

**PENGARUH *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN
UMKM KECAMATAN MASAMBA
KABUPATEN LUWU UTARA**

Nurul Ulfi¹⁾, Hapid²⁾, Andi Dahri AP³⁾

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Palopo

Email: Ulfipagessa@gmail.com

ABSTRACT : This study aims to determine the effect of *E-Commerce* on the income of MSMEs in Masamba District, North Luwu Regency. This study uses a quantitative approach with secondary data sourced from questionnaires distributed to fifty MSME actors spread across several villages in Masamba District, North Luwu Regency. The sampling technique used purposive sampling by determining the criteria for SMEs using *E-Commerce* and using slovin analysis to obtain the required sample, the method of analysis used is simple linear regression analysis.

Keywords: *E-Commerce, UMKM Income*

INTISARI : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Commercer* terhadap pendapatn UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari angket yang disebarakan kepada lima puluh pelaku UMKM yang tersebar di beberapa desa di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Teknik penentuan sampel menggunakan *purpossive sampling* dengan menentukan kriteria UMKM yang menggunakan *E-Commerce* dan digunakan analisis slovin untuk mendapatkan sampel yang dibutuhkan, metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil uji hipotesis didapatkan hasil bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

Kata Kunci : *E-Commerce, pendapatn UMKM.*

PENDAHULUAN

Negara-negara berkembang termasuk Indonesia pastinya melaksanakan usaha-usaha pembangunan. Pembangunan tersebut dilakukan di berbagai sektor diantaranya yaitu sektor ekonomi, sektor politik, sektor sosial budaya dan lain-lain. Upaya pembangunan tersebut dilakukan untuk mengembangkan perekonomian di Indonesia dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dan mengantarkan Indonesia memasuki era modernisasi.

Salah satu pembangunan yang sedang dijalankan oleh pemerintah saat ini adalah melalui pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi mengarah pada kebijakan yang diambil pemerintah guna mencapai kesempatan kerja dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Tujuan pembangunan ekonomi sendiri mencakup dalam pengendalian tingkat inflasi dan juga meningkatkan taraf hidup masyarakat. Akan tetapi yang menjadi pokok permasalahan dalam pembangunan ekonomi pada umumnya adalah distribusi pendapatan yang tidak merata (Budi Wahyono, 2017).

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi nasional, UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja serta menjadi aksentuasi dalam sistem ekonomi kerakyatan dimana keberadaannya mampu mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, selain itu UMKM juga bertindak dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan.

Adanya UMKM merupakan satu hal yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, yang mana UMKM mampu mengatasi permasalahan

Ekonomi yang tidak kondusif. Hal ini di buktikan ketika perekonomian di Indonesia sedang mengalami krisis, banyaknya perusahaan yang stagnan bahkan bangkrut sektor bisnis ini tetap berdiri. Ini karena meskipun pendapatan masyarakat berkurang oleh adanya krisis moneter namun tidak berpengaruh dalam permintaan barang dan jasa yang di hasilkan oleh UMKM. Berbeda dengan sektor bisnis dengan skala yang besar ketika krisis moneter terjadi maka permintaan pasarnya akan berkurang. Sehingga dengan adanya koperasi dan UKM akan menopang perekonomian negara.

Selama pandemi *Covid-19* terjadi peningkatan pembayaran tanpa kontak (*contactless payment*) sebesar 26% di Indonesia. Sementara itu, metode pembayaran lainnya seperti cash dan penggunaan kartu debit/ kredit mengalami penurunan. Hal ini salah satunya karena berkurangnya risiko belanja tatap muka dan penggunaan uang tunai saat bertransaksi. Kehadiran *E-Commerce* dianggap sebagai angin segar bagi pelaku UMKM, hal ini disebabkan pemanfaatan *e-commerce* dianggap lebih efisien serta memiliki jangkauan pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Fatmariansi (2011) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi adopsi teknologi informasi sistem *E-Commerce* dalam UMKM, maka semakin tinggi pula kinerja dari UMKM tersebut.

Pemerintah kabupaten Luwu utara telah melakukan berbagai upaya dalam memasarkan produk khususnya yang di lakukan oleh pelaku UMKM kabupaten Luwu Utara. Selain pemasaran produk yang telah merambah ke toko salah satunya dengan memanfaatkan teknologi Di kabupaten luwu utara provinsi

Sulawesi selatan tercatat 12,807 UMKM Sumber. Dinas perdagangan, perindustrian koperasi dan UKM Kabupaten Luwu Utara Kecamatan Masamba (ray, 2017).

Sementara itu, Centra Bisnis Masamba kini menjadi pusat perdagangan modern di Kota Masamba. Di mana ada sekitar 200-an pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dapat berjualan di tempat tersebut. sejak diresmikan pemanfaatannya oleh Bupati Luwu Utara, Indah Putri Indriani, di kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 2020, Sentra Bisnis Masamba seperti mendapat nafas tambahan untuk hidup kembali pasca banjir bandang yang menerjang luwu utara 13 juli 2020 lalu.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara”**.

TINJAUAN PUSTAKA

E- Commerce

Secara sederhana, *E-Commerce* atau *electronic commerce* dapat di artikan sebagai aktivitas jual beli dengan memanfaatkan jaringan komunikasi elektronik atau internet. Baik penjual maupun pembeli, keduanya harus terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi. (Putra, 2019). Dalam hal ini website berperan sebagai toko atau etalase untuk memamerkan barang-barang yang di jual. Seluruh transaksi seperti memilih barang, komunikasi antara penjual dan pembeli hingga proses pembayaran, semuanya di lakukan secara *online*. (Putra, 2019)

Pendapatan

Peningkatan Pendapatan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Peningkatan adalah proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya). Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal Kieso, Warfield dan Weygandt (2011;955) dalam Haryono dan Nurlaela (2018;154)

Usaha Mikro Kecil & Menengah

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menyebutkan definisi UMKM sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Selanjutnya hipotesis akan di uji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Hipotesis dari penelitian ini adalah "Diduga bahwa *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara"

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Kecamatan Masamba yang terdaftar di dinas perdagangan, perindustrian koperasi dan UKM Kabupaten Luwu Utara Kecamatan Masamba berjumlah 814 pelaku UMKM dengan menggunakan kriteria tertentu. Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel *sampling purposive* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2014). Adapun kriteria pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah: UMKM yang sudah terdaftar di database UMKM Kabupaten Luwu Utara serta menggunakan *E-Commerce* dalam menjual produknya. Populasi penelitian adalah sebanyak 100 UMKM di kecamatan Masamba yang masuk dalam kriteria pelaku UMKM. Berdasarkan uji slovin maka didapatkan sampel sebanyak 50

UMKM dari total populasi sebanyak 100 UMKM pengguna *E-Commerce* yang berada di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara.

Variabel penelitian dan Defenisi oprasional

Variabel Independent (X)

Variabel ini biasa disebut dengan variable bebas. Adapun variable independent dalam penelitian ini adalah E-Commerce

Variabel Dependent (Y)

Variabel ini biasa disebut dengan variabel terikat. Adapun variabel *dependent* dalam peelitian ini adalah pendapatan

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas adalah item yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam sebuah kuesioner atau skala.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur.

An]]alisis data

Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitianini, analisis regresi linier sederhana berperan sebagai teknik statistic yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

Uji signifikan parsial (Uji T), uji ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas dan variabel te

rikat secara parsial (individu). dengan kata lain, pengujian ini dilakukan untuk melihat keberartian masing-masing variabel secara terpisah (parsial) terhadap variabel tidak bebas.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji hipotesis parsial parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian

Perilaku belanja online sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia. Terlebih lagi Indonesia merupakan pasar *E-Commerce* terbesar di Asia Tenggara. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. Hal ini disebabkan daerah Luwu Utara memiliki topografi yang didominasi oleh pegunungan dan dataran tinggi, sehingga penggunaan *E-Commerce* sangat sulit, hal tersebut disebabkan kurangnya sarana dan prasarana penunjang proses transaksi *E-Commerce*, salah satu masalah yang krusial adalah masalah jaringan internet serta kurangnya *Automatic Teller machine* (ATM) yang tersedia di beberapa daerah di Kabupaten Luwu Utara sehingga membuat masyarakat tidak tertarik dalam berbelanja menggunakan *E-Commerce*.

Selain sarana dan prasarana yang kurang memadai masalah yang membayangi transaksi *E-Commerce* adalah masalah keamanan. Saat ini transaksi *E-Commerce* belum memiliki perlindungan hukum, sehingga rawan terjadi penipuan. Hal tersebut membuat masyarakat lebih waspada dan lebih nyaman

berbelanja menggunakan metode konvensional dengan mendatangi langsung toko barang yang ingin dibeli.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. *E-Commerce* mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 12% pola hubungan tersebut tergolong lemah dan kemampuan *E-Commerce* dalam mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 1,4% sedangkan 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *E-Commerce* berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. *E-Commerce* mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 12% pola hubungan tersebut tergolong lemah dan kemampuan *E-Commerce* dalam mempengaruhi pendapatan UMKM sebesar 1,4% sedangkan 99,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

1. Bagi pelaku UMKM disarankan untuk lebih tanggap dalam melihat peluang yang ada sehingga dapat tumbuh dan berkembang, selain itu UMKM perlu adanya inovasi untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk yang dipasarkan.
2. Bagi Pemerintah disarankan untuk memberikan perhatian bagi pelaku UMKM agar pelaku UMKM diberikan pelatihan penggunaan teknologi, mengingat saat ini transaksi jual beli sudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Achjari, D. 2005 Potensi Manfaat Dan Problem di *E-Commerce*, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 15 (3) Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta :388-395
- Agustyan. F, 2017. Pengaruh *E-Commerce*, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Industry Ekonomi Kreatif. *Skripsi*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Lampung
- Anwar, S & Rahayu, A. 2017, analisis factor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki Lima Kota Tarakan, *Jurnal Ekonomika*, Vol 8 (2). Universitas Borneo Tarakan.
- Arik Santini, K.N.L &, I Gede. K.B. 2018, Pengaruh Perputaran Modal Kerja Ukuran Perusahaan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas Perusahaan Tekstil Dan Garmen, *E Jurnal Manajemen Unud*, vol 7 (12) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana. Bali : 6502-6531
- Alif Muhammad & Septiana N, 2016 . Penerapan *E-Commerce* Pada Umkm Sulam Airguci Di Kalimantan Selatan , *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*. Universitas lambung Mangkurat : 44-55
- Ernawati. N, 2017. pengaruh Kesiapan Modal Dan Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Skripsi* Program Studi Akuntansi Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
- Fadila U. Nur, Hanim M. Astuti & Feby A. Muqtadiroh, 2014. Analisis Faktor Kesuksesan *E-Commerce* Pada Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Jawa Timur *Jurnal Teknik Pomits* 1 (1) : 1-10
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S dan Nurlaela. 2018. Efektifitas Penggunaan Media *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Depok Dilihat Dari Etika Bisnis. *Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian & Pengabdian kepada Masyarakat* . Jakarta, 2 Agustus 2018 152-160.
- Helmalia dan Afrinawati. 2018. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang *jurnal ekonomi dan bisnis islam* 3(2) :237-247.

- Karmin, J.F, Rosalina A.M.K, Amran, T.N. 2020 Analisis Factor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Pendapatan Di Pasar Bersehati di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 20 (01) Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi & Bisnis , Universitas Sam Ratulangi Manado
- Lesmono I.D, 2015. Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Bagipengembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model *Evolusi 3 (1) : 49-62*
- Maryama. S, 2013 . Penerapan *E-Commerce* dalam meningkatkan Daya Saing Usaha, *Jurnal Liquidity*. Vol. 2 (1) . Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ahmad Dahlan Jakarta. 73-79
- Nanda, N.N 2019, Pengaruh *E-Commerce*, Harga, Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Souvenir Baju Khas Medan Tauko Medan, *Tesis, Magister Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara Medan*
- Nuryanti. 2013, Peran *E-Commerce* dalam meningkatkan daya saing Usaha kecil dan Menengah. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Kampung Bina Widya Pekanbaru 21 (4) :1-15
- Putra, 2019. *Salamadian Muda & Berilmu*. salamadian.com. 14 mei 2020
- Ray, r. 2017. *Daftar Rincian UMKM Perkecamatan tahun 2016*. Dinas Perdagangan Perindustrian, Koperasi dan UKM Kabupaten Luwu Utara Kecamatan Masamba: <http://dp2kukm.luwuutara.go.id> 14 Mei 2020
- Rumerung, D. 2018 Analisis Tingkat Keberhasilan Usaha-Usaha Kecil Mikro dan Menengah Di Kabupaten Maluku Tengah, *Jurnal Sosoq*, Vol. 6 (1). Program studi Ekonomi Pembangunan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pattimura.
- Sa'ad, W. Nabila. 2017. Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Pisang Bandarlampung Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam. *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung*
- Salamah I, Aryanti, Lindawati dan Asriyadi, 2017. Model Penerimaan Teknologi *E-Commerce* UMKM Kain Tenun Songket Kota Palembang . *Prosiding Annual Research Seminar 2017 Computer Science and ICT* 3 (1) : 109-
- Sari, N.A . 2019. Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar. *Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*
- Setyorini. D, Nurhayaty. E dan Rosmita, 2019. Pengaruh Transaksi Online Terhadap (*E-Commerce*) Terhadap Peningkatan Laba UMKM. *Jurnal Mitra Manajemen* Mei 2019 Universitas Bina sarana Informatika. 3 (5) :501-509

Sholihin. M dan Mujilahwati. S, 2016. Dampak pemanfaatan UMKM terhadap peningkatan penjualan di UMKM, *Jurnal teknika*. Universitas Islam Lamongan. 8 (1) : 761-769

Widyayanti dan Rosalina, 2019 Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran Sistem Pembayaran Dari Tunai Ke *Non-Tunai/Online Payment* Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha (Studi Pada Umkm Di Yogyakarta)