

Pengaruh *Electronic Commerce (E-Commerce)* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar

Ummi Kalsum¹, Andi Gunawan Ratu Chakti², Rahmi Tria³

^{1,2,3}Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar

¹ummi.bdg20@itbmpolman.ac.id*, ²andigunawan@itbmpolman.ac.id, ³rahmitria@itbmpolman.ac.id

Abstrak

E-Commerce di Indonesia berkembang pesat, memberikan dampak positif bagi pelaku usaha, konsumen, dan masyarakat, meskipun penyebarannya belum merata di seluruh wilayah. Bagi pelaku UMKM, *E-Commerce* menjadi strategi penting untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta meminimalkan biaya promosi. *E-Commerce* juga berperan dalam meningkatkan kesadaran terhadap produk lokal dan mendorong inovasi dalam menghadapi persaingan pasar. Di Kecamatan Wonomulyo, banyak pelaku UMKM yang memanfaatkan *E-Commerce* untuk meningkatkan pendapatan dengan menjangkau konsumen secara lokal maupun global. Faktor-faktor seperti sumber daya manusia, infrastruktur internet, dan ketenagalistrikan memengaruhi efektivitas pemanfaatan *E-Commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Commerce (E-Commerce)* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar, serta memberikan gambaran strategis mengenai peran *E-Commerce* dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di era digital. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *E-Commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Wonomulyo. Hal dilihat dari omzet penjualan, jumlah pelanggan, dan jumlah pendapatan sebagai sarana untuk melakukan pemasaran produk dan kegiatan transaksi jual beli setelah memanfaatkan *E-Commerce* untuk kegiatan usaha bagi pelaku UMKM.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Peningkatan Pendapatan, UMKM, Wonomulyo

Korespondensi Email : ummi.bdg20@itbmpolman.ac.id

Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.59903/ebusiness.v4i2.117>

Diterima Redaksi : 04-01-2025 | **Selesai Revisi** : 25-01-2025 | **Diterbitkan Online** : 31-01-2025

1. Pendahuluan

E-Commerce di Indonesia tidak tersebar secara merata, setiap wilayah memiliki jumlah penjual serta komoditas yang berbeda-beda. Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia semakin pesat memiliki dampak positif baik bagi pebisnis, konsumen maupun masyarakat. Bagi pebisnis, *E-Commerce* memiliki dampak positif berupa pengurangan biaya operasional dan dapat memperlebar pangsa pasar, sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan dan lebih mudah dalam hal pengembangan bisnis. Perkembangan *E-Commerce* sangat dipengaruhi oleh tingkat perkembangan wilayah di mana beberapa faktor yang sangat menentukan perkembangan *E-Commerce* di Indonesia diantaranya adalah sumber daya manusia yang tercermin dari indeks pembangunan manusia (IPM), infrastruktur jaringan internet serta infrastruktur ketenagalistrikan. (Widagdo 2016) Gula merah kelapa merupakan salah satu bahan yang berperan dalam industri pangan, baik pada tingkat rumah tangga kecil, industri menengah, maupun industri besar, sehingga memberikan peluang besar untuk meningkatkan perekonomian daerah (Mustaqim, 2019)

Strategi yang digunakan oleh usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk mengembangkan dan meningkatkan daya saing mereka diperlukan agar mereka dapat berperan dalam perkembangan ekonomi di era digital. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh UMKM adalah menggunakan *E-Commerce*, yang dapat membantu mereka dalam memperoleh kualitas informasi yang lebih baik dan menempatkan mereka di posisi pasar yang lebih luas dimasyarakat, yang membuka peluang bisnis yang lebih besar untuk meningkat Dengan *E-Commerce*, pelaku

UMKM dapat memperluas jangkauan bisnis mereka dengan memiliki situs web yang memungkinkan mereka menjangkau pelanggan di luar wilayah lokal mereka. Selain itu, *E-Commerce* membuat masyarakat lebih memahami banyak produk lokal, sehingga dapat dikatakan bahwa *E-Commerce* menawarkan jalan baru bagi pengusaha untuk memasarkan produk dan jasa mereka. *E-Commerce* dianggap dapat memberikan pelayanan yang lebih responsif, meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, *E-Commerce* dapat meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tentang persaingan dan perubahan pasar, yang dapat mendorong inovasi produk atau layanan yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan pendapatan bisnis (Aprilyan & Sasanti, 2022).

Kecamatan Wonomulyo sendiri banyak masyarakat pelaku UMKM yang melakukan penjualan secara online atau menggunakan *E-Commerce*, hal ini dikarenakan masyarakat sudah sadar akan dampak positif dari penjualan menggunakan media yang bisa menjangkau konsumen baik konsumen dekat atau konsumen seluruh Indonesia bahkan bisa menjangkau seluruh dunia. Hal ini tentu saja memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan pendapatan para pelaku UMKM. Selain itu dengan adanya *E-Commerce* ini para pelaku UMKM bisa meminimalisir pengeluaran untuk promosi dan lainnya. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti di Kecamatan Wonomulyo dengan judul penelitian “Pengaruh *Electronic Commerce (E-Commerce)* Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar.

Elektronik E-Commerce merujuk pada aktivitas jual-beli barang melalui internet. Ini meliputi proses pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, layanan, dan informasi melalui jaringan komputer. *E-Commerce* adalah bagian dari *e-bisnis*, yang melibatkan aspek lebih luas seperti kemitraan bisnis, layanan pelanggan, dan perekrutan tenaga kerja. Selain teknologi web, *E-Commerce* juga memanfaatkan teknologi database, email, sistem pengiriman barang, dan metode pembayaran elektronik.

2. Metode Penelitian

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Wonomulyo Kabupaten Polewali Mandar Provinsi Sulawesi Barat dengan pelaku UMKM. Penentuan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan maret hingga juni 2024 secara purposive atau secara sengaja dengan pertimbangan bahwa di Kecamatan Wonomulyo adalah pusat UMKM di Kabupaten Polewali Mandar.

2.2. Populasi

Populasi adalah merujuk pada totalitas dari semua elemen yang terdapat dalam sebuah penelitian, termasuk objek dan subjek, yang memiliki ciri-ciri atau karakteristik tertentu. Sampel merupakan sebagian dari kelompok yang menjadi sumber data utama dalam suatu penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang berlokasi di Kecamatan Wonomulyo, penentuan sampel menggunakan metode Purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 50 pelaku UMKM dengan pertimbangan bahwa pelaku UMKM yang dijadikan sampel diyakini dapat menjawab tujuan penelitian ini.

Purposive sampling adalah metode pemilihan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu, merupakan salah satu tipe dari nonrandom sampling. Dengan demikian, Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana penilaian secara pribadi dilakukan terhadap sampel yang dipilih dari populasi tertentu. Penilaian ini dilakukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian.

2.3. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan dokumentasi dan menyebarkan kuesioner terhadap UMKM. Selanjutnya tahapan yang dilakukan dalam proses pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Data primer, data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, melalui pertanyaan (kuesioner) kepada pihak UMKM Di Kecamatan Wonomulyo.
2. Data sekunder, data yang diperoleh secara tidak langsung melalui jurnal, buku, literature dan lain-lain, mengenai permasalahan yang sedang diteliti.

2.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, Wawancara dan dokumentasi. Menurut Setyawan (2013) sebagai berikut.

1. Observasi

Metode observasi disebut juga sebagai pengamatan, yang meliputi kegiatan pengamatan terhadap suatu obyek dengan menggunakan seluruh indra. Cara paling efektif yaitu dengan melengkapi format blangko pengamatan sebagai instrument.

2. Wawancara

Wawancara adalah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Peneliti melakukan wawancara dengan menggunakan tiga kegiatan sekaligus yaitu melihat, mendengar, dan berbicara serta dilakukan secara sadar, fokus, terarah, dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari responden.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah dokumen atau barang-barang tertulis yang digunakan peneliti sebagai sumber data yang dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan. Dokumentasi juga berfungsi sebagai penyedia data untuk keperluan penelitian. Data atau informasi yang tercantum dalam sebuah berkas dapat dipergunakan untuk keperluan penelitian dalam pengembangan ilmu.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang ada mengikuti distribusi normal atau tidak..Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pada penelitian ini digunakan uji statistic Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas data.

Tabel 1. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,32069372
Most Extreme Differences	Absolute	,161
	Positive	,161
	Negative	-,070
Test Statistic		,161
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah SPSS 23

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,002 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Dasar Pengambilan Keputusan:

- Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu uji asumsi klasik yang harus dilakukan

pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

Tabel 2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,880	,453		4,149	,000
<i>E-Commerce</i>	,230	,139	,232	1,651	,105

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: data diolah SPSS 23

Dari tabel 2 Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variable *E-Commerce* lebih besar dari pada 0,05 maka artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dasar Pegambilan Keputusan:

- Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi
- Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

3.2. Analisis Linear Sederhana

Analisis linier sederhana merupakan suatu model persamaan yang menggambarkan hubungan satu variabel bebas / predictor (X) dengan satu variabel tak bebas / response (Y). Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan / korelasi/pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat.

Tabel 3. Uji Regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,880	,453		4,149	,000
<i>E-Commerce</i>	,230	,139	,232	1,651	,105

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: data diolah SPSS 23

Tabel coefficients pada output menunjukkan signifikan (sig) untuk constant = 1,880 *E-Commerce* = 0,230. Sehingga model regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,880 + 0,230X$$

- Nilai konstanta sebesar 1,880 ini menunjukkan apabila variabel *E-Commerce* mengalami peningkatan sebesar 1%, maka variabel pendapatan juga akan mengalami peningkatan sebesar 1,880%.
- Koefisien regresi pada variabel independen yaitu *E-Commerce* bertanda positif 0,230, artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan *E-Commerce* maka pendapatan mengalami peningkatan sebesar 0,230.

Dari hasil penelitian koefisien regresi bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara *E-Commerce* dengan pendapatan.

3.3. Uji Hipotesis

Uji T (Parsial) Uji T digunakan untuk menguji variabel yang berpengaruh antara variabel independent terhadap pengaruh dependen secara individual atau tersendiri (yulianti,2016).dasar pengambilan Keputusan adalah jika nilai T hitung < nilai T tabel atau nilai signifikansi > 0,05 (Tarf kepercayaan 95 %,a=0,05) maka HO ditolak, jika nilai T itu > nilai T table atau nilai signifikansi < dari 0,05 (taraf kepercayaan 95 % a=0,05) maka HO diterima.

$t_{\text{tabel}} = t(a; n - k) = t(a; 50-1) = t(0,05; 49) = 1,68$

= t hitung 1,651 > dari t tabel 1,68

Berdasarkan Hasil T Hitung dan T Tabel diatas, bahwa T hitung lebih besar dari pada T Tabel dengan nilai 1,651 > 1,68 yang artinya variabel *E-Commerce* (X) memiliki pengaruh terhadap variabel pendapatan (Y).

Tabel 4. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,880	,453		4,149	,000
<i>E-Commerce</i>	,230	,139	,232	1,651	,105

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: data diolah SPSS 23

Sesuai dengan tabel 4.5 yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi *E-Commerce* (X) terhadap pendapatan (Y) adalah 0.105 < 0,05 dan nilai t hitung 1,651 > nilai t tabel 1,68 maka H1 diterima karena *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan (Y) .

Dasar Pengambilan Keputusan

- Jika nilai sig < 0,05 atau nilai t hitung > t tabel , maka terdapat variabel X terhadap Variabel Y
- Jika nilai sig > 0,05 atau nilai t hitung < t tabel , maka tidak terdapat variabel X terhadap Variabel Y

3.4 Pembahasan

Berdasarkan dari hasil Dokumentasi dan kuesioner terhadap UMKM di kabupaten polewali mandar kecamatan wonomulyo pada penelitian ini *E-Commerce* memiliki 3 indikator yaitu Interface, Technical Dan Reability berpengaruh terhadap pendapatan (Y) .

Penelitian ini melibatkan objek 50 sampel UMKM dikecamatan wonomulyo. Dimana pada penelitian ini melakukan pengujian terhadap pengaruh elektronik *Commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hasil uji T berdasarkan hipotesis dapat diketahui pengaruh elektronik *Commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM sebagai berikut:

1. Pengaruh *E-Commerce* terhadap pendapatan UMKM

Hasil pengujian didalam penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* mempunyai pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, sehingga Hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kecamatan wonomulyo dengan nilai T hitung sebesar 1,651 dengan nilai signifikasinya 0,105 < 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa (H1) diterima karena *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan (Y) .

2. Pengaruh *E-Commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM

Hasil pengujian didalam penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM karena berdasarkan hasil uji untuk hipotesis pertama menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa apapun yang

berpengaruh dalam *E-Commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM tidak dapat mempengaruhi seberapa besar pengaruh *E-Commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *E-Commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Wonomulyo. Hal dilihat dari omzet penjualan, jumlah pelanggan, dan jumlah pendapatan sebagai sarana untuk melakukan pemasaran produk dan kegiatan transaksi jual beli setelah memanfaatkan *E-Commerce* untuk kegiatan usaha bagi pelaku UMKM.

Daftar Rujukan

- [1] Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292-306.
- [2] Dewantara, R., Cakranegara, P. A., Wahidin, A. J., Muditomo, A., & Sudipa, I. G. I. (2022). Implementasi Metode Preference Selection Index Dalam Penentuan Jaringan Dan Pemanfaatan Internet Pada Provinsi Indonesia. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 6(2), 1226-1238.
- [3] Ginting, F., Buulolo, E., & Siagian, E. R. (2019). Implementasi algoritma regresi linear sederhana dalam memprediksi besaran pendapatan daerah (Studi kasus: Dinas Pendapatan Kab. Deli Serdang). *KOMIK (Konferensi Nasional Teknologi Informasi dan Komputer)*, 3(1).
- [4] Haqiqi, F., & Susanti, R. D. (2020). Analisis Pengaruh Pemberian Modal Kerja Dan Biaya Produksi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Di Desa Pongkar Kecamatan Tebing Kabupaten Karimun (Tahun 2014–2018). *Jurnal Cafeteria*, 1(1), 63-72.
- [5] Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237-246.
- [6] Hermiati, R., Asnawati, A., & Kanedi, I. (2021). Pembuatan E-Commerce Pada Raja Komputer Menggunakan Bahasa Pemrograman Php Dan Database Mysql. *Jurnal Media Infotama*, 17(1).
- [7] Irmawati, D. (2011). Pemanfaatan E-Commerce dalam dunia bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN*, 2085(1375), 161-171.
- [8] Kasenda, R. (2013). Kompensasi dan motivasi pengaruhnya terhadap kinerja karyawan pada PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- [9] Kementerian koperasi dan UKM RI (2020) Data Pertumbuhan UMKM 2015-2019 Kementerian Koperasi dan UMKM RI.
- [10] Nugraha, S., & Nuraeni, D. (2021). Peran teknologi internet dalam E-Commerce. *Journal civics and social studies*, 5(2), 181-191.
- [11] Oktora, R., & Susanty, W. (2013). Perancangan aplikasi E-Commerce dengan sistem rekomendasi item-based Collaborative filtering. *EXPERT: Jurnal Manajemen Sistem Informasi Dan Teknologi*, 3(1).
- [12] Prasetyo, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- [13] Prihastuty, D. R. (2023). BAB VIII SAMPLING. *PENGANTAR*, 97.
- [14] Rahardja, U., Aini, Q., & Sartika, D. (2015). Build A Business To Customer Online Store Using Airzone Content Management System. *Creative Communication and Innovative Technology Journal*, 8(2), 112-122.
- [15] Situmeang, R. R. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan). *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (AJIE)*, 319-335.
- [16] Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Jurnal ilmiah cano ekonomos*, 6(1), 51-58.
- [17] Sudartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastira, H. G., Amaria, H., ... & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan UMKM Di Era Digital.
- [18] Triandra, N., Hambali, D., & Rosalina, N. (2019). Analisis pengaruh E-Commerce terhadap peningkatan kinerja UMKM (Studi kasus pada UMKM di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1).
- [19] Umar, S. H. (2016). Pengaruh Strategi Pemasaran B2b (Business To Business) Dan B2c (Business To Customer) Terhadap Cara Pembelian Tiket Pesawat Di Lingkungan Mahasiswa. *Flight Attendant Kedirgantaraan: Jurnal Public Relation, Pelayanan, Pariwisata*, 3(2), 27-38.
- [20] Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan electronic commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Researchgate Article*.
- [21] Wisudaninggi, B. A., Arofah, I., & Belang, K. A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. *Statmat: Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103-116.