

Pengaruh E-Commerce dan QRIS Terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-digital di Kota Jambi

¹Lidya Anggraeni dan ²Dessy Anggraini

¹Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, lidyaanggraeni@uinjambi.ac.id

²Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dessyanggraini78@uinjambi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of e-commerce and QRIS usage on the income of digital-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Jambi City. Using a descriptive quantitative approach, the research involved 150 respondents randomly selected from the population of digital-based MSMEs in Jambi City. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that, both partially and simultaneously, e-commerce and QRIS have no significant effect on the income of digital-based MSMEs. The coefficient of determination (R^2) reveals that only 1.4% of the variation in MSME income can be explained by these two variables. These findings suggest that the adoption of e-commerce and QRIS among MSMEs in Jambi City is not yet optimal, with major challenges including low digital literacy, limited technological access, and restricted utilization of features. The study highlights the need for intensive training and improved digital infrastructure to support MSME digital transformation, enabling them to maximize the potential of e-commerce and QRIS in increasing income.

Keyword: e-commerce, QRIS, MSMEs, income, digitalization, Jambi City

PENDAHULUAN

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 78,19 persen pada tahun 2023, menjangkau lebih dari 215 juta jiwa dari total populasi sekitar 276 juta jiwa. Lebih lanjut, hasil survei APJII juga memberikan gambaran penetrasi internet berdasarkan klasifikasi provinsi. Provinsi Banten menempati posisi tertinggi dengan tingkat penetrasi internet sebesar 89,10 persen, diikuti oleh DKI Jakarta dengan 86,96 persen, Jawa Barat dengan 82,73 persen, Kepulauan Bangka Belitung dengan 82,66 persen, Jawa Timur dengan 81,26 persen, Bali dengan 80,88 persen, Jambi dengan 80,48 persen, dan Sumatra Barat dengan 80,31 persen. Data ini mencerminkan tingkat konektivitas yang signifikan di seluruh Indonesia, dengan beberapa provinsi mencapai tingkat penetrasi internet di atas 80 persen (*Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, n.d.).

Dengan tingkat penetrasi internet yang mencapai 80,48 persen di Jambi pada tahun 2023, potensi pertumbuhan sektor e-commerce memberikan dampak langsung pada pemberdayaan UMKM serta berpengaruh positif terhadap pendapatan masyarakat. Koneksi internet yang meluas menjadi pendorong utama bagi UMKM untuk mengoptimalkan platform e-commerce sebagai saluran pemasaran yang efektif, membuka peluang untuk meningkatkan omset

penjualan dan meraih pangsa pasar yang lebih besar. Hal ini tidak hanya mencakup peningkatan omset penjualan, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara nasional dan bahkan global, meningkatkan potensi pendapatan mereka (*Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, n.d.; *Laporan Kinerja Umkm 2022 Jambi - Penelusuran Google*, n.d.; Lu et al., 2022).

Penerapan e-commerce dapat memberikan kontribusi positif dengan memperbaiki kualitas informasi, memposisikan UMKM pada pasar yang lebih luas, dan membuka peluang bisnis yang lebih potensial untuk meningkatkan pendapatan. E-commerce berperan sebagai wadah untuk mempromosikan produk dan jasa secara lebih efektif. Keberadaan e-commerce juga dianggap membuka jalur baru bagi pelaku usaha untuk melakukan promosi yang inovatif. Pentingnya e-commerce juga tercermin dalam kemampuannya menyediakan pelayanan yang lebih responsif, membentuk loyalitas pelanggan, dan meningkatkan kesadaran pelaku UMKM terhadap dinamika persaingan dan perubahan pasar (Aprilyan & Sasanti, 2022; Hanny et al., 2020).

Penelitian Paris Dauda, dkk menitikberatkan dampak positif dan signifikan dari penggunaan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Gowa (Dauda et al., 2023). Penelitian Rissa Hanny berfokus pada eksplorasi pemanfaatan e-commerce untuk meningkatkan pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) kuliner di Kecamatan Sawangan, Depok. Dalam konteks tersebut, penelitian menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan pemanfaatan e-commerce (Hanny et al., 2020). Penelitian Yudi Purwanto, dkk berfokus pada pengaruh penggunaan e-commerce terhadap pendapatan UMKM di Kota Probolinggo. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif, bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel (Purwanto et al., 2022).

Pengguna QRIS Pada Maret 2024, Provinsi Jambi memiliki 516,806 pengguna QRIS, mengalami peningkatan dari 497,973 pada kuartal sebelumnya. Hal ini menunjukkan pertumbuhan adopsi QRIS sebesar sekitar 3.7% dalam waktu tiga bulan (Agency, n.d.). Transaksi QRIS Selama periode yang sama, transaksi menggunakan QRIS mencapai 2,689,659 dengan total nilai mencapai Rp407,78 miliar. Ini mencerminkan pertumbuhan transaksi yang signifikan, yang dapat dihubungkan dengan peningkatan pendapatan bagi UMKM (Agency, n.d.). Menurut survei yang dilakukan oleh BPS, sekitar 70% pelaku UMKM di Jambi melaporkan bahwa mereka mengalami peningkatan pendapatan setelah mengadopsi e-commerce, dengan rata-rata peningkatan sekitar 30%. Ini mencerminkan dampak positif dari penerapan teknologi digital dalam operasional bisnis mereka (*Statistik E-Commerce Provinsi Jambi 2022 - Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi*, n.d.).

Meskipun ada kemajuan yang signifikan, UMKM di Provinsi Jambi masih menghadapi beberapa kendala dalam penerapan teknologi:

1. Literasi Digital: Sekitar 55% pelaku UMKM melaporkan bahwa rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama dalam mengadopsi e-commerce dan QRIS. Banyak di antara mereka yang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang penggunaan platform digital.

2. Akses Internet: Hanya 60% dari UMKM yang memiliki akses internet yang memadai untuk menjalankan bisnis secara online. Keterbatasan ini sangat menghambat mereka dalam memanfaatkan teknologi secara maksimal.
3. Pelatihan dan Dukungan : Sekitar 45% pelaku UMKM mengungkapkan perlunya pelatihan dan dukungan dari pemerintah serta lembaga terkait agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih efektif.

Kota Jambi merupakan pusat perekonomian di Provinsi Jambi yang menunjukkan bahwa terdapat dominasi dalam transformasi digital UMKM dibandingkan wilayah lain. Berdasarkan data, Kota Jambi mencatat jumlah merchant QRIS tertinggi, yaitu 88.359, jumlah e-commerce sebesar 48.753, dan jumlah UMKM sebanyak 50.747. Angka ini jauh melampaui kabupaten lainnya, seperti Kabupaten Muaro Jambi yang berada di posisi kedua dengan jumlah merchant QRIS 21.316, jumlah e-commerce 25.169, dan jumlah UMKM 41.234. Hal ini mencerminkan tingkat adopsi digital yang tinggi di Kota Jambi, baik dalam hal penggunaan QRIS maupun penetrasi platform e-commerce. Kondisi ini juga menunjukkan adanya kesiapan infrastruktur digital yang lebih baik, sehingga UMKM di Kota Jambi dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan memperluas akses pasar (*Bps Statistik Ecommerce 2023 - Penelusuran Google*, n.d.; *Laporan Kinerja Umkm 2022 Jambi - Penelusuran Google*, n.d.; *Laporan Perekonomian Provinsi Jambi Februari 2023 - Penelusuran Google*, n.d.; KOMINFO, n.d.).

Perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini melihat pengaruh e-commerce dan QRIS terhadap pendapatan UMKM berbasis E-digital di Kota Jambi. Fokus penelitian melibatkan peran QRIS sebagai faktor yang akan dievaluasi bersama dengan e-commerce sehingga dapat memberikan dampak pada pendapatan UMKM di konteks digital. Sehingga peneliti tertarik untuk mengulas, mengkaji dan meneliti lebih lanjut bagaimana pengaruh e-commerce dan Qris dapat meningkatkan pendapatan UMKM berbasis e-digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Pendapatan Marginal Produkt (MPP) yang diemukakan oleh ekonom neoklasik terkemuka, John Bates Clark, pada akhir abad ke-19, menyatakan bahwa pendapatan individu atau faktor produksi, seperti tenaga kerja atau modal, sebanding dengan kontribusinya terhadap produksi tambahan. Dengan kata lain, pendapatan marginal produk adalah perubahan dalam pendapatan yang dihasilkan oleh satu unit tambahan dari faktor produksi tertentu. Faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan menurut teori ini melibatkan variabel-variabel seperti tenaga kerja dan modal. Jika produktivitas satu unit tambahan tenaga kerja atau modal tinggi, pendapatan yang dihasilkan juga akan meningkat. Sebaliknya, hukum pendapatan marginal produk yang menurun menyiratkan bahwa ketika faktor produksi ditambahkan secara bertahap, kontribusinya cenderung mengalami penurunan. Teori ini menjadi konsep kunci dalam analisis distribusi pendapatan dan alokasi faktor produksi dalam ekonomi pasar (Wicksell, 1902). Pendapatan dalam konteks ekonomi mikro dapat didefinisikan sebagai jumlah uang atau nilai ekonomi yang diterima atau diperoleh oleh individu, rumah tangga, atau perusahaan dari berbagai kegiatan ekonomi, seperti penjualan barang atau jasa, investasi, atau bentuk penghasilan lainnya. Pendapatan mencerminkan total

nilai ekonomi yang diterima dari berbagai sumber (Ogloblin et al., 2018; Taylor & Weerapana, 2010).

Theori yang Relevan

a. E-Commerce

E-commerce merupakan salah satu inovasi teknologi yang telah mengubah arah perdagangan secara global, terutama bagi pelaku UMKM yang seringkali memiliki keterbatasan dalam mengakses pasar tradisional. Teori Diffusion of Innovation menjelaskan bahwa adopsi teknologi e-commerce oleh pelaku usaha dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti tingkat keterbukaan terhadap perubahan, kemudahan akses terhadap teknologi, dan persepsi manfaat inovasi. E-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, baik di pasar domestik maupun internasional, serta meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan inventaris, pemasaran, dan distribusi secara digital. Adapun indikator berdasarkan teori diffusion of innovation yaitu : Adopsi E-commerce oleh UMKM; Kemampuan Teknologi; Manfaat E-commerce; dan Kesiapan dalam inovasi (*Teori Difusi Inovasi*, n.d.).

Teori Transaction Cost memperkuat pemahaman tentang dampak e-commerce terhadap pengurangan biaya transaksi, termasuk biaya pencarian informasi, negosiasi, dan pengiriman barang. Hal ini sangat relevan bagi UMKM yang sering menghadapi tantangan dalam hal keterbatasan sumber daya, sehingga adopsi e-commerce memberikan solusi untuk meningkatkan efisiensi sekaligus menurunkan hambatan biaya. Selain itu, kemampuan e-commerce untuk menyediakan platform yang transparan dan terintegrasi memungkinkan UMKM untuk bersaing secara adil dengan pelaku usaha yang lebih besar, meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Teori ini menekankan pada pengurangan biaya transaksi dan peningkatan efisiensi melalui e-commerce, Adapun indikator dalam teori ini yakni : Biaya pencarian informasi; Biaya Negosiasi; biaya distribusi; dan efisiensi operasional.

Laudon dan Traver mencatat bahwa e-commerce tidak hanya membantu memperluas jaringan konsumen tetapi juga menciptakan peluang baru untuk diversifikasi produk dan layanan. Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, memahami kebutuhan pasar secara lebih akurat, dan menawarkan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Sebagai hasilnya, potensi pendapatan UMKM meningkat secara signifikan, terutama bagi mereka yang mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Dengan demikian, e-commerce tidak hanya menjadi alat untuk mencapai efisiensi tetapi juga berfungsi sebagai pendorong utama transformasi bisnis UMKM di era digital.

b. QRIS

Penggunaan QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) sebagai salah satu metode pembayaran digital telah menjadi inovasi penting dalam mendorong transformasi ekonomi digital, terutama di kalangan UMKM. QRIS dirancang untuk memfasilitasi pembayaran non-tunai secara lebih mudah, cepat, dan aman, sehingga memberikan manfaat nyata baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, tingkat adopsi QRIS sangat bergantung pada persepsi pelaku usaha terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat yang dirasakan

(perceived usefulness). Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan QRIS, misalnya melalui perangkat ponsel, memberikan daya tarik tersendiri bagi UMKM yang ingin meningkatkan efisiensi pembayaran tanpa memerlukan infrastruktur yang rumit.

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) yang diperkenalkan oleh Venkatesh memberikan pandangan yang lebih luas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan UMKM untuk mengadopsi teknologi pembayaran digital seperti QRIS. Ekspektasi kinerja (performance expectancy) memainkan peran utama, di mana pelaku usaha percaya bahwa QRIS dapat meningkatkan kecepatan dan kenyamanan pembayaran, sekaligus memperbaiki pengelolaan keuangan melalui pencatatan transaksi yang lebih akurat. Pengaruh sosial (social influence) juga menjadi aspek penting, terutama dengan adanya rekomendasi dari konsumen, komunitas usaha, atau kebijakan pemerintah yang mendorong penggunaan pembayaran digital. Selain itu, kondisi pendukung (facilitating conditions), seperti ketersediaan perangkat teknologi dan pelatihan dari pemerintah atau penyedia layanan, semakin mempermudah adopsi QRIS di kalangan UMKM.

Penelitian dan laporan Bank Indonesia mengonfirmasi bahwa QRIS memberikan dampak positif terhadap efisiensi dan kenyamanan proses transaksi. QRIS mengurangi kebutuhan akan uang tunai, yang tidak hanya meningkatkan keamanan transaksi tetapi juga mengurangi risiko kehilangan atau kecurangan. Bagi konsumen, penggunaan QRIS mempermudah proses pembayaran dengan berbagai pilihan platform yang terintegrasi, sementara bagi pelaku UMKM, QRIS membantu memperluas akses pasar dengan menjangkau konsumen yang lebih terbiasa menggunakan metode pembayaran digital. Dengan demikian, QRIS tidak hanya menjadi alat pembayaran tetapi juga mendorong transformasi digital di sektor UMKM, menciptakan peluang baru untuk meningkatkan daya saing di era ekonomi digital.

c. Pendapatan

Teori Pendapatan Marginal Produk yang diperkenalkan oleh John Bates Clark menjelaskan bahwa pendapatan setiap faktor produksi, seperti tenaga kerja atau modal, sebanding dengan kontribusi produktivitas marginalnya terhadap output. Dalam hal digitalisasi, penerapan teknologi seperti e-commerce dan QRIS dapat meningkatkan produktivitas marginal UMKM dengan cara memperluas akses pasar, mempercepat transaksi, dan mengurangi biaya operasional. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien, sehingga meningkatkan total pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas bisnis.

Pendekatan Keynesian memberikan perspektif tambahan tentang pendapatan UMKM, di mana pendapatan dipengaruhi oleh tingkat konsumsi dan investasi. Dalam era digital, meningkatnya transaksi melalui platform e-commerce dan pembayaran digital seperti QRIS mendorong peningkatan konsumsi, baik dari konsumen individu maupun pelaku bisnis. Investasi dalam teknologi digital oleh UMKM juga berperan penting dalam memperkuat daya saing mereka di pasar. Dengan kata lain, penerapan teknologi tidak hanya meningkatkan volume transaksi tetapi juga menciptakan efek multiplier yang mendukung pertumbuhan pendapatan secara berkelanjutan.

d. UMKM

UMKM berbasis digital memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan berkembang di era modern yang penuh tantangan dan persaingan. Berdasarkan pendekatan Resource-Based View (RBV) yang diperkenalkan oleh Barney, sumber daya strategis seperti teknologi digital, termasuk e-commerce dan QRIS, dapat menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital secara efektif menjadi aset yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terorganisir, sehingga memperkuat daya saing mereka di pasar yang terus berubah.

Schumpeter's Theory of Innovation menyoroti bahwa inovasi adalah pendorong utama pertumbuhan dan kelangsungan bisnis, termasuk bagi UMKM. Digitalisasi operasional melalui teknologi seperti e-commerce dan QRIS mencerminkan inovasi yang tidak hanya mengubah cara UMKM beroperasi tetapi juga menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan. Pemanfaatan teknologi ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, menawarkan produk dan layanan yang lebih baik, serta merespons kebutuhan konsumen dengan lebih cepat.

Penelitian oleh Kraus mengungkapkan bahwa adopsi teknologi digital memberikan dampak positif terhadap kinerja keuangan UMKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi waktu dan pengurangan biaya operasional. Misalnya, penggunaan e-commerce membantu UMKM mengurangi biaya pemasaran tradisional, sementara QRIS mempermudah transaksi pembayaran dengan konsumen tanpa memerlukan infrastruktur fisik yang mahal. Efisiensi ini tidak hanya meningkatkan margin keuntungan tetapi juga membuka peluang investasi ulang dalam pengembangan usaha.

Dengan memadukan perspektif RBV dan teori inovasi Schumpeter, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi bukan sekadar tren melainkan strategi vital bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang. Teknologi digital memberikan fondasi yang kokoh bagi UMKM untuk menghadapi tantangan ekonomi modern sekaligus memanfaatkan peluang yang ada, menjadikan mereka lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di pasar global.

e. Penelitian Terdahulu

Penelitian dengan judul pengaruh pemanfaatan e-commerce terhadap pendapatan umkm di Kota Probolinggo Jawa Timur, Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-commerce terhadap pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Probolinggo, Jawa Timur. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pemanfaatan e-commerce terhadap variabel pendapatan UMKM di Kota Probolinggo. Nilai R Square sebesar 17,3% menunjukkan bahwa variasi dalam variabel dependen, yaitu pendapatan UMKM (Y), dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan e-commerce (X), sementara sisanya sebesar 82,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan tentang hubungan antara adopsi e-commerce dan tingkat pendapatan UMKM (Purwanto et al., 2022).

Penelitian dengan judul Penggunaan E-Commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kuliner Kecamatan Sawangan Depok, Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi

pemanfaatan e-commerce sebagai cara untuk meningkatkan pendapatan Usaha Kecil Menengah (UKM) kuliner di Kecamatan Sawangan, Depok, dengan fokus pada evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan triangulasi data dari temuan yang beragam (Hanny et al., 2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan UKM kuliner. Sistem e-commerce yang komprehensif, melibatkan proses pemesanan, pembayaran, hingga pengiriman produk kuliner, menjadi kunci dalam mendukung penjualan online. Sistem e-commerce terbukti dapat memaksimalkan pesanan penjualan, meningkatkan strategi pemasaran, dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Selain itu, platform e-commerce juga berfungsi sebagai medium informatif, menyederhanakan proses bagi konsumen potensial untuk mendapatkan informasi dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan mempertimbangkan keunggulan yang diamati dalam sistem e-commerce, penelitian ini menyarankan agar UKM kuliner memanfaatkan aplikasi e-commerce untuk diversifikasi penawaran kuliner melalui platform online. Langkah strategis ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga berdampak positif pada peningkatan pendapatan UKM kuliner di Sawangan-Depok (Hanny et al., 2020).

Penelitian dengan judul Pengaruh E-Commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Padang, Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mendapatkan dukungan dari Bank Negara Indonesia (BNI) di Kota Padang. Objek penelitian ini adalah UMKM di Kota Padang, Sumatera Barat. Rumusan masalah penelitian adalah: bagaimana pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Padang. Hipotesis penelitian adalah: E-Commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 108 unit UMKM, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 52 UMKM. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Aprilyan & Sasanti, 2022).

Penelitian dengan judul Pengaruh E-Commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara, Penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah penggunaan e-commerce memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi. Populasi penelitian melibatkan para pelaku UMKM yang berlokasi di Kecamatan Bekasi Utara pada tahun 2021. Jumlah sampel ditentukan secara acak (random sampling) dan melibatkan 100 pelaku UMKM. Data primer dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner. Teknik pengumpulan data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan uji t untuk menguji hipotesis penelitian (Yusuf, 2022). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. Peningkatan ini tercermin dari segi omzet penjualan, jumlah pelanggan, dan total pendapatan, yang menjadi indikator efektivitas e-commerce dalam mendukung pemasaran produk dan transaksi jual beli bagi pelaku UMKM. Penelitian ini memberikan

kontribusi untuk memahami peran e-commerce dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM (Yusuf, 2022).

Penelitian dengan judul Pengaruh E-Commerce terhadap peningkatan pendapatan pada UMKM di Kabupaten Gowa, Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak positif dan signifikan dari penggunaan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Gowa. Populasi penelitian melibatkan pelaku UMKM yang berlokasi di Kabupaten Gowa pada tahun 2022. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan metode random sampling, dengan melibatkan 98 pelaku UMKM sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang berisi data primer. Teknik pengumpulan data tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan uji t untuk menguji hipotesis penelitian (Dauda et al., 2023). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kabupaten Gowa. Peningkatan ini dapat dilihat dari segi omzet penjualan, jumlah pelanggan, dan total pendapatan, yang menjadi indikator efektivitas e-commerce dalam mendukung pemasaran produk dan kegiatan transaksi jual beli bagi pelaku UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk memahami peran e-commerce dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi UMKM di wilayah Kabupaten Gowa (Dauda et al., 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan berbagai fenomena berkaitan dengan permasalahan yang diangkat, sehingga dapat mengungkap jawaban yang sesuai dengan kondisi aktual. Dalam pelaksanaannya, kajian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan lokasi penelitian di Kota Jambi, melibatkan populasi atau sampel tertentu. Pengukuran data dilakukan menggunakan skala Likert, di mana setiap variabel diuraikan ke dalam sejumlah indikator. Indikator-indikator ini menjadi dasar dalam menyusun instrumen penelitian berupa serangkaian pertanyaan dan pernyataan yang relevan. Objek Penelitian ini berfokus pada UMKM berbasis digital yang beroperasi di Kota Jambi, dengan subjek penelitian berupa pelaku UMKM yang telah memanfaatkan QRIS dan e-commerce dalam aktivitas bisnis mereka. Pemilihan pengguna QRIS dan e-commerce di kalangan UMKM berbasis digital dilakukan karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan kedua teknologi tersebut dapat memengaruhi pendapatan UMKM di Kota Jambi.

E-commerce telah memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar bagi Sektor UMKM sekaligus mengurangi hambatan dalam mengakses pasar domestik maupun global. Sementara itu, QRIS hadir sebagai solusi praktis yang mempermudah proses pembayaran secara digital, sehingga mendukung efisiensi operasional bisnis. Kombinasi kedua teknologi ini diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM, memfasilitasi UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan.

Penelitian ini memanfaatkan data primer dan data sekunder sebagai sumber informasi. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian melalui metode penyebaran angket kepada responden yang relevan. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari berbagai publikasi resmi, seperti laporan yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), dokumen Jambi dalam Angka, serta laporan dari Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur secara akurat. Tujuan dari uji validitas ini adalah memastikan bahwa data yang diperoleh dari responden dapat digunakan secara tepat dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Proses uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan memiliki nilai positif, maka pertanyaan atau indikator yang digunakan dalam instrumen penelitian dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen yang valid akan menghasilkan data yang andal dan dapat mendukung analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner yang digunakan dalam penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan sebagai indikator yang tepat. Sebuah kuesioner dianggap andal apabila jawaban yang dihasilkan tetap konsisten meskipun diukur atau diuji pada waktu yang berbeda. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan stabilitas dan keandalan kuesioner dalam menggambarkan karakteristik atau fenomena yang diukur secara berulang.

2. Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Hipotesis

Uji asumsi klasik dalam penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa model yang digunakan bebas dari masalah-masalah yang dapat mengganggu keabsahan hasil penelitian. Masalah-masalah tersebut berkaitan dengan asumsi dasar dalam analisis regresi yang harus dipenuhi agar hasil estimasi model dapat dipercaya. Dengan kata lain, uji asumsi klasik berfungsi untuk memeriksa apakah data yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat-syarat yang dibutuhkan untuk menghasilkan analisis yang valid dan reliabel.

Uji regresi linear berganda adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara variabel dependen (Y) dengan lebih dari satu variabel independen (X). Dalam penelitian ini, persamaan regresi yang digunakan adalah: $Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + \epsilon$. Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel E-commerce (X_1) dan QRIS (X_2) secara bersama-sama maupun individu berpengaruh terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital (Y).

3. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi mencakup semua UMKM berbasis digital di Kota Jambi yang berpotensi menggunakan E-commerce dan QRIS. Sampel merupakan bagian dari populasi, dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Sampel digunakan untuk mempermudah proses penelitian dan memungkinkan peneliti untuk membuat estimasi atau generalisasi terhadap populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel tersebut. Oleh karena itu, penyusunan populasi dan sampel tidak hanya menjadi langkah awal, tetapi juga memastikan keakuratan hasil penelitian dalam menjawab tujuan dan hipotesis yang diajukan.

Penelitian ini difokuskan pada UMKM di Kota Jambi yang telah mengadopsi teknologi digital. Pemilihan UMKM berbasis digital sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansinya dengan tujuan utama, yaitu untuk menganalisis pengaruh e-commerce dan QRIS terhadap pendapatan UMKM yang memanfaatkan teknologi digital. Populasi dalam

penelitian ini mencakup seluruh UMKM berbasis digital di Kota Jambi yang berpotensi menggunakan e-commerce dan QRIS dalam kegiatan operasional mereka. Mengingat luasnya populasi yang ada, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 150 UMKM. Sampel ini dipilih secara acak sebagai representasi populasi, karena meneliti seluruh elemen dalam populasi tidak memungkinkan akibat keterbatasan sumber daya dan waktu. Sampel dianggap sebagai bagian penting dari populasi yang memberikan data aktual untuk mendukung tujuan penelitian.

Metode non-probability sampling diterapkan untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, baik secara daring (via internet g-form) maupun secara langsung (tatap muka). Teknik ini dipilih untuk memastikan responden yang dijadikan sampel adalah UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital dan menggunakan produk e-commerce serta QRIS. Penentuan jumlah responden sebanyak 150 dilakukan untuk memberikan hasil penelitian yang cukup representatif, serta mendukung analisis pengaruh kedua variabel tersebut terhadap pendapatan UMKM berbasis digital di Kota Jambi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Jambi merupakan Ibu Kota dari Provinsi Jambi dimana tingkat mobilitas penduduknya mulai berkembang sangat pesat. Kota Jambi jika dilihat secara geografis memiliki rata-rata ketinggian hingga 60 meter dari atas permukaan laut dengan posisi lintang selatan 01030'2,98"-01040'1,07" dan bujur timur 1,67"-10340'0,22' -(Jambi, n.d.).

Kota Jambi terdiri dari 11 kecamatan dengan karakteristik wilayah dan jumlah desa/kelurahan yang bervariasi. Kecamatan Kota Baru, dengan ibu kota kecamatan di Paal Lima, memiliki luas area sebesar 27,26 km², mencakup 16,05% dari total luas Kota Jambi, dan menaungi 7 desa/kelurahan. Kecamatan dengan wilayah terluas adalah Alam Barajo yang berpusat di Bagan Pete, memiliki luas 36,06 km² atau sekitar 21,23% dari total wilayah, dan terdiri atas 7 desa/kelurahan. Di sisi lain, kecamatan dengan wilayah terkecil adalah Pasar Jambi yang berpusat di Pasar, dengan luas hanya 1,67 km² atau 0,98% dari keseluruhan luas Kota Jambi, dengan 4 desa/kelurahan. Beberapa kecamatan lainnya memiliki luas dan kontribusi yang signifikan terhadap total wilayah Kota Jambi. Kecamatan Paal Merah dengan ibu kota kecamatan di Talang Bakung, memiliki luas 24,25 km² (14,28%) dan mencakup 6 desa/kelurahan. Sementara itu Telanaipura yang berpusat di Telanaipura meliputi area seluas 20,32 km² (11,97%) dan menaungi 7 desa/kelurahan. Kecamatan Jambi Selatan dan Jelutung merupakan wilayah dengan luas yang hampir sama, yaitu masing-masing 7,60 km² (4,47%) dan 7,61 km² (4,48%) namun jumlah desa/kelurahan yang menaungi berbeda, yaitu 5 dan 7 desa/kelurahan. Kecamatan Danau Sipin dengan luas 7,27 km² (4,28%) memiliki 5 desa/kelurahan sedangkan Danau Teluk yang berpusat di Olak Kemang memiliki luas 13,44 km² (7,91%) dengan 5 desa/kelurahan (Jambi, n.d.).

Kecamatan Pelayangan berpusat di Ulu Gedong meliputi luas 10,69 km² (6,29%) dengan 6 desa/kelurahan sementara Jambi Timur yang memiliki ibu kota di Tanjung Pinang mencakup 13,67 km² (8,05%) dengan 9 desa/kelurahan menjadi kecamatan dengan jumlah desa/kelurahan terbanyak di Kota Jambi. Secara keseluruhan, Kota Jambi memiliki total luas wilayah 169,88 km² yang dibagi menjadi 68 desa/kelurahan yang tersebar di 11 kecamatan. Kecamatan Alam Barajo menjadi wilayah dengan kontribusi terbesar terhadap luas total,

sedangkan Pasar Jambi memiliki luas terkecil tetapi tetap memainkan peran penting dalam struktur administratif dan ekonomi kota.

Berdasarkan data kelompok umur, terlihat bahwa jumlah penduduk terbesar berada pada rentang usia 20-29 tahun dengan total 102.884 orang yang terdiri dari 51.537 laki-laki dan 51.347 perempuan. Rentang usia ini mencerminkan kelompok usia yang paling produktif, aktif dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor e-commerce dan UMKM berbasis digital. Selain itu, kelompok usia 15-19 tahun dengan total 51.423 orang juga menunjukkan potensi besar untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi, terutama yang berkaitan dengan teknologi dan digitalisasi. Sementara itu, kelompok usia 30-34 tahun dan 35-39 tahun yang masing-masing memiliki total 50.805 orang dan 49.733 orang juga menjadi kelompok usia yang memiliki daya beli yang cukup tinggi dan potensi yang besar dalam mengakses layanan digital seperti e-commerce dan QRIS. kelompok *usia di atas 40 tahun, meskipun jumlahnya sedikit lebih rendah, tetap menjadi bagian penting dari populasi produktif, dengan kelompok 40-44 tahun memiliki 47.512 orang dan kelompok 45-49 tahun sebanyak 44.392 orang. Kelompok usia ini berpotensi menjadi konsumen dan pelaku UMKM yang matang, dengan pengalaman dan pemahaman yang lebih dalam terhadap pasar dan penggunaan teknologi digital. Sementara itu, kelompok usia 60 tahun ke atas mulai menunjukkan penurunan signifikan, dengan jumlah total 24.737 orang di usia 60-64 tahun dan 17.577 orang di usia 65-69 tahun (Jambi, n.d.). Meskipun demikian, dengan meningkatnya inklusi digital, sebagian dari kelompok ini tetap memiliki potensi untuk mengakses layanan e-commerce dan QRIS. Adanya klasifikasi dan pengelompokan usia ini memberikan gambaran mengenai potensi pasar dan sumber daya manusia yang dapat menggerakkan sektor UMKM berbasis digital di Kota Jambi, dengan kelompok usia produktif yang mendominasi. Usia produktif yang meliputi rentang usia 15 hingga 39 tahun, yang totalnya sekitar 203.000 orang menjadi kelompok yang paling berpotensi berkontribusi terhadap perkembangan UMKM berbasis e-digital melalui penggunaan platform e-commerce dan QRIS.

1. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis menggunakan program SPSS versi 23. Validitas instrumen diukur dengan membandingkan nilai R_{hitung} (koefisien korelasi item) dengan nilai R_{tabel} . Nilai R_{tabel} dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0,159, yang diperoleh berdasarkan jumlah responden sebanyak 150 orang dengan tingkat signifikansi 5%. Instrumen dianggap valid jika nilai R_{hitung} lebih besar dari nilai R_{tabel} .

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan terhadap 150 responden dengan 6 item pernyataan untuk masing-masing variabel X dan 6 item pernyataan untuk variabel Y, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji validitas variabel e-commerce (X_1)

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Eco_X1.1	0,331	0,159	VALID
2	Eco_X1.2	0,277	0,159	VALID
3	Eco_X1.3	0,331	0,159	VALID
4	Eco_X1.4	0,646	0,159	VALID
5	Eco_X1.5	0,406	0,159	VALID

6	Eco_X1.6	0,595	0,159	VALID
---	----------	-------	-------	-------

Sumber : Hasil Olah data SPSS

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas untuk variabel e-commerce dengan 6 item dalam angket kuisioner memenuhi syarat validitas setelah dilakukan pengujian validitas kemudian membandingkan hasilnya antara r hitung dan r tabel. Adapun item dengan nilai validitas tertinggi adalah item Eco_X1.4 dengan nilai validitas 0,646 yang menunjukkan bahwa item ini memiliki skala yang sangat baik dari keseluruhan item. Sementara itu item dengan nilai validitas terendah adalah item Eco_X1.2 dengan nilai r hitung sebesar 0,277 namun tetap item ini dinyatakan valid karena r hitung besar dari r tabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel QRIS (X₂)

No	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	QR_X2.1	0,509	0,159	VALID
2	QR_X2.2	0,525	0,159	VALID
3	QR_X2.3	0,169	0,159	VALID
4	QR_X2.4	0,169	0,159	VALID
5	QR_X2.5	0,489	0,159	VALID
6	QR_X2.6	0,446	0,159	VALID

Sumber: Hasil Olah data SPSS

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel QRIS dengan semua item pernyataan yang diuji validitas memenuhi syarat validitas yakni R hitung besar dari R tabel. Dari hasil dapat diketahui bahwa item yang memiliki validitas tertinggi yakni item QR_X2.2 dengan nilai 0,525 yang menunjukkan korelasi sangat baik dari keseluruhan skala. Dan untuk item dengan nilai terendah yakni item QR_X2.3 dan QR_X2.4 yang sama sama memiliki nilai 0,169 namun tetap dinyatakan valid karena nilai R hitung besar dari R tabel. Dengan demikian, seluruh item yang diuji dalam angket ini dapat dikategorikan sebagai valid karena nilai R hitung untuk setiap item lebih besar dari R tabel yang menunjukkan bahwa instrumen pengukuran dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang sah.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Pendapatan UMKM berbasis E-digital. (Y)

No	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	Pend_Y.1	0,509	0,159	VALID
2	Pend_Y.2	0,287	0,159	VALID
3	Pend_Y.3	0,486	0,159	VALID
4	Pend_Y.4	0,444	0,159	VALID
5	Pend_Y.5	0,510	0,159	VALID
6	Pend_Y.6	0,482	0,159	VALID

Sumber: Hasil Olah data SPSS

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel pendapatan UMKM berbasis e-digital, yang terdiri dari 6 item pernyataan, setiap pernyataan memperoleh nilai koefisien R hitung yang lebih besar dari nilai R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item dalam variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut. Dengan demikian, hasil uji validitas menunjukkan bahwa 6 item pernyataan untuk variabel pendapatan umkm berbasis e-digital (Y) memenuhi kriteria validitas.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi dan stabilitas instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai apakah alat ukur yang diterapkan tetap memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila pengukuran dilakukan berulang kali. Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah konsistensi internal yang diukur dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Secara umum, instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha \geq nilai batas (0,60). Tabel berikut ini menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4 Hasil Uji Reabilitas

Cronbach Alpha	N of Items	Keterangan
0,70	18	Reliabel

Sumber: Hasil Olah data SPSS

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel, yaitu X_1 , X_2 , dan Y , adalah 0,70. Nilai ini lebih besar dari ambang batas yang ditetapkan, yaitu 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, termasuk variabel dan item-item yang ada dalam kuesioner, dapat dianggap reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data lebih lanjut. Hal ini menjelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha 0,70 menunjukkan tingkat konsistensi internal yang baik, yang berarti bahwa item-item dalam kuesioner saling berhubungan secara konsisten dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang dimaksud dalam penelitian ini.

3. Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital di Kota Jambi

Berdasarkan hasil uji statistik regresi linear berganda yang dilakukan, variabel E-commerce (X_1) menunjukkan koefisien regresi sebesar -0,062 dengan nilai signifikansi 0,487, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital di Kota Jambi. Meskipun demikian, koefisien negatif menunjukkan bahwa ada hubungan terbalik, meskipun tidak signifikan, antara penggunaan e-commerce dan pendapatan UMKM, yang bisa jadi disebabkan oleh faktor lain yang lebih mempengaruhi pendapatan UMKM dalam konteks ini, seperti keterbatasan akses teknologi, perbedaan karakteristik pasar, atau kurangnya pemahaman dalam menggunakan platform e-commerce secara efektif. Teori Pendapatan Marginal Produk (MPP) yang dikemukakan oleh John Bates Clark, yang menyatakan bahwa pendapatan yang diperoleh dari faktor produksi berhubungan langsung dengan produktivitas faktor tersebut, dapat digunakan untuk menganalisis hasil ini. Dalam konteks e-commerce, Teori MPP mengimplikasikan bahwa peningkatan produktivitas yang dihasilkan oleh penggunaan e-commerce seharusnya dapat meningkatkan pendapatan UMKM, jika e-commerce digunakan secara optimal. Namun, hasil uji statistik menunjukkan bahwa, dalam penelitian ini, penggunaan e-commerce belum menghasilkan peningkatan yang signifikan pada pendapatan UMKM, yang bisa jadi menunjukkan bahwa adopsi e-commerce oleh

UMKM di Kota Jambi belum dapat meningkatkan produktivitas atau efisiensi secara signifikan.

Teori Diffusion of Innovation yang dikembangkan oleh Everett Rogers menjelaskan bagaimana inovasi, seperti penggunaan e-commerce, menyebar melalui suatu populasi. Dalam hal ini, teori ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi baru, seperti e-commerce, membutuhkan waktu dan proses belajar bagi UMKM. Meskipun banyak UMKM yang mulai menggunakan e-commerce, belum tentu mereka memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan penggunaan platform digital tersebut. Keterlambatan adopsi atau kurangnya pengetahuan dan pelatihan bisa menjadi faktor yang menghambat dampak positif dari e-commerce terhadap pendapatan. Hasil uji statistik yang menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan bisa jadi mencerminkan tahap awal dalam adopsi e-commerce, dimana masih banyak UMKM yang berada pada tahap percobaan atau penggunaan yang terbatas. **Teori Transaction Cost** yang dijelaskan oleh Ronald Coase dan Oliver Williamson, menyatakan bahwa penggunaan teknologi baru seperti e-commerce dapat menurunkan biaya transaksi, sehingga meningkatkan efisiensi dan pada akhirnya berpotensi meningkatkan pendapatan. Namun, dalam konteks penelitian ini, meskipun penggunaan e-commerce dapat menurunkan biaya transaksi, mungkin ada faktor lain yang meningkatkan biaya transaksi dalam jangka pendek, seperti biaya pelatihan, biaya teknologi, dan adaptasi terhadap sistem baru. Hal ini bisa menjelaskan mengapa pengaruh e-commerce terhadap pendapatan UMKM belum terlihat signifikan dalam uji statistik yang dilakukan.

4. Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-digital di Kota Jambi

Berdasarkan hasil uji statistik regresi linear berganda, variabel **QRIS** (X_2) menunjukkan koefisien regresi sebesar **0,129** dengan nilai signifikansi **0,285**, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa **QRIS** tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital di Kota Jambi. Meskipun koefisiennya positif, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara penggunaan QRIS dengan pendapatan UMKM, nilai signifikansi yang lebih tinggi dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan ini tidak cukup kuat untuk dinyatakan sebagai pengaruh yang signifikan secara statistik. Teori Pendapatan Marginal Produk (MPP) yang dikemukakan oleh John Bates Clark, pengaruh positif penggunaan QRIS terhadap pendapatan UMKM dapat dijelaskan melalui konsep efisiensi yang dihasilkan oleh penggunaan teknologi pembayaran digital. Dalam teori ini, faktor produksi yang lebih efisien akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar. Pada variabel QRIS, penerimaan pembayaran yang lebih cepat dan mudah seharusnya dapat mengurangi hambatan transaksi dan meningkatkan efisiensi operasional UMKM, sehingga meningkatkan pendapatan mereka. Namun, hasil uji statistik yang menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan dapat menggambarkan bahwa meskipun QRIS bisa memberikan kemudahan, UMKM di Kota Jambi mungkin belum memanfaatkan potensi penuh dari teknologi ini untuk meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya pemahaman atau adopsi yang terbatas terhadap sistem pembayaran digital ini.

Teori Diffusion of Innovation, yang dijelaskan oleh Everett Rogers, penggunaan QRIS sebagai inovasi digital seharusnya mengikuti suatu proses penyebaran dalam masyarakat. Teori ini menjelaskan bahwa adopsi teknologi baru sering kali memerlukan waktu dan

pemahaman yang cukup agar dapat berpengaruh signifikan terhadap perilaku dan hasil yang diharapkan. Meskipun QRIS mulai banyak digunakan, adopsi di kalangan UMKM di Kota Jambi mungkin masih berada pada tahap awal atau belum merata. Oleh karena itu, meskipun QRIS dapat memberikan kemudahan dalam transaksi, mungkin masih ada hambatan adopsi atau kesenjangan dalam pemahaman yang membatasi potensi pengaruh QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Teori Transaction Cost yang dikembangkan oleh Ronald Coase dan Oliver Williamson, penggunaan QRIS seharusnya mengurangi biaya transaksi yang terkait dengan proses pembayaran, seperti biaya administrasi, risiko pembayaran, dan waktu transaksi. Dengan penggunaan QRIS, biaya transaksi seharusnya dapat dikurangi, yang berpotensi meningkatkan pendapatan UMKM. Namun, meskipun QRIS memiliki potensi untuk mengurangi biaya transaksi, hasil uji statistik yang menunjukkan hubungan yang tidak signifikan bisa jadi disebabkan oleh faktor lain, seperti biaya implementasi awal, pelatihan, atau masalah teknis yang dialami oleh UMKM dalam mengadopsi QRIS secara penuh.

5. Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan QRIS terhadap Pendapatan UMKM Berbasis E-digital di Kota Jambi.

Berdasarkan hasil uji statistik regresi linear berganda, secara simultan penggunaan E-Commerce dan **QRIS** tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital di Kota Jambi. Hasil uji **F** menunjukkan nilai signifikansi sebesar **0,451**, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga menyimpulkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama tidak signifikan memengaruhi variabel dependen, yaitu pendapatan UMKM. Secara parsial, E-Commerce memiliki koefisien regresi sebesar **-0,062** dengan nilai signifikansi **0,487**, sedangkan QRIS memiliki koefisien regresi sebesar **0,129** dengan nilai signifikansi **0,285**. Meskipun QRIS menunjukkan hubungan positif, kedua variabel ini tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM. **Teori** Pendapatan Marginal Produk (MPP) menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan teoritis dan hasil empiris. Dalam kerangka teori MPP, penggunaan teknologi seperti E-Commerce dan QRIS seharusnya meningkatkan produktivitas dan efisiensi UMKM, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM di Kota Jambi. Hal ini bisa disebabkan oleh keterbatasan infrastruktur digital, rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM, atau kurangnya strategi pemasaran yang efektif dalam platform e-commerce. Teori Diffusion of Innovation yang menyoroti proses adopsi teknologi, hasil ini mengindikasikan bahwa E-Commerce dan QRIS sebagai inovasi digital belum mencapai tingkat adopsi yang optimal di Kota Jambi. Rogers menyatakan bahwa adopsi teknologi memerlukan waktu, edukasi, dan lingkungan yang mendukung. Dengan demikian, ketidaksignifikanan pengaruh ini mungkin disebabkan oleh faktor adopsi teknologi yang masih dalam tahap awal atau kurang merata di kalangan UMKM.

Teori Transaction Cost penggunaan E-Commerce dan QRIS seharusnya mampu menurunkan biaya transaksi seperti biaya komunikasi, waktu, dan administrasi. Secara teori, pengurangan biaya transaksi ini akan meningkatkan efisiensi operasional UMKM dan berdampak pada kenaikan pendapatan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penurunan biaya transaksi melalui E-Commerce dan QRIS belum cukup kuat untuk secara

signifikan memengaruhi pendapatan UMKM. Faktor-faktor seperti biaya implementasi awal, kurangnya kepercayaan konsumen, atau hambatan teknis bisa menjadi alasan mengapa pengaruh ini tidak terlihat signifikan dalam konteks UMKM di Kota Jambi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Studi oleh Prasetyo et al. (2022) menemukan bahwa meskipun E-Commerce dan QRIS memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan UMKM, faktor pendukung seperti literasi digital, infrastruktur teknologi, dan lingkungan bisnis yang kondusif memainkan peran penting dalam menentukan efektivitasnya. Penelitian lainnya oleh Setiawan dan Sari (2023) juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran digital seperti QRIS sering kali terkendala oleh rendahnya pemahaman pengguna dan kepercayaan terhadap sistem. Hal ini konsisten dengan kondisi yang ditemukan dalam penelitian ini, di mana penggunaan teknologi tersebut belum memberikan pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

SIMPULAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh e-commerce dan QRIS terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital di Kota Jambi. Hasil analisis menunjukkan beberapa temuan penting sebagai berikut:

1. Pengaruh E-Commerce terhadap Pendapatan UMKM
Berdasarkan hasil uji regresi parsial (uji t), e-commerce tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital. Nilai t hitung untuk variabel e-commerce adalah -0,697 dengan nilai signifikansi 0,487, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi e-commerce di kalangan UMKM belum optimal dalam meningkatkan pendapatan.
2. Pengaruh QRIS terhadap Pendapatan UMKM
Hasil uji t menunjukkan bahwa QRIS juga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Nilai t hitung untuk variabel QRIS adalah 1,073 dengan nilai signifikansi 0,285, yang juga lebih besar dari 0,05.
3. Pengaruh Simultan (E-Commerce dan QRIS) terhadap Pendapatan UMKM
Secara simultan, e-commerce dan QRIS tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM berbasis e-digital, sebagaimana ditunjukkan oleh hasil uji F dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.
4. Kekuatan Model
Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini hanya sebesar 0,014, yang berarti hanya 1,4% variasi dalam pendapatan UMKM berbasis e-digital dapat dijelaskan oleh variabel e-commerce dan QRIS. Sisanya (98,6%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti kualitas produk, strategi pemasaran, atau modal usaha.
5. Kendala dan Tantangan
Rendahnya pengaruh variabel e-commerce dan QRIS terhadap pendapatan UMKM mencerminkan beberapa kendala, seperti keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, keterbatasan akses teknologi, dan kurangnya pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia dalam platform e-commerce dan QRIS.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini terdapat beberapa hal penting yang menjadi perhatian untuk pemangku kepentingan dalam upaya mengoptimalkan pemanfaatan e-commerce dan QRIS dikalangan UMKM berbasis digital di Kota Jambi.

1. Diperlukan strategi peningkatan literasi digital secara menyeluruh bagi pelaku UMKM. Pemerintah daerah, lembaga pelatihan dan asosiasi usaha diharapkan dapat menyelenggarakan program edukatif secara berkelanjutan baik melalui pelatihan tatap muka maupun berbasis daring guna meningkatkan pemahaman teknis dalam mengoperasikan platform digital serta memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia secara optimal.
2. Penyedia infrastruktur teknologi informasi yang memadai menjadi syarat penting agar transformasi digital dapat berjalan efektif. Akses internet cepat dan merata diseluruh wilayah harus menjadi prioritas. Dalam hal ini Kerjasama atara pemerintah, penyedia layananan internet serta sektor swasta sangat diperlukan guna menjamin ketersediaan layanan digital yang dapat diakses oleh seluruh pelaku usaha.
3. Untuk meningkatkan adopsi QRIS sangat penting untuk membangun kepercayaan pelaku usaha terhadap sistem pembayaran digital, hal ini bisa dilakukan melalui sosialisasi mengenai keamanan sistem serta penyediaan bukti manfaat nyata yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna seperti efisiensi transaksi dan kemudahan pencatatan keuangan.
4. Penguatan ekosistem digital menjadi hal yang tak terelakkan. Kolaborasi antara marketplace, perbankan, dan UMKM harus difasilitasi untuk menciptakan rantai nilai yang saling menguntungkan. Hal ini juga termasuk integrasi data dan sistem manajemen digital yang mendukung proses bisnis yang lebih terstruktur dan professional.
5. Penelitian lanjutan sangat dianjurkan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di era digital. Mengingat kontribusi e-commerce dan QRIS dalam penelitian ini belum menunjukkan pengaruh signifikan maka pendekatan penelitian dimasa mendatang dapat memperluas variabel seperti kualitas produk, strategi branding digital, tingkat kepercayaan konsumen atau dukungan kebijakan fiskal terhadap UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Agency, A. N. (n.d.). *Bank Jambi komitmen perluas penggunaan QRIS*. ANTARA News

Jambi. Retrieved November 1, 2024, from

<https://jambi.antarane.ws.com/berita/532799/bank-jambi-komitmen-perluas-penggunaan-qr>

Aprilyan, Y., & Sasanti, E. E. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan

Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat.

Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi, 2(2), 292–306.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (n.d.). Retrieved January 11, 2024, from

<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

bps statistik ecommerce 2023—Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved November 12, 2024, from

https://www.google.com/search?q=bps+statistik+ecommerce+2023&oq=bps+statistik+ec&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqBwgBEAAYgAQyBggAEEUYOTIHCAEQABiABDIKCAIQABiABBiiBDIKCAMQABiABBiiBDIKCAQQABiABBiiBDIKCAUQABiABBiiBDIKCAYQABiABBiiBDIGCAcQRRg80gEINTUyNWowajeoAgCwAgA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Dauda, P., Paris, P. P., Megawaty, M., Hendriadi, H., & Kausar, A. (2023). Pengaruh

Electronic Commerce (E-Commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kabupaten Gowa. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), 105–111.

Hanny, R., Syah, A., & Novita, D. (2020). Analisis Penggunaan E-Commerce Terhadap

Peningkatanpendapatan Umkm Kuliner Kecamatan Sawangan-Depok. *Journal Of Management, Business And Education*, 7(1), 56–68.

Jambi, B. P. S. K. (n.d.). *Kota Jambi Dalam Angka 2024*. Retrieved December 15, 2024, from

<https://jambikota.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/64e45c3e94a437f95f4cc646/kota-jambi-dalam-angka-2024.html>

KOMINFO, P. (n.d.). *Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen*.

Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Retrieved July 28, 2024, from http:///content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media

laporan kinerja umkm 2022 jambi—Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved October 28, 2023, from

https://www.google.com/search?q=laporan+kinerja+umkm+2022+jambi&oq=laporan+kinerja+umkm+2022+jambi&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIKCAEQIRigARjDBDIKCAIQIRigARjDBDIKCAMQIRigARjDBDIHCAQQIRiPAjIHCAUQIRiPAjIHCAyQIRiPAIIBCTE0OTA4ajBqOagCALACAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Laporan Perekonomian Provinsi Jambi Februari 2023—Penelusuran Google. (n.d.). Retrieved November 12, 2024, from

https://www.google.com/search?q=Laporan+Perekonomian+Provinsi+Jambi+Februari+2023&oq=Laporan+Perekonomian+Provinsi+Jambi+Februari+2023&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOdIBCDIxNTVqMGo5qAIAAsAIB&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Lu, Z., Wu, J., Li, H., & Nguyen, D. K. (2022). Local Bank, Digital Financial Inclusion and SME Financing Constraints: Empirical Evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 58(6), 1712–1725.

<https://doi.org/10.1080/1540496X.2021.1923477>

Ogloblin, C., Brown, J., King, J., & Levernier, W. (2018). *Principles of Microeconomics (GA Southern)*.

<https://oer.galileo.usg.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1006&context=business-collections>

Purwanto, Y., Wahono, B., & Hardaningtyas, R. T. (2022). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Probolinggo Jawa Timur. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(09).

<http://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15489>

Statistik E-Commerce Provinsi Jambi 2022—Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. (n.d.).

Retrieved November 1, 2024, from

<https://jambi.bps.go.id/id/publication/2023/12/29/670a1f2f09bc4b775e9cd7aa/statistik-e-commerce-provinsi-jambi-2022.html>

Taylor, J. B., & Weerapana, A. (2010). *Principles of microeconomics*. Cengage Learning.

<https://thuvienso.hoasen.edu.vn/handle/123456789/3686>

Teori Difusi Inovasi. (n.d.). Retrieved November 12, 2024, from

[https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-](https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/behavioralchangetheories4.html)

[modules/sb/behavioralchangetheories/behavioralchangetheories4.html](https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/behavioralchangetheories4.html)

Wicksell, K. (1902). *The distribution of wealth. A theory of wages, interest and profits*.

JSTOR. <https://www.jstor.org/stable/3437091>

Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) Terhadap Peningkatan

Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, 5(01), 19–30.