

# Dampak Digitalisasi dan *E-Commerce* terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mikro

Wanda Ilham<sup>1</sup>, Megawati Kusuma Dewi<sup>2</sup>, Taryanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pertiwi-<sup>1</sup>wanda.ilham@pertiwi.ac.id

-<sup>2</sup>21120098@pertiwi.ac.id<sup>2</sup>

-<sup>3</sup>taryanto@pertiwi.ac.id<sup>3</sup>.

**Abstract**-The internet and technology have become an essential part of our daily lives. Small businesses like "Nasi Uduk Sarah" in Cipinang Muara, East Jakarta, are also experiencing this digital transformation. This study aims to examine how digitalization and e-commerce help small businesses grow, particularly by reaching more customers, improving operational efficiency, and strengthening their position amidst competition. By distributing questionnaires to customers and business owners, a quantitative approach was used. The analysis results indicate that the use of digital technology, such as promotions through social media and sales through the GoFood and GrabFood apps, has positively impacted the development of Nasi Uduk Sarah's business. However, challenges remain, such as a lack of technological knowledge and intense competition. Overall, this study demonstrates that e-commerce and digitalization can be a smart solution for micro-businesses to survive and thrive, especially in densely populated urban areas. This study also suggests strategies to help business owners better utilize technology to advance their businesses.

**Key word:** Digitalization, E-Commerce, Micro-Enterprises, Microeconomics

## 1. PENDAHULUAN

Saat ini teknologi sudah sangat maju, dan kemajuannya, terutama melalui internet, berdampak pada banyak aspek kehidupan manusia. Orang-orang merasa bahwa hal ini menjadi sangat sederhana. Jumlah orang yang menggunakan internet terus meningkat. Ketersediaan internet sangat penting. Semua orang menggunakan teknologi untuk mempercepat tugas, memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan membuat informasi lebih mudah diperoleh. Para pelaku UMKM terkena dampak dari kemajuan teknologi yang pesat, dan teknologi internet merupakan komponen penting dari setiap organisasi yang sukses. Hal ini sangat menguntungkan dari sudut pandang bisnis (Safitri et al., 2023).

Satu diantara kekuatan utama di balik ekspansi ekonomi global, khususnya untuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah digitalisasi Wirausaha kecil dan menengah di Tanah Air terutama yang berada di daerah pedesaan, menghadapi sejumlah kendala yang menghambat ekspansi mereka, termasuk keterbatasan akses ke sumber daya keuangan dan pasar. Menurut Koswara, (2024), Kurangnya infrastruktur yang canggih di daerah pedesaan memperburuk masalah ini dengan menyebabkan kesenjangan teknologi antara daerah perkotaan dan pedesaan. Pelaku UMKM memiliki potensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, sekaligus menciptakan produk dan layanan baru berkat digitalisasi. (Triwijayati et al., 2023).

Ada banyak teknologi yang tersedia di era digitalisasi ini yang dapat diterapkan ke berbagai domain, termasuk ekonomi. Salah satu penggunaan teknologi ini adalah munculnya perdagangan elektronik, yang terkadang dikenal sebagai e-Commerce. Cara seseorang mengelola bisnis telah berevolusi karena e-commerce. (Ristianti et al., 2023). Sejalan dengan yang dikatakan oleh Bachtiar et al. (2024), Adopsi e-commerce berkontribusi pada perubahan paradigma bisnis. Selain meningkatkan jangkauan pasar dan memfasilitasi transaksi online, hal ini memberikan kesempatan bagi UMKM untuk lebih sukses berpartisipasi di pasar global.

Di Indonesia, digitalisasi saat ini berkembang dengan sangat cepat. Menurut hasil studi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau disingkat dengan (APJII) 2019-2020, sebanyak 196,7 juta penduduk Indonesia, atau 73,7% dari total populasi, saat ini telah menggunakan Internet. Ekonomi digital yang berkembang pesat diciptakan oleh ekonomi

global yang berkembang dan didukung oleh kemajuan teknologi. Banyak hal yang dapat dilakukan dan dikendalikan dengan bantuan kemajuan teknologi saat ini, tetapi hanya melalui jaringan internet, dan gadget serta ponsel pintar dapat membawa banyak perubahan, terutama dalam perekonomian, yang semakin bergerak ke arah ekonomi digital.

Fondasi perekonomian nasional adalah UMKM. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2023, UMKM mempekerjakan 97% pekerja di Indonesia dan menyumbang lebih dari 60,5% PDB Indonesia. Namun, dalam hal pemasaran, pendanaan, dan penerapan teknologi kontemporer, usaha mikro sering kali menghadapi kendala. Diperkirakan bahwa e-commerce dan digitalisasi akan memberikan jalan keluar yang diperhitungkan untuk mengatasi batasan-batasan ini. (Firmansyah & Maemunah, 2021).

UKM di industri kuliner adalah salah satu kelompok perusahaan yang dapat bertahan dalam perubahan, waktu, dan keabadian; oleh karena itu, industri ini selalu ada di semua lokasi dan lingkup masyarakat. Permintaan utama bagi perusahaan besar dan kecil masih tetap makanan dan minuman. Dengan mempertimbangkan keadaan dan kenyataan saat ini, Anda dapat menjadikan industri kuliner sebagai industri yang sangat menjanjikan yang akan menghasilkan keuntungan setinggi mungkin. (Nurmala et al., 2022).

Kesulitan yang dihadapi UMKM di tahun 2022 tidak hanya disebabkan oleh pandemi Covid-19, tetapi juga muncul dalam konteks ekonomi digital yang berkembang pesat, yang mengharuskan UMKM untuk dapat menerima teknologi informasi karena jumlah pelaku UMKM yang memiliki situs web atau layanan internet masih relatif sedikit. Oleh karena itu, barang dan jasa yang dipromosikan oleh UMKM sering kali gagal menjangkau pasar di luar wilayah mereka dan di lokasi terpencil, dan mereka dikalahkan oleh perusahaan-perusahaan besar yang telah memiliki pasar yang mapan dan dapat dengan mudah menarik pelanggan karena pengakuan mereka melalui layanan internet tanpa batas.

E-commerce adalah platform digital online yang memberikan kemampuan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk melakukan berbagai operasi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, dan jenis transaksi lainnya. UMKM dapat mengakses klien potensial di berbagai tempat, melampaui batas geografis, dan meningkatkan jangkauan pasar mereka melalui e-commerce. Selain itu, e-commerce menawarkan sejumlah alat dan fitur yang membantu UMKM dalam memasarkan barang dan jasa mereka serta menyederhanakan transaksi konsumen, seperti pembayaran online dan pelacakan pesanan secara real-time (Sariyani & Nasution, 2024). E-commerce adalah praktik pembelian dan penjualan barang secara online, baik antara bisnis dan konsumen atau antar bisnis, dengan komputer yang berfungsi sebagai perantara utama dalam transaksi komersial. Pelanggan dapat membeli produk secara online dan bisnis dapat menjual barang mereka tanpa bergantung pada toko fisik berkat e-commerce. Selain itu, e-commerce memfasilitasi transaksi antar-perusahaan, memungkinkan perusahaan untuk menggunakan platform digital untuk membeli dan menjual barang atau jasa mereka kepada mitra bisnis. (Gustina et al., 2022).

Dalam konteks usaha mikro, contoh konkret penerapan digitalisasi dan e-Commerce dapat ditemukan pada usaha "Nasi Uduk Sarah" terletak di Kelurahan Cipinang Muara, Jatinegara, Jakarta Timur. Untuk menarik audiens yang lebih luas, perusahaan telah mulai menggunakan platform media sosial seperti Instagram dan aplikasi pesan-antar makanan seperti GoFood dan GrabFood. Hal ini menarik untuk diteliti, mengingat adopsi teknologi digital oleh usaha mikro tradisional seperti nasi uduk dapat memberikan gambaran nyata tentang dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi mikro di tingkat lokal. Namun, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh penjual seperti susahnya promosi ataupun kurangnya pengetahuan tentang teknologi serta persaingan yang ketat.

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan metode survei yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif. Dampak dari dua variabel independen - digitalisasi (X1) dan e-commerce (X2) terhadap pertumbuhan ekonomi mikro (Y) dinilai dengan menggunakan metodologi ini. Menguji hubungan sebab akibat antar variabel adalah tujuan dari penelitian asosiatif ini. Karena penelitian ini berfokus pada generalisasi berdasarkan data responden yang diperoleh

melalui kuesioner tertutup, pendekatan ini sesuai untuk digunakan. Dalam proses penelitian, pengumpulan data menjadi bagian penting yang melibatkan teknik-teknik tertentu untuk memperoleh data yang relevan. Metode ini berupaya mengumpulkan data untuk penelitian kuantitatif yang dapat dihitung atau diperiksa secara statistik. Untuk mengumpulkan data, kuesioner tertutup dengan skala Likert 1-5 disebar. Dalam metodologi penelitian, objek penelitian didefinisikan sebagai sekumpulan atribut esensial, karakteristik spesifik, maupun variabel terukur yang inheren melekat pada entitas penelitian baik berupa individu, kelompok, organisasi, fenomena, maupun aktivitas tertentu yang menjadi fokus investigasi ilmiah.. Menurut Sugiyono (2022), objek penelitian merupakan ciri atau sifat dari seseorang, kelompok, benda, atau kegiatan tertentu yang memiliki variasi dan dijadikan fokus pengamatan guna ditelaah serta ditarik kesimpulannya. Adapun satuan analisis dalam penelitian ini adalah individu, yang terdiri dari pelanggan tetap serta pelaku operasional usaha mikro "Nasi Uduk Sarah".

**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Digitalisasi**

Dimensi	Indikator	Sumber
Operasional	Penggunaan sistem pencatatan digital	Astuti et al (2025)
Pemasaran	Penggunaan pembayaran non-tunai Promosi melalui Instagram dan WhatsApp	Triwijaya et al (2023)
Pelayanan	Interaksi pelanggan via aplikasi chat	Chaerunisak et al (2024)

**Tabel 2. Definisi Operasional Variabel e-Commerce**

Dimensi	Indikator	Sumber
Transaksi	Penggunaan platform GrabFood / GoFood / ShopeeFood	Lestari et al (2024)
Distribusi	Efisiensi pengiriman dan jangkauan pasar	Gustina et al (2022)
Promosi	Fitur diskon dan rekomendasi produk	Hidayar (2023)

**Tabel 3. Definisi Operasional Variabel Pertumbuhan Ekonomi Mikro**

Dimensi	Indikator	Sumber
Omzet	Peningkatan pendapatan bulanan	Rukiah & Ikhwani (2025)
Pelanggan	Kenaikan jumlah konsumen tetap	Setiawan (2023)
Efisiensi	Penurunan biaya promosi	Karomah (2025)
Daya Saing	Kekuatan bersaing di pasar lokal	Chaerunisak et al (2024)

Pada penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai  $\alpha$ -nya mencapai 0,70 atau lebih. Angka tersebut menandakan bahwa item-item dalam instrumen memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini, statistik deskriptif diaplikasikan untuk memaparkan profil responden serta pola atau tren jawaban kuesioner yang berhubungan dengan variabel digitalisasi, e-commerce, dan pertumbuhan ekonomi mikro. Indikator statistik yang digunakan meliputi nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (mean), simpangan baku (standar deviasi), skewness (kemencengan distribusi), dan kurtosis (keruncingan distribusi) dengan tujuan memperoleh gambaran awal mengenai persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel bebas, yaitu Digitalisasi ( $X_1$ ) dan E-commerce ( $X_2$ ), terhadap variabel terikat yaitu Pertumbuhan Ekonomi

Mikro (Y). Model ini berguna untuk menjelaskan hubungan antara lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Secara umum, rumus yang digunakan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Pertumbuhan Ekonomi Mikro

X<sub>1</sub> : Digitalisasi

X<sub>2</sub> : E-commerce

a : Nilai konstanta (intersep)

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi masing-masing variabel bebas

e : Error atau residual (kesalahan pengganggu)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian bagian profil responden menyajikan hasil terkait peran responden terkait nasi uduk sarah dan frekuensi memesan/membeli dari Nasi Uduk Sarah (bagi pelanggan) atau berinteraksi dengan operasionalnya (bagi pelaku operasional) yang mana responden pada penelitian ini terdiri atas 36 responden.

#### 1 Peran Responden Terkait Nasi Uduk Sarah

Responden dalam penelitian ini memiliki peran sebagai pelanggan tetap dan pelaku kegiatan operasional di usaha Nasi Uduk Sarah. Pelanggan tetap merupakan individu yang secara rutin membeli dan mengkonsumsi produk dari Nasi Uduk Sarah, sementara pelaku kegiatan operasional mencakup karyawan yang terlibat langsung dalam proses produksi, penyajian, hingga pelayanan kepada konsumen. Hasil peran responden disajikan pada tabel 4 berikut.

**Tabel 4. Peran Responden Terkait Nasi Uduk Sarah**

Kategori Peran Responden	Frekuensi	Persentase
Pelanggan Tetap	32	88,9%
Pelaku Kegiatan Operasional (Pemilik/Pegawai)	4	11,1%
Total	36	100%

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.1, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap, yaitu sebanyak 32 orang atau sebesar 88,9% dari total responden. Sementara itu, sebanyak 4 responden atau sebesar 11,1% merupakan individu yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional usaha, baik sebagai pemilik maupun pegawai.

#### 2 Frekuensi Memesan/Membeli Nasi Uduk Sarah

Bagian ini membahas seberapa sering para responden melakukan pembelian atau pemesanan produk di usaha Nasi Uduk Sarah. Rincian informasinya disajikan secara lengkap pada Tabel 5 berikut :

**Tabel 5. Frekuensi Memesan/Membeli Nasi Uduk Sarah**

Kategori Frekuensi Memesan/Membeli	Frekuensi	Persentase
Setiap Hari	26	72,2%
Jarang	2	5,6%
Seminggu Sekali	5	13,9%
Beberapa kali sebulan	3	8,3%
Total	36	100%

Berdasarkan data pada Tabel 4.2, diketahui bahwa sebagian besar responden, yakni sebanyak 26 orang atau sebesar 72,2%, melakukan pembelian atau pemesanan Nasi Uduk

Sarah setiap hari. Sementara itu, sebanyak 5 responden atau 13,9% tercatat melakukan pemesanan atau pembelian sebanyak satu kali dalam seminggu. Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan informasi dari sejumlah ukuran statistik utama, seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan simpangan baku (standar deviasi). Hasil analisis tersebut dirangkum dan ditampilkan secara rinci dalam tabel berikut :

**Tabel 6. Hasil Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Digitalisasi	36	10.00	50.00	44.2778	7.48183
<i>E-Commerce</i>	36	12.00	50.00	44.0278	8.06575
Pertumbuhan Ekonomi Mikro	36	11.00	50.00	44.3889	8.04728
Valid N (listwise)	36				

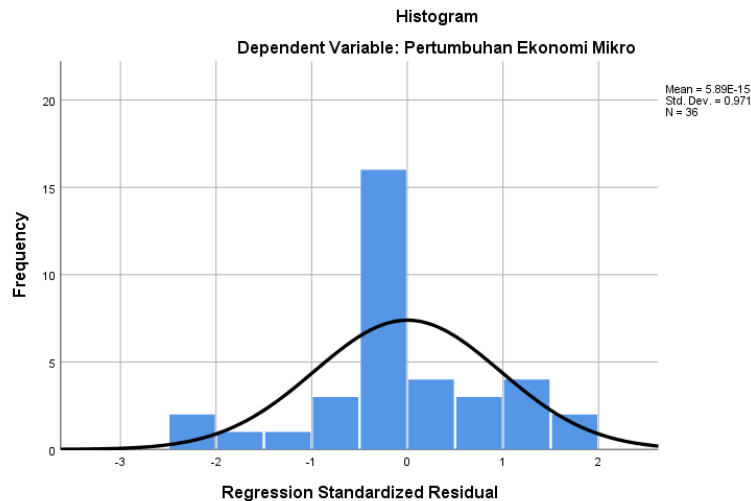
Tabel 6 variabel Digitalisasi menunjukkan nilai minimal sebesar sepuluh dan maksimal sebesar lima puluh, dengan rerata (mean) sebesar 44,2778 serta simpangan baku (standard deviation) sebesar 7,48183. Selanjutnya, variabel *E-commerce* memiliki nilai minimum 12 dan maksimum 50, dengan rata-rata sebesar 44,0278 dan simpangan baku sebesar 8,06575. Sementara itu, variabel Pertumbuhan Ekonomi Mikro mencatat rentang nilai dari 11 hingga 50, dengan nilai rata-rata 44,3889 dan simpangan baku sebesar 8,04728. Uji distribusi normal merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menilai apakah suatu dataset memiliki pola distribusi yang mendekati distribusi normal. Pengujian ini merupakan prasyarat penting dalam penerapan metode statistik parametrik, termasuk analisis regresi. Salah satu metode pengujian yang sering diterapkan adalah Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk mengecek apakah data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Adapun kriteria dalam pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal ( $H_0$  diterima)
2. Jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari atau sama dengan 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal ( $H_0$  ditolak)

**Tabel 7. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov Smirnov**

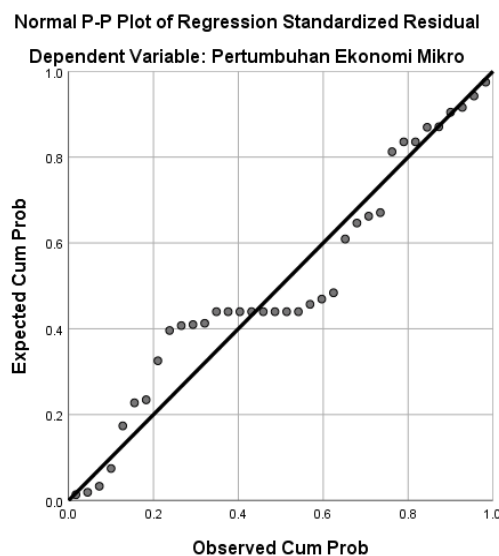
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		36
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std.	1.69898562
,b	Deviation	
Most	Absolute	.171
Extreme	Positive	.156
Differences	Negative	-.171
Test Statistic		.171
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 <sup>c</sup>

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal. Hal ini terlihat dari nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada tabel Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,009, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan tidak berdistribusi normal.



**Gambar 1 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram dan P-Plot**

Merujuk pada Gambar 4.1, terlihat bahwa pola grafik tidak membentuk kurva menyerupai lonceng (bell-shaped), sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.



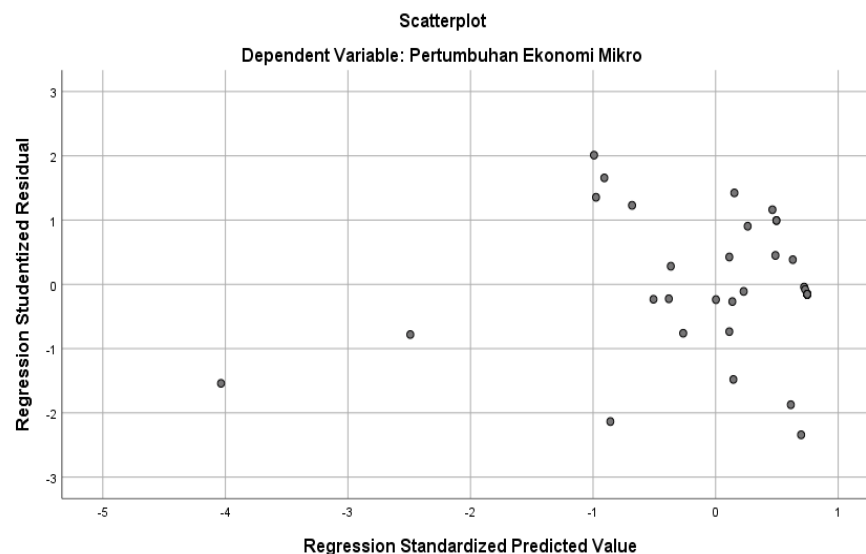
*Gambar 2 Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot*

Plot tidak mengikuti pola yang seharusnya, yaitu tidak berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data menyimpang dari distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi mengalami gejala heteroskedastisitas, yaitu ketidaksamaan varians antara satu residual dengan residual lainnya. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2017).

- Jika tampilan data menunjukkan pola tertentu yang teratur—seperti gelombang, melebar, atau menyebar ke satu arah—maka hal tersebut mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas dalam model.
- Sebaliknya, jika titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol tanpa membentuk pola yang jelas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.



**Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar 3 grafik Scatterplot pada gambar uji Heteroskedastisitas diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, Hal ini menunjukkan bahwa model regresi cocok digunakan untuk memprediksi variabel terikat dari variabel-variabel bebas yang dipakai.

#### **Validitas dan Reliabilitas**

##### **a. Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat. Suatu instrumen dikatakan valid apabila benar-benar dapat mengukur aspek yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan pada setiap dimensi menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson. Analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan setiap butir pertanyaan terhadap skor total, yaitu jumlah keseluruhan skor dari seluruh item dalam satu instrumen. Sebuah item dinyatakan valid apabila nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Sebaliknya, jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel, maka item tersebut dianggap tidak valid. Hasil dari pengujian validitas disajikan dalam tabel berikut.

#### **Variabel Digitalisasi**

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Digitalisasi**

Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi / r-hitung	p- value	R tabel	Keterangan
Digitalisasi (X1)	D1	0.828	0,000	0.329	Valid
	D2	0.807	0,000	0.329	Valid
	D3	0.882	0,000	0.329	Valid
	D4	0.923	0,000	0.329	Valid
	D5	0.715	0,000	0.329	Valid
	D6	0.847	0,000	0.329	Valid
	D7	0.855	0,000	0.329	Valid
	D8	0.886	0,000	0.329	Valid
	D9	0.771	0,000	0.329	Valid
	D10	0.799	0,000	0.329	Valid

Berdasarkan tabel 8. r-tabel dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 0.329 untuk sampel 36 responden. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, Kinerja Karyawan menunjukkan nilai keseluruhan koefisien korelasi seluruh item valid karena nilai koefisien korelasi atau r-hitung > r-tabel. Maka seluruh item variabel digitalisasi dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

#### Variabel e-Commerce

**Tabel 9. Hasil Uji Validitas e-Commerce**

Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi / r-hitung	p- value	R tabel	Keterangan
e- Commerce (X2)	EC1	0,713	0,000	0.329	Valid
	EC2	0,859	0,000	0.329	Valid
	EC3	0,854	0,000	0.329	Valid
	EC4	0,947	0,000	0.329	Valid
	EC5	0.895	0,000	0.329	Valid
	EC6	0.927	0,000	0.329	Valid
	EC7	0.891	0,000	0.329	Valid
	EC8	0.877	0,000	0.329	Valid
	EC9	0.927	0,000	0.329	Valid
	EC10	0.916	0,000	0.329	Valid

Berdasarkan tabel 9. r-tabel dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 0.329 untuk sampel 36 responden. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, Kinerja Karyawan menunjukkan nilai keseluruhan koefisien korelasi seluruh item valid karena nilai koefisien korelasi atau r-hitung > r-tabel. Maka seluruh item variabel *E-Commerce* dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.

#### Variabel Pertumbuhan Ekonomi Mikro

**Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Pertumbuhan Ekonomi Mikro**

Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi / r-hitung	p-value	R tabel	Keterangan
Pertumbuhan Ekonomi Mikro (Y)	PEM1	0.949	0,000	0.329	Valid
	PEM2	0.919	0,000	0.329	Valid
	PEM3	0.924	0,000	0.329	Valid
	PEM4	0.875	0,000	0.329	Valid
	PEM5	0.909	0,000	0.329	Valid
	PEM6	0.874	0,000	0.329	Valid
	PEM7	0.911	0,000	0.329	Valid
	PEM8	0.903	0,000	0.329	Valid
	PEM9	0.875	0,000	0.329	Valid
	PEM10	0.757	0,000	0.329	Valid

Berdasarkan tabel 10. r-tabel dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 0.329 untuk sampel 36 responden. Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, Kinerja Karyawan menunjukkan nilai keseluruhan koefisien korelasi seluruh item valid karena nilai koefisien korelasi atau r-hitung > r-tabel. Maka seluruh item variabel Pertumbuhan Ekonomi Mikro dapat dinyatakan valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian.



## Reabilitas

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur, seperti kuesioner, menghasilkan hasil yang konsisten atau stabil jika digunakan berulang kali pada subjek yang sama dan dalam kondisi yang sama. Dengan kata lain, uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memberikan hasil yang sama jika digunakan pada waktu yang berbeda atau oleh peneliti yang berbeda. Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel berikut.

### 1. Variabel Digitalisasi

**Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Digitalisasi**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.944	10

Berdasarkan tabel 11. dijelaskan bahwa nilai cronbach's alpha diatas 0,6 yaitu 0,944 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada variabel digitalisasi dinyatakan reliabel.

### 2. Variabel e-Commerce

**Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel E-Commerce**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.966	10

Berdasarkan tabel 12. dijelaskan bahwa nilai cronbach's alpha diatas 0,6 yaitu 0,966 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada variabel digitalisasi dinyatakan reliabel.

### 3. Variabel Pertumbuhan Ekonomi Mikro

**Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Pertumbuhan Ekonomi Mikro**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.966	9

Berdasarkan tabel 13. dijelaskan bahwa nilai cronbach's alpha diatas 0,6 yaitu 0,966 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada variabel digitalisasi dinyatakan reliabel.

## Analisis Hipotesis

### Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 14. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.934	1.781		.525	.603
	Digitalisasi	.065	.084	.060	.773	.445
	e-Commerce	.922	.078	.924	11.874	.000

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Ekonomi Mikro

Persamaan regresi di atas menunjukkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial, dari persamaan tersebut dapat disimpulkan :

1. Nilai konstanta regresi sebesar 0,934 artinya jika nilai variabel X1 dan X2 konstan atau tidak ada atau sama dengan 0, maka nilai variabel Y sebesar 0,934.
2. Nilai koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,065 artinya jika variabel X1 mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lainnya tetap atau sebesar 0, maka Y akan mengalami peningkatan 0,065.

3. Nilai koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,922 artinya jika variabel X2 mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel lainnya tetap atau sebesar 0, maka Y akan mengalami peningkatan 0,922.

### Hasil Uji T

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilihat dari jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka hipotesis diterima yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dan juga dilihat dari perhitungan t-hitung dengan t-tabel. Jika t-hitung  $> t$ -tabel maka hipotesis diterima yang artinya variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

**Tabel 4. 1 Hasil Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.934	1.781		.525	.603
Digitalisasi	.065	.084	.060	.773	.445
E-Commerce	.922	.078	.924	11.874	.000

a. Dependent Variable: Pertumbuhan Ekonomi Mikro

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, menunjukkan hasil perhitungan t hitung dan nilai signifikansi dari variabel Digitalisasi (X1) dan E-Commerce (X2) dengan nilai signifikansi. Jumlah sampel dalam penelitian ini  $N = 36$  dengan nilai error atau  $\alpha = 0,05$  maka didapat t-tabel sebesar 2,034. Maka dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis untuk variabel Digitalisasi (X1) menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 0,773 lebih kecil dibandingkan t-tabel sebesar 2,034, dengan nilai signifikansi 0,445 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, Digitalisasi (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mikro (Y). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini tidak diterima, karena digitalisasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi mikro.
2. Hasil uji hipotesis untuk variabel E-Commerce (X2) menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 11,874 lebih besar dari t-tabel 2,034, dan nilai signifikansinya sebesar 0,000 yang berada di bawah 0,05. Artinya, secara parsial, E-Commerce (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi Mikro (Y). Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima, yakni bahwa E-Commerce memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi mikro.

### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak digitalisasi dan e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi mikro pada studi kasus Nasi Uduk Sarah di Jakarta Timur, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi memberikan pengaruh signifikan dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan memperkuat daya saing usaha mikro. Adanya platform digital dan e-commerce seperti media sosial, aplikasi pesan antar makanan, serta metode pembayaran digital telah membantu pelaku usaha seperti Nasi Uduk Sarah dalam mengakses pasar yang lebih luas dan mempercepat proses transaksi, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu strategi penting yang perlu terus dikembangkan dalam upaya memperkuat ekonomi mikro di era transformasi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ain, N., Safitri, D. N., & Hendra, J. (2024). Pemasaran Digital dan E-Commerce di Era Globalisasi: Tren, Inovasi, dan Dampaknya pada Bisnis Global. *JETBUS Journal of Education Transportation and Business*, 1(2), 653–663.
- Ardiantono, D. S., Sugihartanto, M. F., & Rediana, F. S. T. (2023). Evaluation and Design of Service Quality Improvement at Shopee Food Surabaya. *The 1st International Conference on Creative Design, Business and Society (1st ICCDBS)*.
- Astuti, D. S. P., & Mardayanti, L. (2025). Peningkatan Literasi Digital Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Melalui Pelatihan dan Pendampingan pada UMKM Home Industry di Desa Genengan Karanganyar. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 274–282. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Bachtiar, A., Vikaliana, R., Efita, W., Kasman, H., Windreis, C., & Nugraha, A. R. (2024). Dinamika Persaingan Di Era E-Commerce: Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 3423–3428.
- Chaerunisak, U. H., Ayem, S., Prasetyaningtyas, S. W., Afrianingrum, R. W., & Hanun, N. (2024). Digitalisasi Bisnis Dan Inklusi Keuangan Sebagai Upaya Mendorong Kinerja Umkm Melalui E-Commerce Di Era Digital. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 843–858.
- Chen, Y., Li, T., Li, H., Chen, G., & He, B. (2025). GRAB Market Expansion of Online Transportation Businesses in Indonesia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 9(2), 1–9.
- Firmansyah, M. A., & Maemunah, S. (2021). Lean Management and Green Supply Chain Management Implementation on the Manufacturing and Logistics Industry at an Indonesia. *Business and Entrepreneurial Review*, 21(1), 11–22.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 (edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(3), 180. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i3.3407>
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce: Business. Technology. Society.* (13th edition). Pearson Education.
- Lestari, P. P., Rifana, S. P., & Amira, N. (2024). Pengaruh e-Commerce Terhadap Generasi Z Dalam Mengembangkan Digitalisasi UMKM. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>
- Mokolensang, A. V., Pangemanan, L. R. J., & Jocom, S. G. (2021). Analisis Keuntungan Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Usaha Kuliner Di Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosio Ekonomi Unsrat*, 17(1), 93–102.
- Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, Emilda, Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74.
- Putri, A. S., Zakaria, R., & Yuniaristanto. (2022). Factors Affecting User Satisfaction with Online Food Delivery Service Applications in Indonesia (Gofood, Grabfood, Dan Shopeefood). *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(2), 161–167.
- Putri, I. M., Sibagariang, M. I. B. A., Mey, N. A., Kusumo, P., Hutagalung, R. M., Mahendra, R. A., & Christiarini, R. (2022). Pengaruh Penerapan Manajemen Risiko Bisnis pada UMKM Café Garis Langit. *Renny*, 5(3), 447–453.
- Ristianti, D. E., Yulianto, R., & Pratiwi, Y. H. (2023). Eksplorasi Dampak Pemanfaatan ECommerce Pada Pertumbuhan Ekonomi Digital UMKM Di Kota Malang. *Forbiswira*

- Forum Bisnis Dan Kewirausahaan , 13(1), 87–97.
- Saefudin, S. F., Silalahi, S. A. M., & Fujiastuti, S. N. (2024). Pengaruh Digitalisasi dalam Bisnis Kuliner: Dampak Aplikasi Online terhadap Pasar Bisnis Tradisional di Kawasan Pendidikan Bandung Utara. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(3), 370–381. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Safitri, A. O., Handayani, P. A., & Herlambang, Y. T. (2023). Manusia dan Teknologi: Studi Filsafat Tentang Peran Teknologi Dalam Kehidupan Sosial. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 31–41.
- San, R. C. S. (2020). Leveraging Digital Innovation For Good? A Case Study of Grab, The Asian SuperApp Phenomena.
- Sari, D. (2022). Micro Economics and Its Development. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4205873>
- Sariyani, & Nasution, M. I. P. (2024). Analisis Penggunaan e-Commerce dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Era Digital. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 68–75. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3263>
- Simanjuntak, F. H., & Putri, N. S. (2025). Membangun Ekonomi Berkelanjutan: Kontribusi UMKM dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(3), 223–230. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i3.1955>
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Triwijayati, A., Luciany, Y. P., Novita, Y., Sintesa, N., & Zahrudin, A. (2023). Strategi Inovasi Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing dan Pertumbuhan Organisasi di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(3), 306–314.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (2008).
- Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Pub. L. No. 7 (2021).
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2.
- Erwin, E., Judijanto, L., Yuliasih, M., Nugroho, M. A., Amien, N. N., & Mauliansyah, F. (2024). Social Media Marketing Trends. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Firmansyah, D., & Husna, R. (2021). Pengaruh e-Commerce terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (Studi kasus usaha keripik di Kabupaten Bireuen). *VARIASI: Majalah Ilmiah Universitas Almuslim*, 13(3).
- Mustofa, A., & Kurniawan, D. (2023). ANALISIS PENGARUH DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN DEMAK.
- Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152-161.
- Ozie, M. R., Ciptomulyono, U., & Rahardjo, J. (2023). Menjelajahi Model Kesiapan dan Penerimaan Teknologi Bravo Menggunakan Model Integrasi Technology Readiness and Technology Acceptance Model: Studi Literatur. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 327-341.
- Ramadani, D. F., & Syariati, A. (2020). Ekonomi Digital dan Persaingan Usaha sebagai Pendorong Pendapatan UMKM di Kota Makassar. *ICOR: Journal of Regional Economics*, 1(1).
- Sahrul, E. A., & Nuringsih, K. (2023). Peran E-Commerce, Media Sosial Dan Digital Transformation Untuk Peningkatan Kinerja Bisnis Umkm. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 286-299.
- Sariman, S. (2025). UMKM Dalam Menghadapi Ekonomi Global Di Era Digitalisasi.
- Sulaksono, J., & Zakaria, N. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan

menengah (umkm) desa tales kabupaten kediri. *Generation journal*, 4(1), 41-47.  
Yasir, J. R., Ilham, I., & Padli, K. (2022). Pengaruh modal, digitalisasi informasi dan kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(1), 23-36.