

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KOTA PALANGKARAYA

Tanti M. Rajagukguk *¹

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Palangkaraya, Indonesia
tantirajagukguk92@gmail.com

Hendrik Suryadi

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Palangkaraya, Indonesia
suryadihendrik35@gmail.com

Nadia Anggreani

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Palangkaraya, Indonesia
nadiaanggreani43@gmail.com

Indrawan Saputra

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Palangkaraya, Indonesia
indrawansaputra3133@gmail.com

Ayu Lestari Doloksaribu

Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Palangkaraya, Indonesia
ayulestaridoloksaribu1810@gmail.com

Abstract

This study discusses the influence of e-commerce on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Palangkaraya City. With the growth of information technology, especially e-commerce, UMKM are undergoing a significant transformation. Although conventional trade still dominates, the shift to e-commerce has affected business dynamics. This study uses a quantitative approach with primary data from 30 UMKM owners who use e-commerce in Palangkaraya. Simple regression analysis showed a relationship between e-commerce and UMKM, but the results were not statistically significant. Nonetheless, UMKM in Palangkaraya City continue to thrive, demonstrating their resilience during difficult times and the potential of utilizing technology for business growth.

Keywords: E-commerce, UMKM, Simple Linear Regression

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh e-commerce terhadap perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palangkaraya. Dengan pertumbuhan teknologi informasi, terutama e-commerce, UMKM mengalami

¹ Korespondensi Penulis

transformasi signifikan. Meskipun perdagangan konvensional masih mendominasi, pergeseran ke e-commerce telah memengaruhi dinamika bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dari 30 pemilik UMKM yang menggunakan e-commerce di Palangkaraya. Analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan antara e-commerce dan UMKM, namun hasilnya tidak signifikan secara statistik. Meskipun demikian, UMKM di Kota Palangkaraya terus berkembang, menunjukkan ketahanannya selama masa sulit dan potensi pemanfaatan teknologi untuk pertumbuhan usaha.

Kata Kunci: E-commerce, UMKM, Regresi Linear Sederhana

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi informasi, khususnya melalui e-commerce, telah memberikan dampak yang signifikan pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di berbagai wilayah. Kota Palangkaraya, sebagai salah satu pusat ekonomi di Kalimantan Tengah, juga menyaksikan evolusi penting ini dalam peta bisnis lokalnya. UMKM di Kota Palangkaraya telah lama menjadi tulang punggung ekonomi lokal, dengan sebagian besar bisnis terkonsentrasi dalam sektor perdagangan. Studi terdahulu menunjukkan dominasi sektor ini dalam struktur UMKM, mencapai 71.25% dari total bisnis mikro, kecil, dan menengah di kota ini. Namun, pergantian paradigma bisnis menuju platform e-commerce telah mengubah dinamika tersebut.

Electronic Commerce atau disingkat dengan e-commerce adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, service provider, dan pedagang perantara dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer, yaitu internet. Lebih spesifik, menurut Onno W. Purbo dan Aang Arif, e-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menggabungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik serta perdagangan barang pelayanan, serta informasi yang dilakukan secara elektronik. Adapun secara sederhana, e-commerce kemudian dapat dipahami sebagai sebuah transaksi perdagangan atau jual beli yang dilakukan secara online dengan menggunakan jaringan internet. Kemudahan dan efektivitas e-commerce telah membuat transaksi penggunaan e-commerce di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Perdagangan secara elektronik menawarkan kepada UMKM keuntungan jangka pendek dan jangka panjang. Perdagangan elektronik tidak hanya membuka pasar baru bagi produk dan/atau jasa yang ditawarkan, mencapai konsumen baru, tetapi juga dapat mempermudah cara UMKM melakukan bisnis. Disamping itu, perdagangan elektronik juga sangat bermanfaat bagi pelanggan/konsumen dan masyarakat umum. Secara umum, ada berbagai manfaat lain saat melakukan perdagangan elektronik. UMKM saat ini pun ikut memulai pengembangan usahanya melalui transaksi internet yang bertujuan untuk meningkatkan promosi dan kemudahan bagi para konsumen. Agar konsumen tersebar meluas di seluruh wilayah

Indonesia maka UMKM pun merambah ke transaksi melalui internet (online). Transaksi bisnis melalui internet merupakan fenomena baru di era sekarang. Transaksi bisnis melalui internet menawarkan kemudahan bagi para konsumen untuk berbelanja. Karena masyarakat sangat suka berbelanja melalui internet (online), maka pedagang pun merasa membuka online shop merupakan salah satu cara untuk meningkatkan laba perusahaan.

Tabel 1. Perkembangan UMKM Kota Palangka Raya 2017-2021

Tahun	Jumlah Unit			Total
	Mikro	Kecil	Menengah	
2017	5.763	806	81	6.650
2018	5.813	816	81	6.710
2019	6.330	869	91	7.290
2020	6.330	869	91	7.290
2021	21.390	725	200	22.316

Sumber; dinas koperasi dan umkm pemerintah provinsi Kalimantan tengah dan dinas perdagangan, koperasi usaha kecil menengah dan perindustrian kota Palangkaraya, 2021

Dari tabel UMKM diatas, dilihat pada tahun 2017 yang mana jumlah UMKM sebanyak 6.650 unit, dan pada tahun-tahun berikutnya terus mengalami pertambahan dan peningkatan sampai pada tahun 2021 dengan jumlah UMKM yang berada di kota Palangka Raya sebanyak 22.316 unit. Dari tabel ini dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya pasti akan ada usaha-usaha baru yang mulai merintis atau mulai mendirikan usahanya. Kota Palangka Raya sendiri kini bersiap dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, banyak kegiatan UMKM yang sekarang sudah terkoneksi dengan berbagai alat dan teknologi yang dihasilkan oleh kegiatan Revolusi Industri 4.0, dengan begitu para pelaku UMKM di kota Palangka Raya tidak akan ragu lagi menjalankan usahanya dan juga bisa menyeimbangkan dengan keadaan zaman dan juga dapat mengembangkan usahanya. Para pelaku UMKM juga akan lebih di mudah dengan akses serba cepat dalam menjalankan usaha. Shim et al. (2000) dalam Suyanto (2003) mendefinisikan e-commerce (electronic commerce) sebagai konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet. Atau menurut Turban dkk (2008) e-commerce merupakan jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. E-commerce setidaknya memberikan enam buah dampak positif bagi operasi bisnis atau usaha (Yau, 2002; Widani, et al, 2019; Dewi dan Darma, 2014). Keenam dampak tersebut yaitu: meningkatkan efisiensi, penghematan biaya, memperbaiki kontrol terhadap barang, memperbaiki rantai distribusi (supply chain), membantu perusahaan menjaga hubunganyang lebih baik terhadap pelanggan dan membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pemasok (supplier). Adapun kendala

yang dihadapi, dan merupakan sebuah tantangan bagi kita sekarang ini adalah mengenai sekuritas dan metode pembayaran (Youssef, dan Soliman, 2003; Pranata dan Darma, 2014; Mahyuni et al, 2020). Dengan perkembangan teknologi internet, diharapkan masalah tersebut akan semakin terkendali untuk masa yang akan datang. Diharapkan dengan pemanfaatan e-commerce ini memberikan dampak pada akselerasi perkembangan dunia usaha baik usaha skala kecil, menengah maupun kelas atas.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Judul, Peneliti, Tahun Terbit	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
“Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara”, Muhammad Yusuf, 2022	Variabel Dependen: Peningkatan Pendapatan UMKM Variabel Independen: E-commerce	Kuantitatif	Berdasarkan uji hipotesis, terbukti bahwa penggunaan e-commerce memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di wilayah tersebut. Semakin tinggi penerapan e-commerce dalam kegiatan usaha, semakin meningkat pula pendapatan yang dihasilkan oleh UMKM.
“Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Barat”, Riska Julianti Ade Lismula, 2022	Variabel Dependen: Pendapatan UMKM Variabel Independen: Penggunaan E-Commerce (misalnya, diukur dalam persentase penggunaan)	kualitatif Deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian Pemerintah dan pemangku kebijakan perlu mengadakan pelatihan yang intensif terkait penggunaan e-commerce kepada pelaku UMKM. Fokus juga diperlukan pada pemastian jangkauan internet yang luas, termasuk daerah terpencil, untuk memungkinkan akses yang lebih baik.
“E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia (Analisis Immanuel Wallerstein)”, Rahmawati & Desi	Variabel Dependen: UMKM Variabel Independen: E-commerce	Kualitatif	Pandemi Covid-19 sangat berdampak pada perekonomian dengan aktivitas bisnis yang terbatas terutama pada sistem konvensional seperti toko fisik. UMKM, yang umumnya bergantung pada sistem tradisional, sangat terpengaruh. Bagi pelaku ekonomi yang tidak bisa menyesuaikan diri, pandemi ini berakibat pada kemunduran dan bahkan kegagalan usaha. E-commerce menjadi solusi terbaik

Erawati, 2021			untuk meningkatkan kemandirian usaha, terutama di masa resesi saat pandemi.
---------------	--	--	---

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Jenis penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Dalam penyusunan penelitian, jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil angket (kuesioner) yang disebar kepada pemilik usaha UMKM yang menggunakan E-commerce di Palangka Raya yang dijadikan sebagai subjek penelitian. Data ini akan digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh E-commerce terhadap perkembangan UMKM.

Populasi dan Sampel

Penelitian kuantitatif ini menggunakan pengambilan sampel purposif. Sampel terdiri dari 30 pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi dalam e-commerce di Palangkaraya. Pengalaman dalam berbisnis secara online, jenis produk atau layanan yang ditawarkan, dan kemajuan bisnis mereka dalam penggunaan teknologi e-commerce adalah semua kriteria yang digunakan untuk memilih sampel guna memungkinkan peneliti untuk menyusun gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh E-commerce terhadap perkembangan UMKM di Kota Palangkaraya.

Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif ini, kami menggunakan alat untuk menghitung data yang mendalam, seperti Analisis Regresi Sederhana yang digunakan untuk memahami hubungan antara satu variabel dependen (Pertumbuhan Ekonomi) dengan satu variabel independen (Perkembangan E-commerce). Analisis Regresi Sederhana akan membantu dalam memahami seberapa besar dan signifikannya dampak penggunaan E-commerce terhadap perkembangan UMKM di Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2023 UMKM di kota Palangka Raya berjumlah 22316 unit usaha yang terdiri dari 21.390 unit Usaha Mikro, 725 unit Usaha Kecil, dan 200 unit Usaha Menengah yang berada di Kota Palangka Raya. Perkembangan yang signifikan padahal dalam 3 tahun belakangan ini kondisi perekonomian Indonesia bisa dikatakan kurang baik akibat pandemic yang melanda, itu menandakan bahwa sektor UMKM dapat bertahan dimasa-masa sulit tentunya dengan berbagai cara salah satunya dengan pemanfaatan teknologi untuk bertahan dan berkembang.

Tabel 3. Jumlah UMKM di kota Palangka Raya berdasarkan sector usaha tahun 2023

No	sektor usaha	jumlah UMKM	Presentase %
1	Hotel	78	0,34
2	Perdagangan	15901	71,25
3	Rumah makan	2600	11,65
4	Industri	306	1,37
5	Pertanian	419	1,88
6	Perkebunan	208	0,93
7	Perikanan	221	0,99
8	Peternakan	368	1,65
9	Pertambangan	9	0,04
10	Angkutan	78	0,35
11	Bangunan/Kontuksi	88	0,39
12	Persewaan	305	1,37
13	jasa	1737	7,78
	total	22316	100%

Sumber: Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Palangka Raya, 2023.

Berdasarkan tabel di atas sector usaha perdagangan masih menjadi sector usaha yang paling banyak atau sector usaha yang dominan yang berada di kota Palangkaraya mencapai 71.25 % dari jumlah UMKM. Seperti pada penelitian yang dilakukan, dimana dari kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat di kota Palangkaya yang memiliki usaha UMKM hampir keseluruhan berada pada sector perdagangan.

Regresi Linear Sederhana

Untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh dari kedua variabel, peneliti menguatkan Teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh satu variable bebas (X) dan variable terikat (Y) dengan menggunakan analisis regresi linier untuk mengukur perubahan variable terikat berdasarkan variable bebas. Persamaan regresi dalam penelitain ini adalah $Y = a + \beta X$, dengan keterangan sebagai berikut:

Y = Peningkatan Pendapatan UMKM

X = Penerapan E-commerce

β = Koefisien Penerapan E-commerce

a = Konstanta

Hasil Data Regrasl Linear Sederhana yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap 30 orang yang mempunyai usaha UMKM di Kota Palangkaraya

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.130 ^a	.017	-.018	1.835

a. Predictors: (Constant), Ecommerce

Hasil Uji Koefisien Determinasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.613	1	1.613	.479	.495 ^b
	Residual	94.254	28	3.366		
	Total	95.867	29			

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

b. Predictors: (Constant), Ecommerce

Hasil Uji F
(simultan)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.986	5.672		3.347	.002
	Ecommerce	-.178	.257	-.130	-.692	.495

a. Dependent Variable: Perkembangan UMKM

Hasil Uji T
(parsial)

$$Y = A + BX$$

Diperoleh dari nilai coefficients ecommerce ditambah nilai coefficients constant

$$Y = -0,178 + 18.986 = 18.986$$

Hasil Sig Anova 0.495 tidak signifikan menandakan variable X tidak berpengaruh besar untuk variable Y atau Ecommerce tidak berpengaruh besar untuk perkembangan UMKM di kota palangkaraya.

KESIMPULAN

Hasil persamaan menunjukkan nilai $Y = 18.986$ ketika nilai coefficients e-commerce (B) ditambah dengan nilai konstanta (A). Hasil signifikansi ANOVA sebesar 0.495 yang tidak signifikan menandakan bahwa variabel X (e-commerce) tidak memiliki pengaruh besar terhadap variabel Y (perkembangan UMKM di Kota Palangkaraya).

Dengan nilai koefisien e-commerce yang ditambah dengan nilai konstanta memberikan hasil $Y = 18.986$, namun hasil signifikansi yang rendah menunjukkan bahwa meskipun terdapat pengaruh dari e-commerce terhadap perkembangan UMKM (ditunjukkan oleh nilai koefisien), pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik dalam mengubah nilai Y secara substansial.

Meskipun ada hubungan antara e-commerce dan perkembangan UMKM (dengan nilai koefisien), hasil signifikansi yang rendah menunjukkan bahwa e-commerce mungkin tidak memiliki pengaruh besar secara signifikan terhadap perkembangan UMKM di kota Palangkaraya dalam analisis statistik yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hayati, A. N. (2021). Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109-122.
- 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*, 1(2), 107-118.
- Mahendra, A. P., Benius, B., & Sabirin, S. (2022). Strategy for Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Palangka Raya City Facing the Industrial Revolution 4.0. *Journal Magister Ilmu Ekonomi Universitas Palangka Raya: GROWTH*, 8(2), 68-77.
- Rahmawati, R., & Erawati, D. (2021, December). E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di Indonesia (Analisis Immanuel Wallerstein). In *Proceedings of Palangka Raya International and National Conference on Islamic Studies (PINCIS)* (Vol. 1, No. 1).
- Setyorini, D., Nurhayaty, E., & Rosmita, R. (2019). PENGARUH TRANSAKSI ONLINE (e-Commerce) TERHADAP PENINGKATAN LABA UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(5), 501-509.
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, 5(01), 19-30.