

## DAMPAK PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM BIDANG E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO DI KABUPATEN SUMBAWA

Nazula Charisna Tryamanda<sup>1</sup>, Nining Sudyarti<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: [niningsudyarti04@gmail.com](mailto:niningsudyarti04@gmail.com)

Article Info	Abstrak
<b>Article History</b> Submitted: 01 April 2025 Accepted: 31 Mei 2025 Published: 30 Juni 2025	<i>This study aims to determine the impact of the use of information technology in the field of e-commerce on the income of micro-businesses in Sumbawa District. The type of this study was comparative research which aims to examine the differences in income levels of micro-business actors in Sumbawa District before (<math>X_1</math>) and after (<math>X_2</math>) the use of information technology in the field of e-commerce. The type of data used in this study is quantitative data obtained from secondary sources through documents or financial report archives found at Butik Yana Sumbawa Besar. The data analysis technique used were two-average difference test consisting of table paired samples statistics, paired samples correlation and paired samples t-test. The results of this study showed that there was a positive and significant difference in the income levels of SMEs in Sumbawa District before and after the implementation of information technology in the field of e-commerce. These results indicate that the use of information technology in the field of e-commerce had a significant impact on the income levels of SMEs in Sumbawa District. It has been proven that the income level of micro business actors in Sumbawa District is higher after utilizing information technology in the field of e-commerce compared to the income level before utilizing information technology in the field of e-commerce.</i>
<b>Keywords</b> E-Commerce; Operating Revenues; MSME.	

### PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia saat ini. UMKM merupakan salah satu industri yang mempunyai peran sangat luas. Dalam perkembangan perekonomian Indonesia, UMKM telah memberikan kontribusi secara signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi. Entitas bisnis ini menjadi pelaku mayoritas, pencipta lapangan pekerjaan, pengurang tingkat kemiskinan maupun sebagai kontributor dalam pendapatan nasional. Dengan demikian, UMKM memainkan peran yang sangat penting dan vital dalam perekonomian, terutama sebagai penyedia lapangan kerja, pendukung produk lokal, dan kontributor signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan neraca pembayaran (Hapsari et al., 2024).

Bagi suatu daerah, peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki arti yang sangat penting terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan UMKM merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah. Selain itu, peran pelaku UMKM dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan per kapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah. Peningkatan jumlah pelaku UMKM telah meningkatkan permintaan terhadap tenaga kerja untuk di pekerjakan di usaha yang baru. Banyaknya pekerja yang terserap berarti penangguran akan semakin berkurang dan juga akan meningkatkan pendapatan masyarakat miskin. Jumlah UMKM yang terus bertambah akan meningkatkan output yang dihasilkan sehingga perekonomian daerah pun juga akan terus berkembang (Sembiring et al., 2023).

Melihat peran UMKM yang sangat besar dalam menopang perekonomian lokal dan nasional, maka penguatan UMKM menjadi prioritas utama dan fokus arah kebijakan pembangunan ekonomi saat ini. Tujuan utama kebijakan pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, yang salah satu bentuknya adalah kemakmuran. Kemakmuran akan tercipta karena adanya kegiatan yang menghasilkan pendapatan, sehingga pendapatan terutama pendapatan per kapita merupakan salah satu ukuran kemakmuran yang paling penting karena mencerminkan nilai total barang dan jasa yang dihasilkan dan tingkat kesejahteraan masyarakat secara rata-rata (Sihite, 2022).

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Secara umum pendapatan diartikan sebagai jumlah uang atau nilai ekonomi lain yang diterima oleh perusahaan dari berbagai sumber, terutama dari aktivitas normal seperti penjualan produk dan jasa kepada pelanggan. Menurut *Accounting Principles Board* (dalam Hutasoit et al., 2022), pendapatan didefinisikan sebagai *inflow of asset* atau peningkatan aset yang masuk ke dalam perusahaan sebagai akibat dari penjualan barang atau jasa selama periode tertentu.

Bagi UMKM sebagai suatu entitas bisnis yang berorientasi *profit*, maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar. Kemampuan suatu usaha untuk membiayai semua kegiatan yang mendukung berkelanjutan usahanya sangat dipengaruhi oleh seberapa besar pendapatan diperoleh dari usaha tersebut. Semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar pula potensi kemandirian finansialnya untuk membiayai kegiatan operasionalnya sendiri. Besarnya jumlah pendapatan akan menghasilkan arus kas yang lebih tinggi dan margin keuntungan yang lebih baik, sehingga memungkinkan usaha untuk mengurangi ketergantungan pada utang atau pendanaan eksternal untuk kegiatan sehari-hari (Sari dan Suryana, 2021).

Namun, ditengah kelesuan kondisi ekonomi global dan persaingan bisnis yang semakin tinggi dan dinamis saat ini, UMKM harus bisa menjawab tantangan tersebut. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan perkembangan zaman, salah satunya melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi digital, baik dalam proses produksi, pemasaran, termasuk untuk transaksi pembayaran. Adaptasi pada perkembangan teknologi digital tersebut menjadi salah satu kunci UMKM untuk naik kelas menjadi lebih kuat dan maju. Melalui inovasi dan digitalisasi proses bisnis akan dapat mendorong perbaikan daya saing UMKM dan peningkatan skala ekonomi usaha ke taraf yang lebih tinggi. Proses digitalisasi dalam setiap langkah pengembangan UMKM akan membuka peluang penguatan mata rantai aktivitas UMKM, dimulai dari pengadaan bahan baku, proses pengolahan atau produksi, hingga pemasaran hasil untuk menghasilkan model bisnis baru berbasis digital yang lebih efisien dan berdaya saing tinggi di era modern (Putri dan Widadi, 2024).

Di berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia, model bisnis berbasis digital sudah berkembang secara pesat dan memberikan kontribusi yang besar di sektor ekonomi. Salah satu hal yang menyebabkan pesatnya perkembangan bisnis digital adalah meningkatnya pengguna internet. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengguna internet di seluruh dunia terus menunjukkan peningkatan. Meningkatnya jumlah pengguna internet memberikan peluang baru dalam dunia bisnis, yaitu terciptanya sebuah konsep perdagangan berbasis internet yang sering dikenal dengan *e-commerce*. Berbagai transaksi, mulai dari penjualan, pembelian, distribusi, hingga pemasaran barang dan jasa dapat dilakukan dengan memanfaatkan *e-commerce*. Hal ini karena teknologi informasi memberikan kemudahan bertransaksi secara cepat, tepat, dan akurat (Lovita dan Susanty (2021).

Menurut Karmawan (dalam Asri, 2021), *e-commerce* adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*). Berkembangnya bisnis *e-commerce* telah merubah beberapa perilaku konsumen salah satunya adalah kebiasaan berbelanja di pusat perbelanjaan atau toko yang sekarang mulai beralih dengan menggunakan media online. Dengan menggunakan *e-commerce*, proses pemasaran dan penjualan dapat dilakukan kapan saja tanpa terikat ruang dan waktu.

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir ini perkembangan dengan pesat sehingga memicu perubahan dalam berbagai aspek masyarakat dari aspek sosial hingga ekonomi dan politik. Kehadiran teknologi internet menjadi semakin penting dan memaksa kita untuk selalu bertindak dengan cepat, praktis, efektif, dan efisien, terutama dalam melakukan proses transaksi. Kemampuan *e-commerce* menggeser perdagangan konvensional tidak lepas dari keunggulan kegiatan usaha berbasis *e-commerce*, yakni efektif dan efisien. *E-commerce* dianggap efektif karena memungkinkan untuk menjangkau konsumen secara lebih cepat dan luas. Efisien karena perusahaan bisa mendapatkan efisiensi dalam hal pemasaran, tenaga kerja, dan *overhead cost*. Misalnya, perusahaan tidak perlu lagi mencetak katalog baru dan mengirimkannya kepada setiap konsumen karena para konsumen dapat melihat langsung di situs web mengenai informasi produk dan harganya dari detik ke detik (Bahtiar, 2020).

Penggunaan *e-commerce* sebagai media promosi dan pemasaran memberikan manfaat dan keuntungan berupa peningkatan volume penjualan dan pendapatan. Hal itu dibuktikan dari hasil beberapa penelitian, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Rahmayani *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa efektivitas dan efisiensi penggunaan *e-commerce* memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam mendongkrak volume penjualan dan meningkatkan pendapatan, artinya *e-commerce* sangat dibutuhkan untuk mempromosikan produk-produk industri sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan pendapatan.

Adanya pengaplikasian *e-commerce* inilah yang diasumsikan peningkatan omset dalam pelaku UMKM dikarenakan di satu sisi segala bentuk mekanisme pemasaran yang dilakukan selama pelaksanaan bisnis banyak ditunjang oleh kemudahan teknologi digital. Namun, di lain sisi hal ini menimbulkan problematika terhadap masyarakat Indonesia yang dirasa masih kurang respons dalam segala bentuk dinamika perubahan di lini aktivitas ekonomi. *E-commerce* sebagai sebuah mekanisme penerapan bisnis digital diarahkan untuk dapat membantu dalam pengembangan UMKM yang geliatnya sudah cukup terlihat di wilayah NTB (Lismula, 2022).

Di Kabupaten Sumbawa, keberadaan UMKM memiliki peran yang sangat strategis dalam rangka peningkatan perekonomian daerah. Untuk itu, pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa perlu mendapatkan perhatian yang lebih serius dalam rangka peningkatan kemampuan pengusaha untuk bersaing pada pasar regional dan nasional. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi, mengingat kegiatan usahayannya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan pada kelompok masyarakat berpendapatan rendah yang menjadi jumlah mayoritas di Kabupaten Sumbawa.

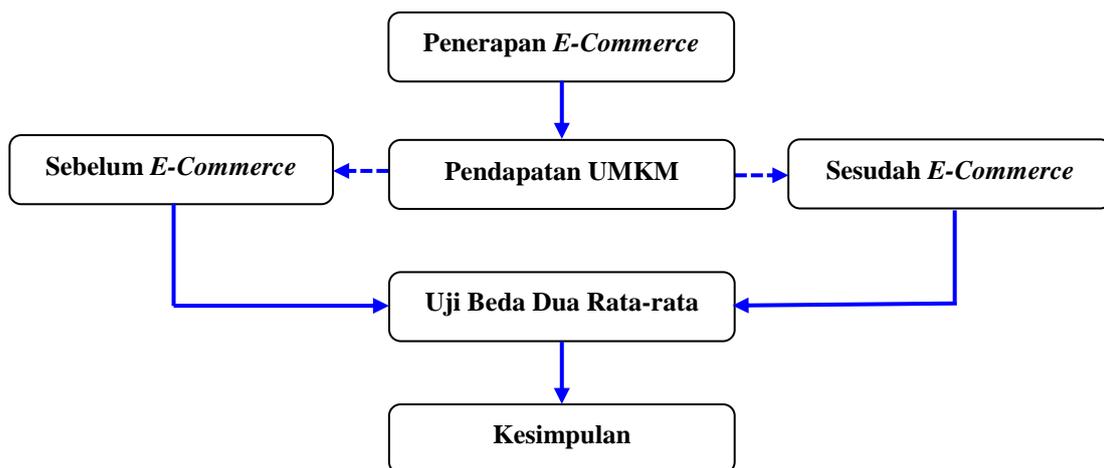
Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui seberapa besar dampak penggunaan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa dengan cara membandingkan tingkat pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum dan

sesudah penerapan *e-commerce* dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran. Pada penelitian ini, penulis mengangkat judul tentang **Dampak Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Bidang E-Commerce Terhadap Pendapatan Usaha Mikro di Kabupaten Sumbawa**. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan bukti empiris tentang kontribusi *e-commerce* dalam mendukung kemajuan UMKM sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam mengambil kebijakan untuk mendorong pertumbuhan UMKM di Kabupaten Sumbawa.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka penelitian ini termasuk penelitian komparatif. Menurut Hasan (2018), analisis komparasi atau perbandingan adalah prosedur statistik guna menguji perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Metode komparatif digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk membandingkan pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum memanfaatkan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* ( $X_1$ ) dan sesudah memanfaatkan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* ( $X_2$ ). Adapun UMKM yang menjadi lokasi dilaksanakannya penelitian ini adalah Butik Yana Sumbawa Besar. Adapun kerangka konseptual yang dibangun dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sekaran dan Bougie (2019), data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka bukan dalam bentuk kata-kata. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pendapatan sebelum dan sesudah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* pada UMKM di Kabupaten Sumbawa, yang dalam hal ini adalah Butik Yana yang menjadi lokasi penelitian.

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Ismail (2018), data sekunder merupakan data yang didapat oleh peneliti dari sumber informasi kedua, seperti yang didapat dari perpustakaan ataupun laporan-laporan dari penelitian terdahulu. Peneliti mengumpulkan data dari laporan tahunan, dokumen dan arsip yang telah dikumpulkan dan disusun oleh UMKM Butik Yana yang memuat informasi yang dibutuhkan berkenaan dengan objek yang dikaji dalam penelitian ini.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik dokumentasi. Menurut Narimawati, *et al.* (2020), teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen yang terdapat pada instansi. Dari asal katanya dokumentasi, yakni dokumen, yang berarti catatan peristiwa yang sudah berlalu. Oleh karena itu, penggunaan metode dokumentasi pada penelitian ini dilakukan dengan mempelajari catatan tertulis, seperti laporan tahunan, dokumen dan arsip yang terdapat pada UMKM Butik Yana yang memuat informasi mengenai pendapatan yang diperoleh dalam beberapa tahun terakhir, yakni tahun 2023-2024.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik uji beda dua rata-rata. Teknik statistik uji beda adalah teknik statistik yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara keadaan atau sesuatu yang terdapat pada kelompok-kelompok. Menurut Misbahuddin dan Hasan (2022), analisis komparatif atau analisis komparasi atau uji beda adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Teknik pengujian ini meliputi, uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, uji *paired samples statistics*, uji *paired samples correlations*, dan uji *paired samples t-test*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

#### 1. Pengujian Normalitas Data

Menurut Sujarweni (2020), uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal *Kolmogorov-Smirnov* (KS). Pedoman pengambilan keputusan dalam uji normalitas KS, yaitu jika nilai probabilitas atau signifikansi hasil pengujian KS lebih besar dari 0.05 ( $\text{asyp.sig} > 0.05$ ), maka data terdistribusi normal, namun jika nilai probabilitas uji KS lebih kecil dari 0.05 ( $\text{asyp.sig} < 0.05$ ), maka data tidak terdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas data menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Normalitas *One Sample Kolmogorov Smirnov***  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.79791232E6
Most Extreme Differences	Absolute	.164
	Positive	.164
	Negative	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		.568
Asymp. Sig. (2-tailed)		.904
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2025.

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (signifikansi) uji KS yang diidentifikasi melalui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0.904 lebih besar dari nilai taraf nyata 0.05 ( $0.904 > 0.05$ ). Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas data dalam penelitian ini sudah terpenuhi sehingga data layak untuk digunakan.

## 2. Pengujian *Paired Samples Statistics*

Menurut Sugiyono (2021), *paired samples statistics* merupakan uji parametric yang digunakan untuk pengujian pada dua data berpasangan. Tujuan dari uji ini adalah untuk menggambarkan nilai deskriptif masing-masing variabel pada sampel berpasangan, adakah perbedaan nilai rata-rata antara dua sample yang saling berpasangan atau berhubungan. Hasil pengujian *paired samples statistics* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 2. Hasil Pengujian *Paired Samples Statistics***

### *Paired Samples Statistics*

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Sebelum E-Commerce	8,150,000.00	12	4,547,576.77730	1,312,772.33827
	Sesudah E-Commerce	12,500,000.00	12	4,389,916.13090	1,267,259.62995

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2025.

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai rata-rata pendapatan yang diperoleh UMKM Butik Yana sebelum diterapkannya *e-commerce* dibidang pemasaran adalah sebesar Rp.8.150.000,-, sedangkan sesudah diterapkannya *e-commerce* adalah sebesar Rp. 12.500.000,-. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pendapatan yang diperoleh UMKM Butik Yana sesudah diterapkannya *e-commerce* dalam mendukung kegiatan pemasaran. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* berdampak positif terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa.

## 3. Pengujian *Paired Samples Correlations*

Menurut Sugiyono (2021), *paired sampel correlations* adalah uji parametric yang digunakan untuk pengujian pada dua data berpasangan. Pengujian *paired sampel correlations* bertujuan untuk menunjukkan korelasi antara dua variabel atau menunjukkan tingkat hubungan antar kedua variabel pada sampel yang berpasangan. Hal ini diperoleh dari koefisien korelasi *pearson bivariat* (dengan uji signifikan dua sisi) untuk setiap pasangan variabel yang dimasukkan.

Hasil pengujian *paired sampel correlations* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini

**Tabel 3. Hasil Pengujian *Paired Samples Correlations***

### *Paired Samples Correlations*

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Sebelum E-Commerce & Sesudah E-Commerce	12	.268	.400

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2025.

Berdasarkan hasil pengujian *paired samples correlations* yang ditunjukkan dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien kolerasi antara pendapatan UMKM Butik Yana sebelum dan sesudah diterapkannya *e-commerce* dibidang pemasaran adalah sebesar 0.268. Mengacu pada kriteria koefisien korelasi *r pearson product moment* yang dikutip dari Sarwono (2018), nilai korelasi sebesar 0.268 berada pada kategori rendah/lemah. Sedangkan nilai probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan adalah sebesar 0.400 lebih besar dari nilai taraf nyata 0.05 ( $0.400 > 0.05$ ). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa.

#### 4. Pengujian *Paired Samples T-Test*

Uji *paired sample t-test* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah perlakuan ataupun keadaan yang berbeda akan memberikan hasil yang berbeda pada nilai rata-rata secara statistik. Menurut Priyatno (2018), uji t sampel berpasangan atau uji *paired samples t-test* digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok data yang berpasangan. Pengambilan keputusan didasarkan atas perbandingan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  serta perbandingan nilai probabilitas (signifikansi) yang dihasilkan dengan taraf nyata 5% (0.05). Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  dan nilai probabilitas (sig.) hasil perhitungan lebih kecil dari taraf nyata 0.05 (sig.<0.05), maka terdapat perbedaan yang signifikan antara dua sampel berpasangan yang diteliti.

Pada penelitian ini, uji *paired samples t-test* dilakukan untuk menguji perbedaan pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Hasil pengujian *paired samples t-test* menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4. Hasil Pengujian *Paired Samples Test***

		<i>Paired Samples Test</i>					t	df	Sig. (2-tailed)
		Paired Differences							
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum	-			-	-	-2.785	11	.018
	<i>E-Commerce</i>	4,350,00	5,409,923.	1,561,710.	7,787,30	912,698.			
	& Sesudah	0.	54172	40655	1.	57081			
	<i>E-Commerce</i>	00			42919				

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2025.

Berdasarkan hasil pengujian *paired samples t-test* yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar -2.785, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df=n-k=12-2=10$ ) dan pada taraf signifikan 5% (0.05) adalah sebesar -2.228 sehingga nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $-2.785 > -2.228$ ), sedangkan nilai probabilitas (sig.) hasil perhitungan adalah sebesar 0.018 lebih kecil dari pada nilai  $\alpha$  0.05 ( $0.018 < 0.05$ ). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan yang positif dan signifikan tingkat pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Pendapatan yang diperoleh UMKM di Kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan setelah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*.

## Pembahasan

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah *information and communication technology* (ICT) dan internet telah membuka peluang baru sekaligus tantangan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Perkembangan ICT yang semakin pesat telah membuka peluang baru bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing mereka. Inovasi dalam konteks ini mencakup berbagai aspek, mulai dari produk, proses, hingga model pemasaran bisnis yang digunakan oleh UMKM.

Namun kondisi ini menimbulkan persaingan dalam dunia usaha semakin ketat dan sulit. Ketika seorang wirausahawan (*entrepreneur*) tidak mampu bersaing menghadapi perkembangan yang ada, maka akan sulit untuk melihat peluang untuk bertahan ataupun memperluas usahanya. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang komprehensif dan strategis agar tantangan tersebut dapat diatasi, salah satunya adalah dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik dan sesuai dengan perkembangan zaman, yaitu melalui optimalisasi pemanfaatan teknologi digital di bidang *e-commerce* dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran. Adaptasi pada perkembangan teknologi digital tersebut menjadi salah satu kunci UMKM untuk naik kelas menjadi lebih kuat dan maju. Melalui inovasi dan digitalisasi proses bisnis akan dapat mendorong perbaikan daya saing UMKM dan peningkatan skala ekonomi usaha ke taraf yang lebih tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Tujuan tersebut dapat tercapai dengan cara membandingkan tingkat pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang ( $X_1$ ) dan sesudah pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* dalam mendukung kegiatan promosi dan pemasaran ( $X_2$ ).

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat perbedaan positif tingkat pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah memanfaatkan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Pendapatan yang diperoleh UMKM di Kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan setelah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* merupakan aspek yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Melalui penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* dapat membantu para pelaku UMKM dalam menyampaikan produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen secara lebih efektif, cepat dan murah. Hal ini dapat memudahkan pelaku UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan aktivitas penjualan.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM dalam pengembangan usahanya adalah pemasaran. *E-commerce* memberikan solusi dimana dengan modal yang relatif kecil suatu usaha atau bisnis dapat dilakukan. Kemajuan ICT dan internet yang digunakan dalam konsep *e-commerce* memungkinkan suatu media memberikan informasi yang dapat diakses dari berbagai penjuru dunia manapun selama jaringan internet tersedia. Mudahnya akses internet baik melalui jaringan *wireless fidelity* (wifi) ataupun perangkat gadget mampu memberikan kemudahan wirausahawan untuk memberikan dan menyampaikan informasi mengenai suatu produk atau jasa yang dicari oleh konsumen. Jadi, bagi UMKM, *e-commerce* berperan ganda yaitu sebagai toko virtual sekaligus berperan sebagai media promosi yang murah dan tepat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprilyan, *et al*, (2022), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan penggunaan *e-commerce* terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat, yang berarti bahwa semakin tinggi penggunaan *e-commerce* pada UMKM, maka semakin meningkat pendapatan UMKM di Kabupaten Lombok Barat. *E-commerce* dapat membantu sektor UMKM dalam menyampaikan informasi yang berkualitas kepada konsumen, dan memungkinkan para pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih jauh sehingga membuka peluang bisnis yang lebih baik bagi UMKM guna meningkatkan pendapatan dan memperoleh keuntungan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan yang positif dan signifikan tingkat pendapatan UMKM di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Pendapatan yang diperoleh UMKM di Kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan setelah diterapkannya teknologi informasi dalam bidang *e-commerce*. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* merupakan aspek yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Melalui penerapan teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* dapat membantu para pelaku UMKM dalam menyampaikan produk atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen secara lebih cepat dan murah. Hal ini dapat memudahkan pelaku UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan aktivitas penjualan.

## **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan hasil temuan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah:

### **1. Bagi Pemerintah Daerah**

Pengembangan dan pemberdayaan UMKM merupakan hal yang sangat penting bagi perekonomian karena UMKM merupakan penggerak roda perekonomian masyarakat. Untuk itu, peran pemerintah sangat diperlukan dalam mendukung pengembangan dan pemberdayaan UMKM di Kabupaten Sumbawa. Pemerintah harus memberikan kebijakan dan regulasi yang mendukung perkembangan UMKM, seperti pengurangan biaya dan perizinan yang lebih mudah, serta program pengembangan SDM dan pembinaan bisnis untuk UMKM. Dengan berkembangnya sektor UMKM diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga taraf kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik.

### **2. Bagi Pelaku UMKM**

Sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan adopsi teknologi informasi dalam bidang *e-commerce* pada UMKM. Oleh karena itu, kemampuan SDM UMKM dalam bidang TIK harus ditingkatkan dengan secara rutin mengikuti berbagai kegiatan pengembangan diri, baik melalui pendidikan formal maupun non formal. Dengan demikian, SDM UMKM memiliki keterampilan yang memadai dalam memanfaatkan dan menggunakan TIK guna menunjang aktivitas penjualan dan pemasaran produk dan jasa yang dihasilkan sehingga dapat membantu UMKM untuk tumbuh serta meningkatkan pendapatannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilyan, Y., Sasanti, E.E., & Nurabiah. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Risma: Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2): 292-306.
- Asri, J.D. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi dan E-Commerce Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei Pada UMKM Sentra Kampung Batik Giriloyo Imogiri Bantul Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Publik (JEKP)* 8(2): 116-131.
- Bahtiar, R.A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan Dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(1): 13-25.
- Fitriyani, I., Haryadi, W., Sumbawati, N.K., Asmini, & Kamaruddin. (2025). Strategi Kompetitif Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, 10(1): 58-62.
- Fitriyani, I., Mustofa, A., & Yunus, E. (2025). Strategi Inovasi Produk UMKM Dalam Menghadapi Globalisasi Melalui Digitalisasi. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(8): 923-931.
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2): 157-172.
- Hapsari, Y.A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(4): 53-62.
- Hasan, M.I. (2018). *Pokok Pokok Materi Statistik Statistik Deskriptif Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hutasoit, N.P., Nurfaizah, B.C., & Gunardi. (2022). Pengaruh Biaya Operasional terhadap Pendapatan Pada Perum Damri Cabang Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(1): 92-97.
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Utama.
- Lismula, R.J.A. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, 1(2): 107-118.
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman E-Commerce dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, 18(2): 47-54.
- Misbahudin, & Hasan, I. (2022). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (Edisi Kedua)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winarti, M.B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Pamungkas, B.D., Suprianto, Sudiyarti, N., & Mujanah, S. (2025). Samota Car Free Day Revitalises the Economy of Local UMKM Players in Sumbawa District. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 4(4): 634-644.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS: Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, P.L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi dalam Pengembangan Model Bisnis UMKM di Era Digital. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(4): 180-189.
- Rahmayani, M.W., Hernita, N., Gumilang, A., & Riyadi, W. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan Desa Cibodas. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1): 131-140.
- Sari, E.P., & Suryana, A. (2021). Pengaruh Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan Terhadap Harga Saham Pada PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk (Studi Kasus Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 2(1): 145-169.
- Sarwono, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian 6<sup>th</sup> Edition*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sembiring, P.Y.S.B., Sari, R.L., & Ruslan, D. (2023). Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(2): 6698-6710.
- Sihite, R. (2022). Analisis Pengaruh Pendapatan Perkapita, Jumlah Konsumsi Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten/ Kota Provinsi Kalimantan Tengah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan dan Pariwisata (JEPP)*, 2(1): 46-57.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yuliana, Sumbawati, N.K., Kurniawansyah, Ismawati, & Sutrisno, E. (2025). Analisis Pengaruh Manajemen Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Era Digital. *Optimal: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1): 498-509.