



**PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN
UMKM DI KOTA PROBOLINGGO JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun Oleh:

Yudi Purwanto

21801081341



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2022**

PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI KOTA PROBOLINGGO JAWA TIMUR

Oleh :

Yudi Purwanto

21801081341

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan Umkm Di Kota Probolinggo Jawa Timur. Penelitian ini termasuk jenis *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif, yang dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel-variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Probolinggo. Dari populasi ini akan ditetapkan sampel dengan metode rumus dari slovin sehingga diperoleh sampel 99 sampel. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t terdapat pengaruh antara variabel pemanfaatan *e-commerce* terhadap variabel pendapatan UMKM di Kota Probolinggo. *R Square* sebesar 17,3% terhadap variabel dependen yakni pendapatan UMKM (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan *e-commerce* (X) sedangkan 82,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Kata kunci: Pendapatan UMKM, Pemanfaatan *E-Commerce*

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of the use of e-commerce on the income of SMEs in Probolinggo City, East Java. This research belongs to the type of explanatory research with a quantitative approach, which was conducted to examine the effect between variables. The population in this study is MSMEs in Probolinggo City. From this population a sample will be determined using the formula method of Slovin so that a sample of 99 samples is obtained. Data analysis in this study consisted of instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination test.

The results of this study indicate that based on the results of the t test there is an influence between the variables of e-commerce utilization on the income variable of MSMEs in Probolinggo City. R Square of 17.3% to the dependent variable, namely MSME income (Y) can be explained by the variable of e-commerce utilization (X) while 82.7% is explained by other variables outside the research model.

Keywords: UMKM Income, Utilization of E-Commerce

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini banyak usaha-usaha baru yang sedang bermunculan. Bukan hanya usaha besar saja tetapi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga bermunculan seiring dengan adanya perkembangan teknologi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain itu, juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja dan memberi kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) bisa menjadi prioritas sistem ekonomi masyarakat untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran. Keberadaan UMKM merupakan hal yang sangat penting dalam perekonomian jika kondisi ekonomi tidak kondusif, UMKM merupakan alternatif yang mampu mengurangi beban berat yang dihadapi perekonomian nasional.

Di Indonesia pemberdayaan UMKM adalah langkah yang sangat tepat dalam meningkatkan serta memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat. Selain itu pemberdayaan UMKM juga digunakan untuk meningkatkan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian yang baik (Anonimius, 2015). Pemberdayaan UMKM diarahkan untuk membangun kemandirian serta persaingan melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, penguatan skala ekonomi dan penerapan iptek. Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan

perkembangan pesat teknologi telah memberikan dampak yang sangat luar biasa dan persaingan yang sangat hebat di kalangan pengusaha yang mengakibatkan perubahan ekonomi dunia menjadi sangat pesat.

Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, maka dalam operasional usaha juga harus diiringi dengan pemanfaatan teknologi yang mumpuni juga. Faktor pemasaran dan pengenalan produk sudah mulai dilakukan melalui *e-commerce* yang tersambung ke jaringan internet. Sebenarnya secara tidak sadar masyarakat telah menggunakannya dalam proses memenuhi kebutuhan sehari-harinya, tetapi tanpa memahami banyak hal bahwa *e-commerce* sebenarnya bisa dijadikan sumber pendapatan bagi para pelaku usaha.

Penggunaan *e-commerce* merupakan keharusan dalam dunia usaha yang semakin banyak untuk selalu mengikuti perkembangan dunia global serta mengharuskan untuk selalu bertindak kreatif dan inovatif. *E-commerce* merupakan perusahaan yang menawarkan penjualan atau mempromosikan produk atau jasa secara online. *E-commerce* sangat digemari oleh penjual karena bisa melakukan promosi dengan media online dan lebih mudah menjangkau konsumen. Selain itu, *e-commerce* sangat membantu antara konsumen dengan penjual dalam melakukan transaksi. Faktor penting dari *e-commerce* yaitu bisa mendapatkan *feedback* dari pelanggan secara cepat.

Dalam perkembangan tersebut, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM yang merupakan salah satu penopang perekonomian di Indonesia harus dapat menjawab tantangan serta mampu menjangkau

perubahan. Komunikasi pemasaran yang harus dilakukan dengan sebaik mungkin kepada calon konsumen dan kegiatan dalam melakukan periklanan harus menyebar luas kepada calon konsumen. Menurut Mursid (2017) masyarakat perlu tau siapa yang bertindak melalui periklanan tersebut.

E-commerce merupakan salah satu bagian dari UMKM untuk meningkatkan penjualan dari produk yang dijual serta *e-commerce* juga bisa menghemat waktu, biaya dan tenaga. dampak diterapkannya *e-commerce* akan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Dengan memanfaatkan *e-commerce* pemilik UMKM juga bisa melakukan komunikasi secara intensif dengan calon konsumen untuk memasarkan produk. Pemanfaatan sebuah *e-commerce* dianggap sangat penting serta merupakan salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu terhadap pendapatan sebuah UMKM. Jika suatu UMKM tidak memanfaatkan sistem *e-commerce* maka akan melemah dalam proses pemasaran suatu produknya.

Memasuki era 4.0, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) seolah-olah dituntut untuk terus mengembangkan pendapatan melalui pemanfaatan *e-commerce*, tidak terkecuali bagi para pelaku UMKM yang mewarnai kehidupan sektor ekonomi di Kota Probolinggo seperti pengolahan makanan, minuman, batik dan lain sebagainya. Perkembangan UMKM di Kota Probolinggo tumbuh sangat pesat, banyak produk yang terkenal dari UMKM di Kota Probolinggo seperti produk olahan makanan dari ikan contohnya keripik korbalan, keripik ikan teri, kerupuk ikan, keripik kulit ikan kakap, penjualan kain batik, minuman susu kedelai dan lain sebagainya. Di

Kota Probolinggo terdapat sekitar 19.253 pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan (DKUPP) Kota Probolinggo melakukan kerja sama dengan PT Telkomsel untuk melakukan pelatihan tentang transaksi online yang di ikuti sebanyak 60 pelaku UMKM di Kota Probolinggo. Pelatihan ini hanya di ikuti bagi UMKM yang sudah mempunyai kartu e-UMKM pintar, PT Telkomsel juga memberikan bantuan paket data internet guna untuk menunjang kegiatan UMKM dalam melakukan kegiatan digital online. Dalam laporannya, kepala DKUPP Fitriawati menjelaskan bahwa dengan melakukan kerja sama ini, UMKM diharapkan dapat meningkatkan produktivitas usaha serta memperluas pangsa pasar secara digital online hal ini dikarenakan masih banyak dari pelaku UMKM yang belum memanfaatkan *e-commerce* atau digital online.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti termotivasi melakukan penelitian tentang pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM di Kota Probolinggo karena masih banyak dari UMKM yang belum memasarkan produknya melalui *e-commerce*. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI KOTA PROBOLINGGO JAWA TIMUR**”.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan pelaku UMKM di Kota Probolinggo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Secara praktis

A. Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi masyarakat umum dan dapat menjadi bahan untuk memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan yaitu UMKM Kota Probolinggo tentang seberapa besar pengaruh pemanfaatan *e-commerce* terhadap pendapatan.

2. Secara teoritis

A. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan penjelasan tentang fenomena yang ada dengan teori-teori yang relevan dan sebagai referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pemanfaatan *e-commerce*.

B. Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan pedoman untuk motivasi belajar dan untuk pemanfaatan sumber pembelajaran sehingga mampu memotivasi ke depannya.

C. Penulis

Dapat memberi pengalaman dan menambah wawasan tentang meningkatkan wawasan tentang pemanfaatan *e-commerce*



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Probolinggo Jawa Timur maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel pemanfaatan *e-commerce* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel pendapatan. Hal ini menunjukkan dengan adanya *e-commerce* membuat pendapatan dari pemilik usaha akan meningkat, karena *e-commerce* dapat memudahkan dan fleksibilitas dalam kegiatan memasarkan suatu produk. Dengan adanya pelaku UMKM yang memanfaatkan *e-commerce* dapat memberikan nilai tambah dalam meningkatkan pendapatan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, karena banyak hal yang menuntut untuk perbaikan secara teknis maupun non teknis. Maka peneliti masih terus mengasah dan belajar untuk melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya, untuk keterbatasan yang perlu diperbaiki yaitu:

1. sampel yang ada pada penelitian masih kurang banyak.
2. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan kuisisioner saja dan masih jauh dari kata sempurna.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti yang menggunakan SPSS *for windows* maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah untuk terus memberikan pelatihan dalam hal penggunaan teknologi bagi para pelaku UMKM agar dapat terus mengembangkan usahanya dan meningkatkan omzet penjualannya.
2. Penelitian ini hanya melibatkan beberapa UMKM Di Kota Probolinggo untuk diteliti. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa menggunakan lebih banyak tempat penelitian sejenis untuk diteliti supaya hasil penelitian dapat mewakili pembandingan.
3. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melanjutkan penelitian dengan tema yang sama diharapkan menambah jumlah variabel, hal ini dikarenakan supaya dapat diketahui lebih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM.

Daftar Pustaka

- Aco, A., dan Endang, H. (2017). *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*. Jurnal INSYPRO (Information System and Processing), 2(1): 1-13.
- Ahmad, Ihfan, S. (2010). *Buku Pintar Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Anonimius, (2015). Tim Kementrian Koperasi dan UMKM 2015, *Rencana Strategis Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Tahun 2015-2019*, Kementrian Koperasi dan Ukm, jakarta
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi. Cetakan Kesembilan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Azwar, Saifuddin. (2016) *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baridwan, Zaki. (2014). *Intermediate Accounting*. Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Strutural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ham, F. C., Karamoy, H., dan Alexander, S. (2018). *Analisis Pengakuan Pendapatan dan Beban Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Prisma Dana Manado. Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(02).
- Hardani, Auliya, N. H, Andriani, H, Fardani, R. A. dan Ustiawaty, J. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed., p. 508). Pustaka Ilmu.
- Hastuti, D., dan Waluyo, H. (2015). *Kamus Terbaru Ekonomi Dan Bisnis*. Reality Publisher.
- Helmalia, H., dan Afrinawati, A. (2018). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang*. JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam), 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>
- Hendriksen, E. S. (2002). *Teori Akuntansi*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Hidayat, Taufik, (2008). *Panduan Membuat E-Commerce Dengan os ECommerce*. Mediakita.

- Ikhsan, M., dan Hasan, M. (2020). *Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Makassar*. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 39. <https://doi.org/10.26858/je3s.v1i1.18112>
- Kotler Philip dan Armstrong Gary (2012), *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta :Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad, (2015). *Indikator Ekonomi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Mahzura. (2020). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Peningkatan Penjualan Pada Burger Sei Putih Kota Medan. Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen*, 7(9), 6.
- Mursid. M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyati, S. (2017). *Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha*
- Narimawati, Umi, (2008), *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Agung Media, Bandung.
- Nazir. (2010). "*Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Kaki Lima di Kabupaten Aceh Utara*". Tesis. Medan. Universitas Sumatera Utara.
- Nuryanti. (2013). *Peran E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)*. *Jurnal Ekonomi* Vol 21 No 4:h: 1-15.
- Priyono, AA (2015). *Analisis data dengan SPSS*. Malang: Fakultas Ekonomi Islam Malang.
- Rahmawati. (2009). *Pemanfaatan E-commerce Dalam Bisnis Di Indonesia*
- Rakanita, A. M. (2019). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak*. *Jurnal Ekbis*, 20(2), 1280. <https://doi.org/10.30736/ekbis.v20i2.237>

- Sarastyarini, Ni Made Werin, dan Yadnyana, I. Ketut. (2018). "*Pengaruh E-Commerce dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar.*" *E-Jurnal Akuntansi* 24.3: 1880-1907
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV.
- Suyanto M, (2003), *Strategi Periklanan pada eCommerce Perusahaan Top Dunia*, Andi, Yogyakarta.
- Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, dan Rosalina, N. (2019). *Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa).* *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.25>

