



Penggunaan Ekonomi Digital dalam Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Warga Negara

Windi Baskoro Prihandoyo^{1*}, Nining Suryani², Rony Basista³

¹Kearsipan, Universitas Terbuka, Indonesia, windi-baskoro@ecampus.ut.ac.id

²Manajemen, Universitas Terbuka, Indonesia, niningsuryani@ecampus.ut.ac.id

³Ilmu Pemerintahan, Universitas Terbuka, Indonesia, ronbas@ecampus.ut.ac.id

*Email korespondensi : windi-baskoro@ecampus.ut.ac.id)

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: 10-02-2026

Revised: 22-03-2026

Accepted: 25-03-2026

Published: 30-03-2026

Kata Kunci:

Ekonomi Digital
UMKM
Pendapatan Usaha
Digitalisasi

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, teknologi keuangan digital, dan platform berbasis internet. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM serta mengidentifikasi peran literasi digital dan infrastruktur dalam mendukung pengembangan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan mixed methods dengan dominasi kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara terhadap 93 pelaku UMKM di Banten dan Nusa Tenggara Barat. Data kuantitatif dianalisis menggunakan uji regresi linear sederhana, sedangkan data kualitatif digunakan untuk memperkuat interpretasi temuan empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 dan koefisien determinasi sebesar 62,1%. Temuan ini menunjukkan bahwa ekonomi digital berkontribusi terhadap perluasan pasar, peningkatan volume penjualan, efisiensi operasional, dan kemudahan transaksi. Tingkat pemanfaatan media sosial tergolong tinggi, sedangkan penggunaan marketplace, aplikasi keuangan, dan website usaha masih berada pada tingkat sedang hingga rendah. Perbandingan wilayah menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Banten memiliki tingkat pemanfaatan digital lebih tinggi dibandingkan Nusa Tenggara Barat, yang mengindikasikan adanya kesenjangan infrastruktur dan literasi digital. Penelitian ini menegaskan bahwa ekonomi digital dapat menjadi instrumen penting dalam meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM apabila didukung oleh pemerataan infrastruktur, peningkatan literasi digital, dan kebijakan pendampingan usaha yang berkelanjutan.

ABSTRACT

Keywords:

Digital Economy
MSMEs
Business Income
Infrastructure

The development of the digital economy has changed the development patterns of Micro, Small, and Medium Enterprises through the use of social media, marketplaces, digital financial technology, and internet-based platforms. This study aims to analyze the influence of digital economy use on increasing MSME income and identify the role of digital literacy and infrastructure in supporting business development. The study used a mixed methods approach with a dominant quantitative approach. Data were collected through questionnaires, observations, and interviews with 93 MSMEs in Banten and West Nusa Tenggara. Quantitative data were analyzed using a simple linear regression test, while qualitative data were used to strengthen the interpretation of empirical findings. The results showed that the use of the digital economy had a significant effect on increasing MSME income, with a significance value below 0.05 and a coefficient of determination of 62.1%. These findings indicate that the digital economy contributes to market expansion, increased sales volume, operational efficiency, and ease of transactions. The level of social media utilization is high, while the use of marketplaces, financial applications, and business websites is still at a moderate to low level. Regional comparisons show that MSMEs in Banten have a higher level of digital utilization than in West Nusa Tenggara, indicating a gap in infrastructure and digital literacy. This study



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/). Allows readers to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of its articles and allow readers to use them for any other lawful purpose. The journal hold the copyright.

confirms that the digital economy can be an important instrument in increasing the income and competitiveness of MSMEs if supported by equitable infrastructure, increased digital literacy, and sustainable business assistance policies.

Copyright © 2026 (Prihandoyo, et al). All Right Reserved

How to Cite : Prihandoyo, Windi P. (2026). Penggunaan Ekonomi Digital dalam Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Warga Negara. *CIVICUS: Pendidikan-Penelitian-Pengabdian Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 14 (1), 74-84.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah secara mendasar pola aktivitas ekonomi masyarakat, termasuk cara pelaku usaha memproduksi, memasarkan, mendistribusikan, dan menjual produk kepada konsumen. Transformasi ini tidak hanya terjadi pada perusahaan besar, tetapi juga semakin memengaruhi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM berperan sebagai penyerap tenaga kerja, penggerak ekonomi lokal, serta instrumen pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan. Dalam era digital, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan UMKM memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat transaksi, serta membangun relasi yang lebih luas dengan konsumen. Penggunaan media sosial, marketplace, financial technology, dan berbagai platform digital telah menjadi bagian penting dari strategi adaptasi usaha di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin terkoneksi secara digital. Digitalisasi UMKM juga dipandang sebagai salah satu jalan untuk memperkuat daya saing ekonomi masyarakat, terutama karena teknologi digital dapat membuka peluang baru bagi pelaku usaha kecil untuk menjangkau pasar yang sebelumnya sulit diakses secara konvensional. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi usaha, memperluas jaringan pemasaran, dan memperkuat kinerja UMKM melalui akses yang lebih mudah terhadap konsumen dan layanan keuangan digital (Ndraha 2024; Setiawati et al. 2022).

Urgensi pemanfaatan ekonomi digital semakin kuat setelah pandemi, ketika pola konsumsi masyarakat mengalami pergeseran dari transaksi tatap muka menuju transaksi berbasis platform digital. Kondisi ini mendorong pelaku UMKM untuk menyesuaikan strategi usaha dengan memanfaatkan media sosial, e-commerce, pembayaran digital, serta aplikasi pendukung operasional usaha. Syahputra dan Syah (2025) menjelaskan bahwa transformasi ekonomi digital pada era pasca pandemi berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas UMKM karena pelaku usaha dituntut lebih adaptif terhadap perubahan pasar. Studi lain juga menegaskan bahwa digitalisasi dapat berkontribusi terhadap pemulihan ekonomi UMKM melalui peningkatan literasi digital, inovasi, dan kinerja keuangan (Rosyidiana & Narsa, 2024). Namun, transformasi digital tidak berlangsung secara merata. Pelaku UMKM di wilayah dengan dukungan infrastruktur digital yang baik cenderung lebih mudah memanfaatkan teknologi, sedangkan UMKM di wilayah dengan keterbatasan akses internet dan rendahnya literasi digital menghadapi hambatan lebih besar. Laporan World Bank (2022) menegaskan bahwa ekonomi digital dapat menjadi instrumen pembangunan apabila didukung oleh akses infrastruktur yang merata, keterampilan digital, dan kebijakan yang inklusif. Oleh karena itu, kajian mengenai ekonomi digital dan UMKM perlu ditempatkan tidak hanya sebagai isu ekonomi, tetapi juga sebagai isu sosial yang berkaitan dengan pemerataan akses, kapasitas warga negara, dan pemberdayaan masyarakat.

Masalah utama yang dihadapi UMKM dalam proses transformasi digital adalah belum optimalnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital secara produktif. Sebagian pelaku UMKM telah menggunakan media sosial untuk promosi, tetapi belum sepenuhnya mampu mengintegrasikan marketplace, aplikasi keuangan digital, website usaha, dan strategi pemasaran berbasis data. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital tidak selalu identik dengan transformasi digital yang matang. Banyak UMKM masih berada pada tahap penggunaan teknologi dasar, sehingga manfaat ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan belum dapat diperoleh secara maksimal. Rendahnya literasi digital menjadi salah satu faktor penting yang menghambat proses tersebut. Nasution et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi digital dan kemampuan inovasi memiliki peran penting dalam keberhasilan transformasi UMKM. Pelaku usaha yang memiliki literasi digital lebih baik cenderung lebih mampu memilih platform yang sesuai, mengelola konten pemasaran, memahami perilaku konsumen, serta memanfaatkan teknologi keuangan untuk mendukung transaksi usaha. Sebaliknya, pelaku usaha dengan literasi digital rendah berisiko hanya menggunakan teknologi secara terbatas dan tidak mampu mengoptimalkan peluang digital.

Selain literasi digital, keterbatasan infrastruktur juga menjadi persoalan utama dalam pemanfaatan ekonomi digital oleh UMKM. Akses internet yang tidak stabil, kualitas jaringan yang rendah, keterbatasan perangkat, serta kurangnya dukungan ekosistem digital dapat menghambat pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas bisnis berbasis teknologi. Putri et al. (2022) menjelaskan bahwa kesiapan digital UMKM sangat dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur dan kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan teknologi. Dalam konteks Indonesia, kesenjangan infrastruktur digital masih menjadi tantangan, terutama antara wilayah dengan tingkat pembangunan ekonomi yang relatif maju dan wilayah yang masih berkembang. Perbedaan karakteristik antara Banten dan Nusa Tenggara Barat menjadi relevan untuk dikaji karena keduanya merepresentasikan kondisi sosial ekonomi dan dukungan infrastruktur digital yang berbeda. Banten relatif memiliki dukungan infrastruktur dan akses pasar yang lebih baik, sedangkan Nusa Tenggara Barat masih menghadapi tantangan dalam pemerataan akses teknologi. Perbedaan ini dapat memengaruhi kemampuan UMKM dalam mengadopsi ekonomi digital dan meningkatkan pendapatan usaha. Oleh karena itu, solusi umum yang diperlukan adalah penguatan literasi digital, pemerataan infrastruktur, dan dukungan kebijakan yang memungkinkan UMKM memanfaatkan teknologi secara lebih inklusif dan berkelanjutan.

Solusi spesifik terhadap persoalan tersebut dapat dirumuskan melalui penguatan penggunaan platform digital yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Media sosial dapat digunakan sebagai sarana promosi, interaksi konsumen, dan pembentukan identitas usaha. Marketplace dapat memperluas akses pasar, meningkatkan volume penjualan, dan mempermudah proses transaksi. Financial technology dapat mendukung pembayaran digital, pencatatan keuangan, serta akses terhadap layanan keuangan yang lebih efisien. Sari dan Nugroho (2023) menegaskan bahwa platform digital dapat memperkuat inklusi keuangan bagi UMKM karena memberi akses yang lebih luas terhadap transaksi dan layanan keuangan. Wati dan Agustianto (2025) juga menunjukkan bahwa ekonomi digital berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia melalui perluasan akses pasar dan efisiensi proses bisnis. Namun, efektivitas penggunaan platform digital bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami karakteristik teknologi yang digunakan. Artinya, pelatihan digital tidak cukup hanya mengenalkan platform, tetapi juga perlu mengembangkan keterampilan strategis, seperti pemasaran digital, manajemen transaksi, keamanan digital, pengelolaan data pelanggan, dan evaluasi kinerja usaha.

Dalam perspektif pengembangan UMKM, ekonomi digital juga perlu dipahami sebagai bagian dari proses transformasi bisnis yang melibatkan perubahan perilaku, pola pikir, dan kapasitas organisasi. Rahman (2021) menjelaskan bahwa transformasi bisnis digital pada usaha kecil menghadirkan peluang sekaligus tantangan karena pelaku usaha harus menyesuaikan proses bisnis, strategi pemasaran, dan pola layanan. Venkatesh et al. (2022) melalui kajian tentang penerimaan dan penggunaan teknologi menekankan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dukungan sosial, dan kondisi pendukung. Dalam konteks UMKM, kondisi pendukung tersebut mencakup akses internet, perangkat digital, literasi teknologi, dan pendampingan usaha. Oleh karena itu, strategi peningkatan pendapatan UMKM melalui ekonomi digital perlu memperhatikan kombinasi antara kesiapan individu pelaku usaha dan kesiapan ekosistem digital. Pendampingan berkelanjutan, pelatihan berbasis kebutuhan, dan kebijakan afirmatif bagi wilayah dengan keterbatasan infrastruktur menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa transformasi digital tidak hanya dinikmati oleh UMKM yang telah siap secara teknologi, tetapi juga oleh pelaku usaha kecil di wilayah yang masih menghadapi keterbatasan akses.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, baik dalam aspek pendapatan, efisiensi, produktivitas, maupun perluasan pasar. Rosyidiana dan Narsa (2024) menemukan bahwa digitalisasi, literasi, inovasi, dan kinerja keuangan memiliki peran penting dalam pemulihan UMKM pasca pandemi. Pratama dan Kurniawan (2024) menunjukkan bahwa ekonomi digital berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi regional, sedangkan Hersusetiyati dan Chandra (2024) menegaskan bahwa dinamika ekonomi digital dapat memengaruhi performa ekspor UMKM Indonesia. Panduwinata et al. (2025) melalui kajian literatur sistematis juga menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM menjadi topik penting karena berkaitan dengan daya saing, efisiensi, dan keberlanjutan usaha. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih menempatkan ekonomi digital sebagai variabel ekonomi semata dan belum banyak mengintegrasikan dimensi sosial, seperti literasi digital, kesiapan masyarakat, perbedaan infrastruktur wilayah, dan pengalaman pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi. Selain itu, masih terbatas studi yang membandingkan kondisi

UMKM pada wilayah dengan tingkat perkembangan digital yang berbeda, seperti Banten dan Nusa Tenggara Barat. Kesenjangan ini penting dikaji agar pemahaman tentang ekonomi digital tidak hanya berfokus pada dampak terhadap pendapatan, tetapi juga pada faktor sosial dan struktural yang memengaruhi keberhasilan transformasi digital.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM serta mengidentifikasi peran infrastruktur dan literasi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Penelitian ini memiliki kebaruan karena menganalisis secara simultan hubungan antara pemanfaatan ekonomi digital, pendapatan usaha, literasi digital, dan infrastruktur dengan menggunakan pendekatan *mixed methods*. Pendekatan ini memungkinkan penelitian tidak hanya menghasilkan bukti statistik mengenai pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM, tetapi juga memberikan pemahaman kontekstual mengenai kendala dan pengalaman pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada 93 pelaku UMKM di wilayah Banten dan Nusa Tenggara Barat yang memiliki karakteristik sosial ekonomi dan tingkat dukungan digital yang berbeda. Hipotesis utama penelitian ini adalah bahwa penggunaan ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, sementara literasi digital dan infrastruktur berperan sebagai faktor pendukung yang menentukan optimalisasi manfaat teknologi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ekonomi digital, pemberdayaan UMKM, dan pendidikan kewarganegaraan ekonomi dalam konteks peningkatan kapasitas warga negara untuk berpartisipasi dalam ekonomi berbasis teknologi.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan dominasi kuantitatif untuk menganalisis pengaruh ekonomi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM, mengingat pendekatan ini mampu mengintegrasikan analisis statistik dengan pemahaman kontekstual secara lebih komprehensif (Panduwinata et al., 2025; Creswell & Creswell, 2018). Penelitian dilakukan di wilayah Banten dan Nusa Tenggara Barat dengan sampel sebanyak 93 pelaku UMKM yang dipilih secara *stratified sampling* berdasarkan jenis dan skala usaha agar dapat merepresentasikan kondisi usaha secara proporsional. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan observasi, serta data sekunder yang relevan dengan topik penelitian untuk memperkuat analisis empiris. Variabel dalam penelitian ini meliputi ekonomi digital sebagai variabel independen yang diukur melalui indikator penggunaan media sosial, marketplace, dan teknologi keuangan digital, serta pendapatan UMKM sebagai variabel dependen yang diukur berdasarkan perubahan tingkat pendapatan usaha. Selain itu, literasi digital dan infrastruktur digunakan sebagai variabel pendukung untuk memperkaya analisis kontekstual terhadap hasil penelitian. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap tingkat pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha.

Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, serta uji asumsi klasik sebagai prasyarat analisis regresi guna menjamin keakuratan hasil penelitian. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji *t* untuk mengetahui pengaruh parsial variabel ekonomi digital terhadap pendapatan UMKM, serta analisis koefisien determinasi untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Data kualitatif dari hasil wawancara dianalisis secara deskriptif untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kendala dan pengalaman pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital. Prosedur penelitian dilakukan secara sistematis mulai dari tahap pengumpulan data, pengolahan data, hingga interpretasi hasil penelitian, sehingga mampu menghasilkan temuan yang valid dan komprehensif. Pendekatan ini secara empiris terbukti efektif dalam mengkaji fenomena ekonomi digital yang kompleks serta memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pengaruhnya terhadap kinerja UMKM (Andrianto et al., 2024; Studies, 2021).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang terlibat dalam studi memiliki karakteristik yang cukup beragam berdasarkan jenis usaha, lama usaha, dan wilayah usaha. Sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 1. Karakteristik Responden, penelitian ini melibatkan 93 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tersebar di wilayah Banten dan Nusa Tenggara Barat. Dari sisi jenis usaha, responden didominasi oleh pelaku usaha sektor kuliner sebanyak 37 orang atau 39,80%, diikuti oleh sektor perdagangan sebanyak 33 orang atau 35,50%, dan sektor jasa sebanyak 23 orang atau 24,70%. Komposisi ini menunjukkan bahwa sektor kuliner dan perdagangan menjadi kelompok usaha yang paling banyak terlibat dalam penelitian, sekaligus menunjukkan bahwa kedua sektor tersebut memiliki relevansi kuat dengan pemanfaatan ekonomi digital. Sektor kuliner dan perdagangan umumnya lebih responsif terhadap penggunaan media sosial, marketplace, dan layanan transaksi digital karena keduanya sangat bergantung pada promosi, visibilitas produk, interaksi konsumen, dan kemudahan transaksi.

Tabel 1
Karakteristik Responden

Kriteria	Kategori	Jumlah (n=93)	Persentase (%)
Jenis Usaha	Kuliner	37	39,80%
	Perdagangan	33	35,50%
	Jasa	23	24,70%
Lama Usaha	< 3 Tahun	28	30,10%
	3–5 Tahun	42	45,20%
	> 5 Tahun	23	24,70%
Wilayah	Banten	48	51,60%
	NTB	45	48,40%

Dari aspek lama usaha, sebanyak 28 responden atau 30,10% telah menjalankan usaha kurang dari tiga tahun, 42 responden atau 45,20% menjalankan usaha selama tiga sampai lima tahun, dan 23 responden atau 24,70% telah menjalankan usaha lebih dari lima tahun. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada fase pengembangan usaha, yaitu telah memiliki pengalaman menjalankan usaha, tetapi masih membutuhkan strategi adaptasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Pelaku usaha dengan lama usaha tiga sampai lima tahun umumnya telah memiliki basis pelanggan tertentu, tetapi tetap membutuhkan inovasi untuk mempertahankan daya saing dalam ekosistem ekonomi digital. Temuan ini selaras dengan pandangan Rahman (2021) bahwa transformasi digital pada usaha kecil tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan perubahan strategi usaha, pola layanan, dan kemampuan pelaku usaha dalam menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar.

Berdasarkan wilayah, responden penelitian terdiri atas 48 pelaku UMKM dari Banten atau 51,60% dan 45 pelaku UMKM dari Nusa Tenggara Barat atau 48,40%. Komposisi ini relatif seimbang sehingga memungkinkan penelitian membandingkan kecenderungan pemanfaatan ekonomi digital pada dua wilayah dengan karakteristik infrastruktur yang berbeda. Banten sebagai wilayah yang relatif lebih maju memiliki akses infrastruktur digital dan pasar yang lebih baik, sedangkan Nusa Tenggara Barat masih menghadapi tantangan dalam pemerataan akses teknologi dan kualitas jaringan. Perbedaan wilayah ini penting karena ekonomi digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemauan pelaku usaha untuk menggunakan teknologi, tetapi juga oleh ketersediaan infrastruktur, kualitas jaringan, dan kemampuan digital masyarakat. World Bank (2022) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi digital memerlukan dukungan infrastruktur, keterampilan digital, dan kebijakan yang inklusif agar manfaat teknologi dapat dirasakan secara merata oleh masyarakat.

2. Pengaruh Pemanfaatan Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa penggunaan ekonomi digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Sebagaimana disajikan dalam Tabel 2. Hasil Uji Pengaruh Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM, nilai *t* hitung sebesar 12,207 lebih besar daripada *t* tabel sebesar

1,986, dengan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari alpha 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa ekonomi digital berpengaruh terhadap pendapatan UMKM dapat diterima. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM, semakin besar peluang terjadinya peningkatan pendapatan usaha. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Rosyidiana dan Narsa (2024), yang menunjukkan bahwa digitalisasi, literasi, inovasi, dan kinerja keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan performa UMKM pada masa pemulihan ekonomi pasca pandemi.

Tabel 2

Hasil Uji Pengaruh Ekonomi Digital terhadap Pendapatan UMKM

Variabel	t hitung	t tabel	Sig. (p-value)	Alpha (α)	Keterangan
Ekonomi Digital	12,207	1,986	0	0,05	Berpengaruh signifikan

Selanjutnya, hasil analisis regresi secara lebih lengkap dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien (B)	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	5,214	1,681	-	3,102	0,003
Ekonomi Digital	0,678	0,056	0,788	12,207	0

Hasil regresi linear sederhana yang ditampilkan dalam Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana memperlihatkan bahwa variabel ekonomi digital memiliki koefisien regresi sebesar 0,678 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien positif ini menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan ekonomi digital diikuti oleh peningkatan pendapatan UMKM. Secara substantif, hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan media sosial, marketplace, dan financial technology membantu pelaku UMKM memperluas pasar, meningkatkan penjualan, mempercepat transaksi, serta memperbaiki efisiensi operasional usaha. Penggunaan teknologi digital membuat pelaku usaha tidak lagi bergantung sepenuhnya pada pasar lokal atau transaksi tatap muka, tetapi dapat menjangkau konsumen yang lebih luas melalui promosi digital dan platform perdagangan daring. Temuan ini sejalan dengan Wati dan Agustianto (2025), yang menyatakan bahwa ekonomi digital berperan dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui perluasan akses pasar dan efisiensi proses bisnis.

Tabel 4

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
Regresi	0,788	0,621	0,617	2,134

Nilai koefisien determinasi pada Tabel 4. Koefisien Determinasi menunjukkan R Square sebesar 0,621. Artinya, penggunaan ekonomi digital mampu menjelaskan 62,1% variasi peningkatan pendapatan UMKM, sedangkan 37,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti modal usaha, pengalaman usaha, kualitas produk, strategi pemasaran, kondisi pasar, daya beli konsumen, dan kemampuan manajerial pelaku usaha. Persentase kontribusi sebesar 62,1% menunjukkan bahwa ekonomi digital merupakan faktor penting dalam pengembangan UMKM, meskipun bukan satu-satunya faktor yang menentukan keberhasilan usaha. Hasil ini memperkuat argumen Pratama dan Kurniawan (2024) bahwa ekonomi digital memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi regional, terutama ketika teknologi dimanfaatkan secara produktif oleh pelaku usaha kecil dan menengah.

3. Indikator Ekonomi Digital, Pendapatan, Literasi Digital, dan Infrastruktur

Penelitian ini mengukur penggunaan ekonomi digital melalui beberapa indikator utama, yaitu penggunaan media sosial, marketplace, dan financial technology. Sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 5. Indikator Variabel Penelitian, ekonomi digital tidak dipahami sebagai satu bentuk teknologi tunggal, melainkan sebagai ekosistem aktivitas digital yang digunakan pelaku UMKM dalam kegiatan promosi, pemasaran, transaksi, dan pengelolaan usaha. Media sosial digunakan untuk membangun komunikasi dengan konsumen, memperkenalkan produk, dan memperluas jangkauan promosi. Marketplace digunakan untuk menjual produk secara daring, meningkatkan visibilitas usaha, serta memudahkan proses pemesanan. Financial technology digunakan untuk mempercepat pembayaran, mempermudah transaksi, dan mendukung pencatatan keuangan sederhana. Sari dan Nugroho (2023) menjelaskan bahwa platform digital dapat memperkuat inklusi keuangan UMKM karena memberikan akses yang lebih luas terhadap layanan transaksi dan keuangan.

Tabel 5
Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran
Ekonomi Digital	Penggunaan media sosial	3 item	Likert (1–5)
	Penggunaan marketplace	3 item	Likert (1–5)
	Penggunaan fintech	2 item	Likert (1–5)
Pendapatan UMKM	Peningkatan omzet	2 item	Likert (1–5)
	Peningkatan laba	2 item	Likert (1–5)
	Volume penjualan	2 item	Likert (1–5)
Literasi Digital	Kemampuan penggunaan teknologi	3 item	Likert (1–5)
Infrastruktur	Akses internet	2 item	Likert (1–5)
	Kualitas jaringan	2 item	Likert (1–5)

Pendapatan UMKM dalam penelitian ini diukur melalui peningkatan omzet, peningkatan laba, dan volume penjualan. Ketiga indikator tersebut dipilih karena mencerminkan kinerja usaha yang dapat dipengaruhi secara langsung oleh penggunaan teknologi digital. Pelaku usaha yang mampu memanfaatkan platform digital secara efektif memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan volume penjualan karena produk mereka dapat dijangkau oleh lebih banyak konsumen. Selain itu, penggunaan teknologi digital juga dapat menekan biaya operasional, misalnya melalui promosi murah menggunakan media sosial atau penggunaan transaksi digital yang lebih efisien. Dengan demikian, ekonomi digital tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada kualitas pengelolaan usaha secara keseluruhan.

Selain variabel utama, penelitian ini juga menempatkan literasi digital dan infrastruktur sebagai variabel pendukung. Literasi digital mencerminkan kemampuan pelaku UMKM dalam memahami, menggunakan, dan mengoptimalkan teknologi digital untuk kebutuhan usaha. Infrastruktur mencakup akses internet dan kualitas jaringan yang memungkinkan pelaku usaha menjalankan aktivitas digital secara stabil. Nasution et al. (2023) menegaskan bahwa literasi digital memiliki hubungan erat dengan kemampuan inovasi UMKM, karena pelaku usaha yang memiliki keterampilan digital lebih baik cenderung lebih mampu mengembangkan strategi usaha berbasis teknologi. Putri et al. (2022) juga menunjukkan bahwa kesiapan digital UMKM sangat dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur dan kemampuan sumber daya manusia. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan ekonomi digital dalam meningkatkan pendapatan UMKM tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan platform, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dan dukungan lingkungan digital yang memadai.

4. Tingkat Pemanfaatan Teknologi Digital di Kalangan UMKM

Tingkat pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku UMKM dalam penelitian ini menunjukkan variasi yang cukup jelas. Sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 6. Tingkat Pemanfaatan Teknologi Digital oleh

UMKM, penggunaan media sosial menjadi bentuk pemanfaatan digital yang paling dominan, yaitu digunakan oleh 73 responden atau 78% dan termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi pintu masuk utama bagi pelaku UMKM dalam memasuki ekonomi digital. Media sosial relatif mudah digunakan, tidak membutuhkan biaya besar, dan memiliki jangkauan konsumen yang luas. Oleh karena itu, pelaku UMKM cenderung memilih media sosial sebagai sarana promosi awal sebelum menggunakan platform digital lain yang lebih kompleks.

Tabel 6

Tingkat Pemanfaatan Teknologi Digital oleh UMKM

Jenis Teknologi	Jumlah Pengguna	Persentase (%)	Kategori Pemanfaatan
Media Sosial	73	78%	Tinggi
Marketplace	39	42%	Sedang
Aplikasi Keuangan	33	35%	Sedang
Website Usaha	17	18%	Rendah

Penggunaan marketplace berada pada tingkat sedang, yaitu digunakan oleh 39 responden atau 42%. Data ini menunjukkan bahwa meskipun marketplace menawarkan peluang perluasan pasar yang lebih besar, tidak semua pelaku UMKM mampu atau bersedia menggunakannya secara optimal. Kendala yang mungkin muncul antara lain keterbatasan pemahaman tentang pengelolaan toko daring, strategi pemasaran produk, biaya layanan, pengiriman, dan persaingan harga. Penggunaan aplikasi keuangan juga berada pada kategori sedang, yaitu 33 responden atau 35%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian pelaku usaha telah mulai menggunakan transaksi digital, tetapi pemanfaatannya belum merata. Adapun penggunaan website usaha masih rendah, hanya digunakan oleh 17 responden atau 18%. Rendahnya penggunaan website menunjukkan bahwa pelaku UMKM masih cenderung memilih platform yang sederhana dan mudah diakses dibandingkan membangun sistem digital yang lebih mandiri.

Temuan ini menunjukkan bahwa adopsi ekonomi digital oleh UMKM masih berada pada tahap bertahap. Sebagian besar pelaku usaha telah menggunakan teknologi digital dasar, terutama media sosial, tetapi belum banyak yang mengembangkan sistem digital yang lebih kompleks seperti website, integrasi marketplace, atau pengelolaan transaksi berbasis aplikasi keuangan. Hal ini memperkuat temuan Panduwinata et al. (2025) bahwa digitalisasi UMKM merupakan proses yang memerlukan kesiapan bertahap, baik dari sisi teknologi, sumber daya manusia, maupun strategi bisnis. Oleh karena itu, peningkatan pemanfaatan ekonomi digital memerlukan pelatihan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis agar pelaku UMKM mampu mengoptimalkan platform digital untuk meningkatkan pendapatan.

5. Perbandingan Pemanfaatan Digital menurut Wilayah

Perbandingan tingkat pemanfaatan digital antara Banten dan Nusa Tenggara Barat menunjukkan adanya kesenjangan digital antarwilayah. Sebagaimana disajikan dalam Tabel 7. Perbandingan Pemanfaatan Digital Berdasarkan Wilayah, dari 48 responden di Banten, sebanyak 31 pelaku usaha atau 64,60% berada pada kategori pemanfaatan digital tinggi, sedangkan 17 responden berada pada kategori rendah. Sebaliknya, dari 45 responden di Nusa Tenggara Barat, hanya 17 pelaku usaha atau 37,80% yang berada pada kategori pemanfaatan digital tinggi, sedangkan 28 responden berada pada kategori rendah. Perbedaan ini menunjukkan bahwa wilayah dengan dukungan infrastruktur digital yang lebih baik cenderung memiliki tingkat adopsi teknologi yang lebih tinggi.

Tabel 7

Perbandingan Pemanfaatan Digital Berdasarkan Wilayah

Wilayah	Tingkat Tinggi	Tingkat Rendah	Total	Persentase Tinggi
Banten	31	17	48	64,60%
NTB	17	28	45	37,80%

Kesenjangan antara Banten dan Nusa Tenggara Barat mengindikasikan bahwa transformasi digital UMKM belum sepenuhnya inklusif. Pelaku UMKM di wilayah dengan akses internet yang lebih stabil,

jaringan yang lebih baik, dan ekosistem pasar digital yang lebih berkembang memiliki peluang lebih besar untuk memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha. Sebaliknya, pelaku UMKM di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur menghadapi hambatan dalam mengakses platform digital, mengelola transaksi daring, dan memperluas pasar. Temuan ini sejalan dengan World Bank (2022), yang menegaskan bahwa pemerataan infrastruktur digital menjadi prasyarat penting agar ekonomi digital dapat berkontribusi terhadap pembangunan secara inklusif.

Perbedaan wilayah juga menunjukkan bahwa literasi digital dan infrastruktur saling berkaitan. Pelaku usaha yang berada di wilayah dengan akses teknologi lebih baik cenderung lebih sering berinteraksi dengan platform digital, sehingga memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan keterampilan digitalnya. Sebaliknya, keterbatasan akses dapat membatasi pengalaman digital dan memperlambat proses pembelajaran teknologi. Oleh karena itu, program pemberdayaan UMKM berbasis digital perlu mempertimbangkan karakteristik wilayah. Strategi pelatihan digital di wilayah dengan infrastruktur memadai dapat diarahkan pada optimalisasi platform dan peningkatan strategi pemasaran, sedangkan di wilayah dengan keterbatasan akses perlu disertai penguatan infrastruktur, pendampingan dasar, dan peningkatan literasi digital secara bertahap.

6. Hambatan dalam Adopsi Ekonomi Digital

Meskipun ekonomi digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatannya masih belum optimal. Kendala utama yang ditemukan adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola teknologi. Sebagian pelaku UMKM masih berada pada tingkat pemahaman dasar dalam penggunaan teknologi digital. Mereka dapat menggunakan media sosial untuk promosi, tetapi belum tentu mampu mengembangkan strategi konten, membaca pola konsumen, mengelola marketplace, menggunakan aplikasi keuangan secara efektif, atau memanfaatkan data untuk pengambilan keputusan usaha. Adinugraha et al. (2024) menyatakan bahwa UMKM di Indonesia menghadapi tantangan dalam memanfaatkan ekonomi digital karena keterbatasan kemampuan teknologi, kesiapan sumber daya manusia, dan lingkungan usaha.

Keterbatasan infrastruktur juga menjadi faktor penghambat yang cukup kuat, terutama bagi pelaku UMKM di wilayah yang kualitas jaringan internetnya belum merata. Akses internet yang lambat atau tidak stabil dapat mengganggu proses promosi, transaksi, komunikasi dengan konsumen, dan pengelolaan pesanan. Selain itu, faktor kepercayaan terhadap keamanan teknologi juga memengaruhi tingkat adopsi digital. Beberapa pelaku usaha masih memiliki kekhawatiran terhadap keamanan transaksi digital, risiko penipuan, atau kesulitan menggunakan aplikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya membutuhkan teknologi, tetapi juga kepercayaan, pendampingan, dan edukasi yang berkelanjutan. Dengan demikian, ekonomi digital dapat berfungsi optimal apabila didukung oleh peningkatan literasi digital, pemerataan infrastruktur, dan penguatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha berbasis teknologi.

D. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan ekonomi digital berperan signifikan dalam meningkatkan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Temuan utama menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, marketplace, dan teknologi keuangan digital mampu memperluas akses pasar, meningkatkan volume penjualan, mempercepat transaksi, serta mendukung efisiensi operasional usaha. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 dan koefisien determinasi sebesar 62,1% menunjukkan bahwa ekonomi digital menjadi faktor penting dalam menjelaskan peningkatan pendapatan usaha, meskipun masih terdapat faktor lain seperti modal, pengalaman usaha, kualitas produk, kondisi pasar, dan kemampuan manajerial yang turut memengaruhi kinerja UMKM. Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa tingkat pemanfaatan digital belum sepenuhnya merata. Media sosial menjadi platform yang paling banyak digunakan, sedangkan marketplace, aplikasi keuangan, dan website usaha masih belum dimanfaatkan secara optimal. Perbedaan antara Banten dan Nusa Tenggara Barat menunjukkan adanya kesenjangan digital yang dipengaruhi oleh infrastruktur, kualitas jaringan, dan literasi digital pelaku usaha. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat kajian ekonomi digital dan pemberdayaan UMKM dengan menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya berdampak pada

aspek ekonomi, tetapi juga terkait dengan kapasitas sosial warga negara dalam mengakses peluang usaha. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji faktor lain yang memengaruhi pendapatan UMKM, seperti inovasi produk, strategi pemasaran digital, dukungan kebijakan, keamanan transaksi digital, dan model pendampingan berbasis wilayah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan informasi, dukungan, dan kesempatan selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Terbuka Mataram, atas bimbingan dan dukungan akademik dalam penyusunan artikel ini

DAFTAR RUJUKAN

- Andrianto, Imam, Al Muffarriddin, Lalu Ahmad Ramadani, and Muhammad Muhajir Aminy. 2024. "DIGITAL ECONOMY AND MSMEs' REVENUE : MODERATING ROLE." *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah* 7 (1): 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.30863/al-tsarwah.v7i1.6955>.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. 2018. *Quantitative and Mixed Methods Approaches 5th Edition by John*. 5th ed. Sage Publications.
- Ndraha, Irene Natalia. 2024. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2020-2022." UNIVERSITAS MEDAN AREA.
- Panduwinata, Lifa Farida, Waspodo Tjipto Subroto, and Norida Canda Sakti. 2025. "Digitalization on Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs) : A Systematic Literature Review." *International Journal of Economics, Commerce, and Management* 2 (1): 397–409. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i1.435>.
- Setiawati, Nita, Muh Zubair, Mohammad Mustari, and M Ismail. 2022. "Pelaksanaan Pembelajaran Flipped Classroom Pada Mata Pelajaran PPKn Di SMPN 17 Mataram." *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 7 (4b): 2351–62. <https://doi.org/10.29303/jipp.v7i4b.914>.
- Studies, Oecd. 2021. *The Digital Transformation of SMEs*.
- Adinugraha, H., Fikri, M. K., & Andrean, R. (2024). Halal industry, digital economy, and creative economy: Challenges and opportunities for MSMEs in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Management and Business*. → **Jurnal**
- Al Muffarriddin, I. A., Ramadani, L. A., & Aminy, M. M. (2024). Digital economy and MSMEs' revenue: Moderating role of internet literacy. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 7(1), 1–8. → **Jurnal**
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2021). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications. → **Buku**
- Hersusetiyati, & Chandra, M. P. (2024). The dynamics of the digital economy on the export performance of Indonesian MSMEs. *Sinergi International Journal of Economics*, 3(2), 101–115. → **Jurnal**
- Hidayat, T., & Santoso, B. (2022). Digital transformation and MSMEs performance: Evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(2), 145–160. → **Jurnal**
- Nasution, A. H., Siregar, Z., & Putra, R. (2023). Digital literacy and innovation capability in MSMEs. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(1), 55–70. → **Jurnal**
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. → **Dokumen Internasional / Laporan**
- Panduwinata, L. F., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). Digitalization on micro, small, and medium enterprises (MSMEs): A systematic literature review. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 2(1), 397–409. → **Jurnal**
- Pratama, A., & Kurniawan, D. (2024). Digital economy and regional economic growth in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 15(1), 77–90. → **Jurnal**
- Putri, D. A., Wijaya, A., & Lestari, N. (2022). Digital readiness and MSMEs transformation. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 29(1), 12–25. → **Jurnal**
- Rahman, F. (2021). Digital business transformation in SMEs: Opportunities and challenges. *Journal of Business Strategy*, 10(2), 88–99. → **Jurnal**
- Rosyidiana, R. N., & Narsa, I. M. (2024). MSMEs during the post-pandemic economic recovery: Digitalization, literation, innovation, and financial performance. *Cogent Business & Management*, 11(1), 1–15. → **Jurnal**

- Sari, M., & Nugroho, Y. (2023). Financial inclusion through digital platforms for MSMEs. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(2), 210–225. → **Jurnal**
- Syahputra, D., & Syah, S. (2025). Digital economy transformation and its impact on MSME productivity in the post-pandemic era. *International Journal of Economics*, 5(1), 22–30. → **Jurnal**
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2022). Unified theory of acceptance and use of technology: A review and extension. *MIS Quarterly*, 46(1), 1–30. → **Jurnal**
- Wati, A. C. P., & Agustianto, M. A. (2025). The role of the digital economy in increasing the competitiveness of MSMEs in Indonesia. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 55–68. → **Jurnal**
- World Bank. (2022). *Digital economy for development report*. World Bank Publications. → **Dokumen Internasional / Laporan**