaires and documentation. The informants in this research are MSME business actors in Serang , there are approximately 10,321 MSMEs from various types of businesses spread across Serang Jaya City as research objects. The results of this research show there is a positive and significant partial influence of the digital economy on perpetrators' income MSME businesses in Serang. Meanwhile, factors that support and hinder the MSME sector in the digital economy perspective, namely the ability to know how to use technological media which is a supporting indicator of the success of the digital economy.*

Keywords: *Digital Economy, MSME Income, Serang City.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Perkembangan Ekonomi Digital dan faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Serang. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di Kota Serang yang berjumlah terdapat sebanyak kurang lebih 10.321 UMKM dari berbagai jenis usaha yang tersebar di Kota Serang sebagai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh ekonomi digital secara persial yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Serang. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi digital.

Kata kunci: Ekonomi Digital, Pendapatan UMKM, Kota Serang.

LATAR BELAKANG

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran.

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong entrepreneurship untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2022 melansir sebanyak kurang lebih 10.321 usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dan Kementerian Komunikasi dan Informatika terus meningkatkan jumlah pelaku UMKM agar dapat menjual barangnya secara online bekerja sama dengan e-commerce dengan program 8 Juta UMKM Go Online, sehingga pemerintah berharap dapat mempercepat digitalisasi UMKM di Indonesia . Namun sayangnya, literasi digital di Indonesia masih sangat rendah. Indonesia menempati urutan ke 10 negara

Received Desember 20, 2023; Accepted Januari 18, 2024; Published Maret 24, 2024

* Dina Aulia

terbawah terkait kemampuan literasi digital berdasarkan Survei Programme for International Student Assessment (PISA) . Fakta lainnya adalah Banten merupakan pengguna transaksi online terendah ke 2 di pulau jawa, hal ini dikarenakan dikarenakan pola perilaku masyarakat, tingkat edukasi masyarakat, dan jumlah penduduk Provinsi Banten yang cukup besar,” (Redaksi, 2022). Provinsi Banten yang merupakan salah satu provinsi termuda di Indonesia jumlah UMKM menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Banten tercatat 157.599 (BPS, 2022). Kota Serang, sebagai ibukota provinsi Banten, belum mendapatkan posisi yang terbaik dalam hal jumlah UMKM, jumlahnya jauh tertinggal dari kabupaten lebak atau kabupaten Tangerang. Perkembangan UKM nya pun masih relatif lambat. Berikut di tampilkan tabel jumlah UMKM di tiap tiap kota dan kabupaten yang berada di provinsi Banten;

Tabel 1 Jumlah UMKM

No	Kabupaten/Kota	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah	Jumlah UMKM
1	Kabupaten Lebak	49.498	825	15	50.338
2	Kabupaten Tangerang	41.155	0	0	41.155
3	Kabupaten Serang	22.667	3.958	284	26.909
4	Kota Tangerang	11.079	633	34	11.746
5	Kota Cilegon	6.446	100	0	6.546
6	Kota Serang	6.495	3.595	222	10.321
7	Kota Tangerang Selatan	7.094	2.488	0	9.582
8	Kabupaten Pandeglang	900	100	2	1.002
TOTAL					157.599

Sumber : Data BPS Provinsi Banten diakses tahun 2022

Ekonomi digital merupakan kegiatan usaha yang nyata dimana teknologi dan platform digital merupakan kunci utama dalam meningkatkan produktifitas, meminimalkan konsumsi bahan dan sumber daya serta dapat meningkatkan kualitas barang Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kota Serang saat ini yaitu penggunaan media sosial berbasis internet atau biasa dikenal dengan perdagangan online. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kota Serang mempromosikan produk mereka melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smarphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak disosial media sekarang seperti yang sering kita lihat pada aplikasi Facebook, Instagram, dan Tiktok Shop adalah tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain.

KAJIAN TEORITIS

Studi tentang pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Serang telah menjadi fokus perhatian. Dalam konteks ini, terdapat beberapa temuan kajian teoritis yang relevan. Pertama, pemerintah Indonesia menargetkan agar 30 juta pelaku UMKM masuk dalam ekosistem digital pada tahun 2024. Kedua, terdapat penelitian yang menggunakan model pertumbuhan konvergensi untuk melihat pengaruh inklusi keuangan dan teknologi informasi terhadap perkembangan ekonomi digital. Selain itu, peran ekonomi digital dalam peningkatan pertumbuhan UMKM telah diakui, namun masih terdapat tantangan dalam mengadopsi konsep digital. Terdapat pula temuan bahwa digitalisasi sektor UMKM dapat menjadi kunci untuk mengoptimalkan bisnis, terutama melalui komunikasi pemasaran secara digital. Selain itu, perkembangan ekonomi digital memungkinkan munculnya model bisnis baru yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi digital memiliki dampak yang signifikan terhadap UMKM, namun juga menimbulkan tantangan yang perlu diatasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini subyek adalah UMKM di Kota Makassar yang memiliki kriteria sebanyak kurang lebih 10.321 pelaku usaha. Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik proportionate stratified random sampling, sampel dari populasi yang dipilih secara acak dan proporsional.

Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data dan informasi yang memungkinkan untuk menganalisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pernyataan berbentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data. Survey dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden pelaku usaha UMKM di Kota Serang. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert. Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk menyimpulkan, mengelolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah memahami objek dari penelitian tersebut. Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis dengan aplikasi yaitu SPSS. Namun, sebelum data tersebut dianalisis penulis perlu menguji apakah data tersebut valid dan variabel. Adapun uji

yang dilakukan adalah analisis regresi linier sederhana. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. berikut adalah penjelasan variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu: variabel bebas (X) adalah Ekonomi Digital dan variabel terikat (Y) adalah Pendapatan UMKM. Uji signifikan parsial (Uji T), uji ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas dan variabel terikat secara parsial (individu). dengan kata lain, pengujian ini dilakukan untuk melihat keberartian masing-masing variabel secara terpisah (parsial) terhadap variabel tidak bebas. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table dengan tingkat kesalahan (a) sebesar lima persen (5%) dan derajat sebaran atau degree of freedom (df) sebesar n-k-1, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{table}$ = H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{table}$ = H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel bebas tersebut tidak signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linear Sederhana

Tabel 2 Regresi Linear Sederhana

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t
		B	Std. Error	d Coefficients	
1	(Constant)	9.863	3.093		3.189
	Ekonomi Digital	.861	.090	.702	9.546

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber: data diolah (2019)

Hasil dari analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada table 2 di atas. Adapun hasil perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 9.683 ini menunjukkan apabila variabel ekonomi digital mengalami peningkatan 1%, maka variabel pendapatan juga akan mengalami peningkatan sebesar 9.683%.
- b. Koefisien regresi pada variabel independen yaitu ekonomi digital bertanda positif 0,861 artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan ekonomi digital maka perndapataan mengalami peningkatan sebesar 0,861%. Maksud dari hasil penelitian

koefisien regresi bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara ekonomi digital dengan pendapatan.

Tabel 3 Uji T

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.863	3.093		3.189	.002
	Ekonomi Digital	.861	.090	.702	9.546	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Berdasarkan hasil perhitungan dimana nilai signifikan ekonomi digital 0,000, dari α 0,05 dan diketahui nilai t hitung 9,546 > dari t table 1,986., maka ekonomi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Makassar. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 Ditolak.

Subjudul Kesatu

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kesatu.

1. Sub-Sub judul

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul.

a) Sub-sub-subjudul

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

Sub judul Kedua

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kedua.

1. Sub-Sub judul

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul.

a) Sub-sub-sub judul

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis mengenai pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Serang, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ekonomi digital (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM di Kota Serang. Dengan dibuktikan nilai signifikan ekonomi digital secara parsial dan uji

signifikan parametric individual (ujji t) sebesar $0,000 < \text{dari } a = 0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai t hitung yaitu sebesar $9.546 > \text{dari } t \text{ table } 1,986$.

Saran bagi para pelaku usaha seperti yang telah dijelaskan, bahwa perkembangan ekonomi digital merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu usaha untuk itu diperlukan peningkatan pengetahuan mengenai ekonomi digital bagi para pelaku usaha sehingga dalam menjalankan usahanya terjadi peningkatan dalam segi pengalokasian pendapatan yang baik untuk usaha kedepannya dan juga dengan lebih menguasai teknologi digital yang sedang berkembang agar dapat menarik pelanggan dari berbagai daerah dan lebih efisien dalam mempromosikan produnya. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya yang digunakan untuk penelitian ini hanya dua variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan perkembangan ekonomi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

Setyanto, Alief Rakhman. 2016. Kajian strategi pengembanagn UMKM melalui media sosial.(https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=ekonomi+digital+terhadap+umkm&btnG=, diakses 30 januari 2019)

Burhan, F. (2022). “Transaksi E-Commerce Naik 400%, Kominfo Latih 2.500 UMKM Jualan Online.” https://Kominfo.Go.Id/Content/Detail/30110/Transaksi-e-Commerce-Naik-400-Kominfo-Latih2500-Umkm-Jualan-Online/0/Sorotan_media.

Eka, AG. “Digitalisasi masyarakat. Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi digital dan masyarakat informasi”. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No. 2

Artikel Prosiding

Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).

Working Paper

Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Belair, A. R. (2003). *Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. Dissertation.* Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.

Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.

Buku Teks

Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution.* New Jersey: Pearson Education, Inc.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016.* Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari <https://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326>.

Artikel Surat Kabar/Majalah

Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)

StatSoft, Inc. (1997). *Electronic Statistic Textbook.* Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.

(Rusman, 2011).