

Peningkatan Pendapatan UMKM Kuliner di Kabanjahe, Kabupaten Karo: Peran E-commerce, Akses Permodalan, dan Lama Usaha

Increasing the Income of Culinary MSMEs in Kabanjahe, Karo Regency: The Role of E-commerce, Access to Capital, and Length of Business

Lia Nazliana Nasution^{a*}, Wahyu Indah Sari^b, Paidi Hidayat^c, Lestari Br
Sembiring^d

Universitas Pembangunan Panca Budi^{a,b,d}

Universitas Sumatera Utara^c

^alianazliana@dosen.pancabudi.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of online transactions (e-commerce), access to capital, and business duration on increasing the income of MSMEs operating in the culinary sector in Kabanjahe, Karo Regency. Primary data were collected through a structured questionnaire distributed to 95 culinary MSME respondents. Sampling was carried out using a purposive sampling approach using the Slovin formula. The collected data were analyzed using SPSS. Validity tests, reliability tests, descriptive analysis, and regression analysis were conducted, including testing the null hypothesis. This study found that online transactions, access to capital, and business duration have a positive influence on increasing MSME income. However, only access to capital and business duration have a significant influence.

Keywords: *Online transactions, Access to capital, Length of business, Income of culinary MSMEs.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transaksi online (e-commerce), akses permodalan, dan lama usaha terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang bergerak di sektor kuliner di Kabanjahe, Kabupaten Karo. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada 95 responden pelaku usaha UMKM kuliner. Pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan purposive sampling menggunakan rumus Slovin. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SPSS. Uji Validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif dan analisis regresi dilakukan termasuk pengujian hipotesis nol. Studi ini menemukan bahwa transaksi online, akses permodalan, dan lama usaha memiliki pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM, meskipun hanya akses permodalan dan lama usaha yang berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci: Transaksi online, Akses permodalan, Lama usaha, Pendapatan UMKM kuliner.

1. Pendahuluan

Digitalisasi telah menawarkan banyak manfaat bagi UMKM, termasuk peningkatan akses ke pasar global (Giones & Brem, 2017) (Telukdarie, Dube, Matjuta, & Philbin, 2023). Karena keterbatasan modal dan sumber daya, UMKM sebelum era digital seringkali menghadapi keterbatasan dalam hal jangkauan pasarnya. Namun, kemajuan teknologi digital, seperti platform e-commerce, media sosial, dan aplikasi pemasaran, telah secara signifikan mengubah lingkungan ini. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) sekarang dapat mengakses konsumen di seluruh negara dan bahkan di seluruh dunia berkat teknologi ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Bouwman, Nikou, & Reuver, 2019), UMKM yang menggunakan platform digital mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Hal ini meningkatkan daya saing mereka di pasar global, membuat mereka lebih mudah diakses oleh pelanggan di seluruh dunia, dan meningkatkan kesadaran merek mereka, Mengintegrasikan sistem

TI memudahkan pengiriman layanan dan interaksi pelanggan melalui platform media sosial.

Akan tetapi perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia belum optimal dan belum sepenuhnya mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman, terutama di era digital saat ini. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa faktor. Ini termasuk kurangnya kemandirian masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan usaha mereka sendiri, kurangnya minat dalam kewirausahaan di era digital 4.0, dan keterbatasan dalam membuat strategi pemasaran yang efektif. Rendahnya produktivitas, nilai tambah, dan kualitas produk yang dihasilkan adalah salah satu tantangan utama yang dihadapi sebagian besar pelaku UMKM, khususnya usaha mikro dan kecil.

Secara keseluruhan, tujuannya adalah untuk membantu menyelesaikan berbagai masalah dan memudahkan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari. Setiap tahun, teknologi mengalami perkembangan yang semakin mendunia. Teknologi digital dan tren digital berkembang dengan cepat. Saat ini, kemajuan teknologi digital terkait erat dengan tren digital yang dikenal sebagai SMAC (*Social Media, Mobile, Analytics, dan Cloud Computing*). Oleh karena itu, dalam upaya untuk meningkatkan daya saing dan memperoleh keunggulan digital, dunia bisnis berfokus pada tren digital.

Dari sudut pandang layanan, transaksi online dalam hal ini transaksi di e-commerce adalah alat yang memungkinkan bisnis, pelanggan, dan manajemen untuk memenuhi kebutuhan mereka sambil meningkatkan kualitas barang dan mempercepat pengiriman. Ketoy dan Naruanard mengemukakan bahwa akses permodalan merupakan kemampuan perolehan karena beberapa tantangan, seperti biaya pinjaman, modal eksternal, biaya pemrosesan pinjaman, persyaratan angsuran, dan prosesajuan (Arisando, 2022).

Menurut (Alifiana, Susyanti, & Dianawati, 2021), lama usaha adalah tingkat informasi dan tingkat pembayaran pedagang dipengaruhi oleh jangka waktu pedagang dalam bisnisnya. Tingkat informasi seorang manajer keuangan dalam mensurvei perilaku pelanggan dan perilaku pasar bergantung pada periode waktu seorang pelaku bisnis telah berada dalam bisnis perdagangannya. Sementara itu Sudarsani, (2019), lama usaha ialah lamanya keterlibatan seseorang dalam mempertahankan usahanya, yang bisa dinyatakan dalam tahun (Ardi & Narizki, 2021).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Peran UKM tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan, tetapi juga dalam mewujudkan pemerataan ekonomi masyarakat. Hal ini dapat dipahami karena sektor UKM melibatkan banyak individu dalam berbagai jenis usaha. Pemerintah pun telah menunjukkan komitmennya dalam memberdayakan ekonomi berbasis kerakyatan, khususnya melalui dukungan terhadap UKM dan koperasi.

Di Kabupaten Karo, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Utara tahun 2023, tercatat bahwa jumlah unit usaha mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021 terdapat 46.990 unit usaha, kemudian naik menjadi sekitar 51.699 unit pada tahun 2022, dan kembali meningkat menjadi 56.855 unit usaha pada tahun 2023.

Secara lebih rinci, ekonomi digital merujuk pada sistem ekonomi yang berlandaskan pada produksi dan distribusi barang maupun jasa melalui perangkat elektronik dan platform perdagangan digital. Dengan kata lain, jenis usaha ini

berkaitan erat dengan produksi berbasis teknologi serta pengelolaan yang melibatkan mitra bisnis melalui transaksi daring atau teknologi internet. Penelitian ini berangkat dari realitas sosial masyarakat saat ini, khususnya di wilayah perkotaan. Tingginya aktivitas masyarakat Kabanjahe yang memanfaatkan internet menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Salah satu bentuk pemanfaatan internet tersebut adalah dalam memperluas jangkauan pasar untuk penjualan produk atau layanan yang dihasilkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabanjahe, Kabupaten Karo.

1. Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*)

Model ini mendefinisikan persepsi kegunaan sebagai tingkat di mana individu yakin bahwa penggunaan Teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka dan memudahkan operasi. TAM telah digunakan untuk menganalisis adopsi UKM di sektor industri dan jasa di Singapura, Malaysia, dan Thailand (Alamri, et al., 2019), digunakan untuk menguji paradigma yang berharga dalam memahami niat iklan pelanggan untuk mengadopsi *e-commerce*. Ini berarti bahwa itu juga digunakan dalam penelitian untuk menganalisis perilaku dan sikap pelanggan dalam adopsi *E-commerce* di UKM. Menurut (Scherer, Siddiq, & Tondeur, 2018), TAM mengandalkan persepsi kegunaan sebagai salah satu sinyal penerimaan yang paling penting, mengabaikan penggunaan teknologi yang sebenarnya dalam organisasi. Model TAM menunjukkan bahwa persepsi yang dimiliki seseorang terkait inovasi sangat penting karena mengarah pada perilaku yang ditunjukkan individu terkait pemanfaatan inovasi (Rafique, Almagrabi, Shamim, Anwar, & Bashir, 2020).

2. Model *Perceived Organizational E-Readiness* (POER)

Organisasi, terutama di negara berkembang, dapat mengakses efisiensi, persaingan yang adil, dan akses ke pasar global berkat penyebaran internet global, tenaga kerja, unit per biaya yang lebih rendah, informasi perdagangan, dan internalisasi dan globalisasi pasar. Namun, organisasi menghadapi masalah adopsi. Kesiapan e-bisnis telah menjadi topik utama dalam penelitian tentang nilai dan efek penerapan e-bisnis dalam organisasi. Pada tahun 2005, Linker dan Mollar mengusulkan bahwa penilaian multi-perspektif dari aspek kontekstual manajerial, eksternal, dan internal merupakan faktor utama yang menentukan adopsi *e-commerce* oleh organisasi (Misganaw & Singh, 2020). Organisasi yang mampu mengadopsi *e-commerce* dan menerapkannya dengan sukses dapat menciptakan lebih banyak keuntungan dan memperluas operasi bisnis mereka di pasar (Ausat & Suherlan, 2021). Faktor internal yang diambil dari model POER termasuk kesadaran organisasi tentang inovasi dan teknologi, perkiraan tentang *e-commerce* dan kemungkinan risiko dan manfaatnya, keterlibatan manajer, dan komponen penting organisasi seperti staf, prosedur, dan infrastruktur.

Kesiapan pemerintah negara, kesiapan terhadap kekuatan pasar, dan kesiapan industri pendukung adalah contoh faktor eksternal (Ulhaq, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* mungkin sulit bagi perusahaan ketika mereka tidak memiliki sumber daya internal yang cukup dan menghadapi tekanan lingkungan eksternal. Pelembagaan *e-commerce* dibahas oleh PERM, yang mencakup rincian lingkungan eksternal dan masalah internal organisasi (Lutfi, et al., 2022). Namun, kritik telah disampaikan tentang model PERM karena fokusnya pada karakteristik industri yang penting, seperti skala industri atau perusahaan. Hasilnya,

model kesiapan yang dirasakan menjelaskan bagaimana orang melihat teknologi baru dan tingkat adopsi mereka. Model Penerimaan Teknologi (TAM) *e-commerce*, yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989, menunjukkan bagaimana berbagai organisasi menggunakan teknologi baru untuk membantu operasi mereka. Dua komponen utama adopsi teknologi dalam organisasi disebutkan dalam model ini: kegunaan yang dirasakan (PU) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU). (Rafique, Almagrabi, Shamim, Anwar, & Bashir, 2020) mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai tingkat di mana orang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaan mereka dan memudahkan operasi. Selain itu, TAM telah digunakan untuk memeriksa adopsi UKM di sektor industri dan jasa di Singapura, Malaysia, dan Thailand. Ini digunakan untuk menguji paradigma penting dalam pemahaman niat iklan pelanggan untuk adopsi *e-commerce*. Ini juga digunakan dalam penelitian yang menganalisis perilaku dan sikap pelanggan dalam adopsi *e-commerce* di UKM.

2. Metode

Lokasi penelitian ini di Kabanjahe, Kabupaten Karo. Pertumbuhan dan potensi UMKM kuliner cukup pesat di daerah ini sehingga menjadi alasan kuat bagi peneliti untuk menetapkan wilayah ini menjadi tempat pelaksanaan penelitian. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelaku UMKM yang berada di Kabanjahe, Kabupaten Karo, dengan jumlah total sebanyak 1.756 unit usaha. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Pengukuran
Transaksi online (<i>e-commerce</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses internet 2. Kemampuan SDM 3. Pemasaran 	Skala likert dari 1-5 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat setuju
Akses Permodalan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eksternal 2. Persyaratan angsuran 3. Ajuan pinjaman 	Skala likert dari 1-5 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat setuju
Lama Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lama berdiri suatu usaha 2. Pengalaman yang diperoleh 	Skala likert dari 1-5 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat setuju
Pendapatan UMKM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan hasil 2. Kecukupan hasil 3. Dapat berkembang 	Skala likert dari 1-5 1 = Sangat tidak setuju 2 = Tidak setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat setuju

Data dianalisis menggunakan persamaan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS. Penelitian ini menguji pengaruh transaksi online *e-commerce*, akses

permodalan, dan lama usaha terhadap pendapatan UMKM kuliner. Berikut ini adalah persamaan penelitian:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y: Pendapatan UMKM

α : Konstanta

β_{123} : Koefisiensi Regresi

X_1 : Transaksi Online (*E-commerce*)

X_2 : Modal

X_3 : Lama Usaha

3. Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan pendekatan dua sisi pada tingkat signifikansi 0,01, dengan jumlah responden sebanyak 95 orang. Nilai r tabel yang digunakan dalam pengujian adalah 0,259. Suatu item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Berdasarkan hasil uji validitas (tabel 2 berikut) terlihat bahwa seluruh instrumen penelitian adalah valid.

Tabel 2. Hasil uji validitas instrumen penelitian

Variabel	Butir pertanyaan	r-tabel	Nilai Korelasi (Person Correlation)	Keterangan
Transaksi Online	X1.1	0,257	0,810	Valid
	X1.2	0,257	0,846	Valid
	X1.3	0,257	0,802	Valid
	X1.4	0,257	0,789	Valid
	X1.5	0,257	0,824	Valid
Modal	X2.1	0,257	0,606	Valid
	X2.2	0,257	0,667	Valid
	X2.3	0,257	0,598	Valid
	X2.4	0,257	0,598	Valid
	X2.5	0,257	0,610	Valid
Lama Usaha	X3.1	0,257	0,677	Valid
	X3.2	0,257	0,815	Valid
	X3.3	0,257	0,800	Valid
	X3.4	0,257	0,854	Valid
	X3.5	0,257	0,841	Valid
	X3.6	0,257	0,860	Valid
Pendapatan UMKM	Y1	0,257	0,801	Valid
	Y2	0,257	0,640	Valid
	Y3	0,257	0,654	Valid
	Y4	0,257	0,655	Valid

	Y5	0,257	0,736	Valid
	Y6	0,257	0,721	Valid

Sumber: Hasil olah SPSS

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi data agar dapat dipercaya dalam kurun waktu tertentu. Apabila tanggapan responden terhadap butir pernyataan bersifat stabil dan menghasilkan nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,70, maka pernyataan tersebut dianggap dapat diandalkan dan hasilnya layak untuk digunakan.

Tabel 3. Hasil uji reliabilitas instrumen penilaian

Variable	Cronbach Alpa	>/<	Standar Cronbach Alpa	Hasil
Transaksi Online	0,812	>	0,70	Reliabel
Modal	0,746	>	0,70	Reliabel
Lama Usaha	0,803	>	0,70	Reliabel
Pendapatan UMKM	0,774	>	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach's Alpha untuk variabel Transaksi Online (X1), Modal (X2), Lama Usaha (X3), dan Pendapatan UMKM (Y) semuanya berada di atas 0,70. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Statistik Deskriptif

Tabel 4. Statistik Deskriptif

Karakteristik Responden		Jumlah	Presentase
Usia	15 - 20 Tahun	8	8%
	21 - 30 Tahun	49	51%
	31 - 40 Tahun	14	15%
	41 - 50 Tahun	12	13%
	Diatas 50 Tahun	12	13%
Jenis Kelamin	Laki - Laki	26	27%
	Perempuan	69	73%
Transaksi Online	Menggunakan Transaksi Online	74	78%
	Tidak menggunakan transaksi online	21	22%
Pendapatan perbulan	Dibawah Rp. 5 Juta	72	76%
	Rp 5 Juta - Rp 10 Juta	18	19%
	Rp 10 Juta - Rp 20 Juta	1	1%
	Diatas Rp 20 Juta	4	4%
Akses permodalan	Modal Pribadi	47	50%
	Modal Tambahan (Pinjaman)	41	43%
	Modal Pribadi & Modal	7	7%

	Tambahan		
Lama usaha	Dibawah 1 tahun	30	31%
	1 - 5 Tahun	47	50%
	6 - 10 Tahun	11	12%
	Diatas 10 Tahun	7	7%

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM Kuliner di kota kabanjahe kab karo. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 95 orang pelaku usaha. Berdasarkan usia yang paling banyak di usia 21-30 tahun dengan jumlah 49 orang. Mayoritas pelaku UMKM perempuan dengan persentase 73% dan laki-laki dengan persentase 27%. Sebanyak 74 UMKM yang menggunakan transaksi online dan yang tidak menggunakan transaksi online 21 UMKM. Pendapatan perbulan paling banyak dibawah Rp 5 Juta sebanyak 72 usaha dengan persentase 76%. Akses permodalan mayoritas menggunakan modal pribadi sebanyak 50% dan 50% telah beroperasi 1-5 tahun yaitu sebanyak 47 UMKM.

Tabel 5. Hasil uji regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.071	1.913		1.606	.113
Transaksi online	.093	.068	.116	1.397	.167
Akses permodalan	.547	.119	.416	4.586	.000*
Lama usaha	.305	.085	.331	3.564	.001*
R-square	0.553		Adjusted R-square	0.539	

*Signifikan pada α 5%

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan hasil di atas, maka dapat ditulis persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 3,072 + 0,093X_1 + 0,547X_2 + 0,305X_3 + e$$

Variabel Transaksi Online (X1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,093, dengan nilai signifikansi 0,167 yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, variabel Transaksi Online berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Kabanjahe Kab. Karo. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Transaksi Online berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM ditolak. **Variabel akses permodalan (X2)** menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,547, nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel akses permodalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Kabanjahe Kab. Karo. Maka, hipotesis yang menyatakan bahwa akses permodalan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM diterima. **Variabel Lama Usaha (X3)** memiliki koefisien positif sebesar 0,305, dengan nilai signifikansi 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa Lama Usaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Kabanjahe Kab. Karo. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan Lama Usaha berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM dapat diterima.

Selanjutnya, secara bersama-sama variabel transaksi online, akses permodalan, dan lama usaha memberikan kontribusi sebesar 53,9% terhadap peningkatan pendapatan UMKM kuliner, sementara sisanya 46,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam studi ini.

4. Simpulan

Transaksi online meskipun berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM, namun hasil menunjukkan tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa masih rendahnya penggunaan e-commerce di Kota Kabanjahe. pelaku UMKM yang memanfaatkan transaksi online belum tentu mengalami peningkatan pendapatan, dan sebaliknya, mereka yang tidak menggunakan e-commerce juga belum tentu mengalami penurunan pendapatan. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Safrianti, 2020) yang menyatakan bahwa transaksi online tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Berbeda dengan variabel akses permodalan dan lama usaha yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Modal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha. Semakin besar modal yang dimiliki dan digunakan oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula peluang untuk meningkatkan pendapatan. Sebaliknya, jika modal yang digunakan semakin kecil, maka pendapatan yang dihasilkan pun cenderung menurun. Oleh karena itu, pengelolaan dan penambahan modal perlu menjadi perhatian utama agar pelaku UMKM tetap mampu bertahan dan bersaing di tengah kondisi pasar yang terus berubah dan semakin kompetitif. Temuan ini didukung oleh penelitian (Saragih & Nasution, 2015) yang menyimpulkan bahwa modal memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM. Selanjutnya semakin lama suatu usaha dijalankan oleh pelaku UMKM, maka semakin besar pula pengalaman dan pemahaman yang dimiliki dalam mengelola usaha tersebut. Pengalaman ini membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan yang lebih efektif serta menghadapi berbagai tantangan usaha secara lebih bijaksana dibandingkan dengan pelaku UMKM yang baru memulai usahanya. Kesimpulan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Utami & Wibowo, 2013) (Laurencia, 2022) yang juga menemukan bahwa lama usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM.

Adapun rekomendasi kebijakan untuk pemerintah Kabupaten Kabanjahe disarankan agar memberikan perhatian yang lebih serius terhadap pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi oleh pelaku UMKM agar mereka dapat memahami pentingnya pemasaran produk secara digital guna memperluas jangkauan pasar di tengah era globalisasi saat ini.

5. Daftar Pustaka

- Arisando, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, dan Akses Permodalan Terhadap Penjualan UMKM di Bandar Lampung. UIN Raden Intan Lampung.
- Alifiana, D., Susyanti, J., & Dianawati, E. (2021, Agustus). Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha Dan Jam Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Pada Pelaku Ekonomi Kreatif Di Masa Pandemi Covid-19 (Sub Sektor Fashion-Kuliner Malang Raya). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(04).

- Ardi, B. K., & Narizki, R. H. (2021). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Mijen Semarang. *Dharma Ekonomi*, 28(54).
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital Technology Entrepreneurship: A Definition and Research Agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44-51.
- Telukdarie, A., Dube, T., Matjuta, P., & Philbin, S. (2023). The opportunities and challenges of digitalization for SME's. *Procedia Computer Science*. 217, pp. 689-698. Elsevier B.V.
- Bouwman, H., Nikou, S., & Reuver, M. (2019, October). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9).
- Alamri, M. M., Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., Al-Rahmi, A. M., Abualrejal, H. M., Zeki, A., & Al-Maatouk, Q. (2019). Towards Adaptive E-Learning among University Students: by Applying Technology Acceptance Model (TAM). *International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT)*, 8(6S3), 270-276.
- Scherer, R., Siddiq, F., & Tondeur, J. (2018). The Technology Acceptance Model (TAM): A Meta-Analytic Structural Equation Modeling Approach to Explaining Teachers' Adoption of Digital Technology in Education. *Computers & Education*.
- Rafique, H., Almagrabi, A. O., Shamim, A., Anwar, F., & Bashir, A. K. (2020). Investigating the Acceptance of Mobile Library Applications with an Extended Technology Acceptance Model (TAM). *Computers & Education*, 145.
- Misganaw, A. A., & Singh, A. (2020). The Diffusion of E-marketing in Tourism Businesses of Ethiopia: An Empirical Investigation of Organisational E-readiness Perspectives. *European Journal of Tourism Hospitality and Recreation*, 10(1), 1-13.
- Ausat, A. M., & Suherlan. (2021). Obstacles and Solutions of MSMEs in Electronic Commerce during Covid-19 Pandemic: Evidence from Indonesia. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 4(1), 11-20.
- Ulhaq, A. A. (2022). Pengaruh Fitur-Fitur Pendukung E-Commerce Pada Mobile Banking Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh). UIN Ar-Raniry.
- Lutfi, A., Alkelani, S. N., Al-Khasawneh, M. A., Alshira'h, A. F., Alshirah, M. H., Almaiah, M., ... Ibrahim, N. (2022). Influence of Digital Accounting System Usage on SMEs Performance: The Moderating Effect of COVID-19. *Sustainability*, 14(22), 1-23.
- Safrianti, T. N. (2020). Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce), Modal, Dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Di Kabupaten Tegal.
- Saragih, I. P., & Nasution, S. H. (2015). Nalisis Pengaruh Modal Sendiri dan Modal Pinjaman Kredit USAha Rakyat (Kur) terhadap Pendapatan Pengusaha UMKM Kabupaten Toba Samosir : Studi Kasus PT Bank Sumut Cabang Balige. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(6), 393-407.
- Utami, S. S., & Wibowo, E. (2013). Pengaruh Modal Kerja Terhadap Pendapatan Dengan Lama Usaha Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pedagang Pasar Klithikan Notoharjo Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 171-180.
- Laurencia, S. (2022). Analysis Of The Effect Of Capital, Labor, Raw Materials, Length Of Business, And Location On Msmes Income In The Food And Beverages Industry Sector (A Case Study on Home Industry Assisted by the Cooperatives and MSMEs, East Bekasi Districts). *JJET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan)*, 7(2), 210-219