EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.6, No.1, November 2026

Penggunaan E-Commerce dan Literasi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Makassar

Misel Martinus[1], Johannes Baptista Halik[2]
Program Studi Akuntansi,Fakultas Ekonomi dan Bisnis,Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar
E-mail: miselmartinus05@gmail.com[1], johanneshalik@ukipaulus.ac.id[2]

Article History:
Received: 30 September 2026
Revised: 27 Oktober 2026
Accepted: 07 November 2026

Keywords: *E-Commerce, Literasi Digital, Pendapatan UMKM, Makassar*

Abstract: *Perkembangan ekonomi digital menuntut pelaku UMKM memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usahanya, tetapi penggunaan e-commerce di Kota Makassar masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-commerce dan literasi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Makassar, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sampel berjumlah 93 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin dan teknik purposive sampling dari 1.250 UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 28. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce (sig. 0,002) dan literasi digital (sig. 0,018) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan (F = 34,217; sig. < 0,001) dengan Adjusted R Square sebesar 0,512, yang berarti keduanya menjelaskan 51,2% variasi peningkatan pendapatan UMKM. Sisanya sebesar 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia usaha. Fenomena digitalisasi ekonomi telah merambah hingga ke sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Di Kota Makassar sebagai pusat perdagangan dan jasa di Kawasan Indonesia Timur, UMKM memiliki peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan penyerapan tenaga kerja.

E-commerce atau perdagangan elektronik telah berkembang menjadi salah satu platform utama bagi pelaku usaha dalam memasarkan produk dan jasa mereka. Melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan berbagai marketplace lainnya, para pelaku UMKM kini dapat menjangkau pasar yang jauh lebih luas tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Namun, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital secara optimal sangat ditentukan oleh tingkat

literasi digital yang dimiliki oleh para pelaku UMKM.

Literasi digital mencakup kemampuan individu dalam menggunakan perangkat teknologi, memahami informasi digital, dan memanfaatkannya secara produktif dalam kegiatan usaha. Tingkat literasi digital yang rendah seringkali menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi e-commerce secara efektif (Ardiansyah & Rialdy, 2026).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), terdapat lebih dari 64 juta unit UMKM di Indonesia, namun baru sekitar 19 juta atau sekitar 30% yang telah memanfaatkan platform digital dalam kegiatan usahanya.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh e-commerce dan teknologi digital terhadap pendapatan atau kinerja UMKM, antara lain di Kota Dumai (Agnesia & Joni, 2022), Kabupaten Lombok Barat (Aprilyan & Sasanti, 2022), Kota Mataram (Apriliana, Astarini, & Ihyani, 2025), dan Kota Padang (Fausiatunnisa, Fauzi, & Endrawati, 2024), serta pengaruh marketplace dan QRIS (Alifiyah & Purwanti, 2024). Penelitian ini melengkapi kajian tersebut dengan menguji penggunaan e-commerce dan literasi digital secara bersamaan pada UMKM di Kota Makassar.Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Literasi Digital terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Makassar".

LANDASAN TEORI

E-commerce

E-commerce (electronic commerce) merupakan aktivitas jual beli barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet, sehingga transaksi dapat berlangsung tanpa dibatasi ruang dan waktu (Ardiansyah & Rialdy, 2026).

Dalam konteks UMKM, penggunaan e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar di luar batas lokal, menekan biaya pemasaran dan operasional, serta memudahkan akses dan transaksi konsumen, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan (Ardiansyah & Rialdy, 2026). Apriliana et al. (2025) menemukan bahwa e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Mataram. Hasil berbeda dilaporkan oleh Mawarni, Riswan, Triatmaja, dan Hidayah (2023), yang menemukan pengaruh e-commerce yang negatif signifikan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Batang. Perbedaan ini menunjukkan bahwa dampak e-commerce dapat berbeda antarkonteks usaha.

Literasi Digital

Literasi digital tidak semata-mata berarti mampu mengoperasikan perangkat elektronik, tetapi mencakup serangkaian kemampuan untuk menemukan, menilai, memanfaatkan, berbagi, dan menghasilkan konten melalui teknologi informasi dan jaringan internet (Purba, Sumiok, & Marunduh, 2026). Dalam konteks UMKM, literasi digital mencakup kecakapan menggunakan platform e-commerce, memanfaatkan media sosial untuk promosi dan pemasaran, mengelola transaksi digital, serta mengolah data sederhana sebagai dasar pengambilan keputusan usaha (Purba et al., 2026).

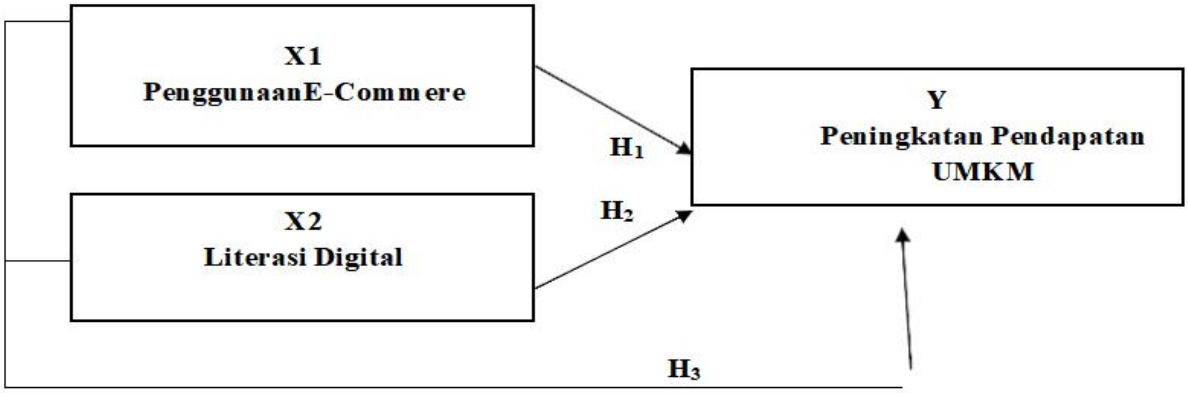
Penelitian di Kabupaten Minahasa menemukan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Purba et al., 2026). Hubungan antara kapasitas literasi digital dan kinerja UMKM juga telah dikaji oleh Damayanti, Bempah, dan Moonti (2023), sedangkan Pebriyanti, Laksmana, dan Asmarajaya (2023) mengkaji literasi keuangan dan penggunaan teknologi digital terhadap kinerja keuangan UMKM.

Pendapatan UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha mikro adalah

usaha dengan omzet maksimal Rp 300 juta per tahun, usaha kecil antara Rp 300 juta hingga Rp 2,5 miliar per tahun, dan usaha menengah antara Rp 2,5 miliar hingga Rp 50 miliar per tahun. Peningkatan pendapatan UMKM dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain strategi pemasaran, kualitas produk, aksesibilitas pasar, kemampuan manajemen, dan adopsi teknologi. Penggunaan e-commerce dan peningkatan literasi digital diyakini dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM melalui perluasan akses pasar dan efisiensi operasional (Ardiansyah & Rialdy, 2026; Purba et al., 2026)."

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, kerangka pikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir di atas, hipotesis penelitian ini adalah:

1. H1: Penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Makassar.
2. H2: Literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Makassar.
3. H3: Penggunaan e-commerce dan literasi digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Makassar.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan, dengan fokus pada UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar. Waktu penelitian dilaksanakan selama dua bulan, dimulai dari bulan Mei 2026 hingga Juni 2026, yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan penyusunan hasil penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer. Data primer diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada pemilik atau pengelola UMKM di Kota Makassar yang telah menggunakan atau memiliki akses terhadap platform e-commerce.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar yang berjumlah 1.250 unit usaha. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria UMKM yang telah menggunakan minimal satu platform e-commerce dalam kegiatan usahanya.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 28. Sebelum melakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji instrumen (validitas dan reliabilitas) serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel penggunaan e-commerce (X1), literasi digital (X2), dan peningkatan pendapatan UMKM (Y) memiliki nilai r hitung > r tabel (0,204), sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel > 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan E-Commerce (X1)	0,831	Reliabel
Literasi Digital (X2)	0,794	Reliabel
Peningkatan Pendapatan UMKM (Y)	0,812	Riliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,182 > 0,05, yang berarti data terdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF untuk variabel X1 sebesar 1,412 dan X2 sebesar 1,412, keduanya < 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi X1 sebesar 0,312 dan X2 sebesar 0,418, keduanya > 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji koefisien Deterrminasi (R

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Modal	R	R Square	Adjusted R Squrare	Std.Error
1	0,726	0,527	0,512	2,843

Berdasarkan tabel 2, nilai Adjusted R Square sebesar 0,512 yang berarti variabel penggunaan e-commerce dan literasi digital secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi peningkatan pendapatan UMKM sebesar 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Tabel 3. Hasil Uji F

Modal	Sum of Sqaues	df	Mean Square	F	Sig
Regression	612,418	2	306,209	34,217	<0,001
Residual	805,614	90	8,951		
Total	1418,032	92			

Berdasarkan tabel 3, nilai signifikansi F sebesar 0,001 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan e-commerce (X1) dan literasi digital (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM (Y) di Kota Makassar.

Uji Regresi Linear Berganda dan Uji T (Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
(Contant)	2,341	2,614		0,896	0,373
Penggunaan E-Commerce (X1)	0,614	0,197	0,481	3,117	0,002
Literasi Digital (X2)	0,428	0,178	0,317	2,404	0,018

Berdasarkan tabel 4, persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

Y = 2,341 + 0,614X1 + 0,428X2

Interpretasi hasil regresi:

4. Nilai konstanta sebesar 2,341 menunjukkan bahwa apabila variabel penggunaan e-commerce dan literasi digital dianggap konstan (nol), maka peningkatan pendapatan UMKM sebesar 2,341.
5. Nilai koefisien X1 sebesar 0,614 dengan signifikansi 0,002 < 0,05 dan t hitung 3,117 > t tabel 1,986, menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Artinya, setiap peningkatan 1% pada penggunaan e-commerce akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 61,4%.
6. Nilai koefisien X2 sebesar 0,428 dengan signifikansi 0,018 < 0,05 dan t hitung 2,404 > t tabel 1,986, menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Artinya, setiap peningkatan 1% pada literasi digital akan meningkatkan pendapatan UMKM sebesar 42,8%.

KESIMPULAN

Penggunaan e-commerce dan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Makassar, baik secara parsial (sig. 0,002 dan 0,018) maupun simultan (F = 34,217; sig. < 0,001). E-commerce punya pengaruh yang lebih besar (Beta = 0,481) dibanding literasi digital (Beta = 0,317). Temuan ini sejalan dengan Ardiansyah dan Rialdy (2026) bahwa e-commerce memperluas pasar dan menekan biaya usaha, serta dengan Purba et al. (2026) bahwa literasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Jadi, e-commerce berperan sebagai sarana akses pasar, sedangkan literasi digital sebagai kemampuan memanfaatkannya, dan keduanya saling melengkapi.

DAFTAR REFERENSI

Agnesia, V., & Joni, A. (2022). Pengaruh penggunaan e-commerce, financial technology dan media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM Kota Dumai. *E-Jurnal Akuntansi, 32*(2), 750–761.

Alifiyah, P. D., & Purwanti, L. (2024). Pengaruh penggunaan marketplace dan QRIS terhadap peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi, 3*(3), 836–851. doi:10.21776/jki.2024.03.3.19

Apriliana, A., Astarini, D. A. O., & Ihyani, L. (2025). Pengaruh e-commerce terhadap pendapatan UMKM dengan digital payment sebagai variabel moderasi di Kota Mataram.

JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 11(6), 5666–5676. doi:10.35870/jemsi.v11i6.5304

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.

Ardiansyah, & Rialdy, N. (2026). Pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Medan Perjuangan. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah, 4*(1), 72–79. doi:10.59059/maslahah.v4i1.2891

Damayanti, E., Bempah, I., & Moonti, A. (2023). Pengaruh kapasitas literasi digital terhadap kinerja UMKM (Studi kasus pada pelaku UMKM yang teregistrasi di platform Kakrg.id). *Media Agribisnis, 7*(2), 187–195. doi:10.35326/agribisnis.v7i2.4343

Fausiatunnisa, Fauzi, N., & Endrawati. (2024). Pengaruh penggunaan e-commerce, modal usaha, dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen (JISE), 2*(4), 140–150. doi:10.59024/jise.v2i4.954

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Data UMKM Indonesia 2022*. Jakarta, Indonesia: Kemenkop UKM.

Mawarni, A. R., Riswan, Triatmaja, M. F., & Hidayah, R. (2023). Pengaruh financial technology, e-commerce, literasi keuangan dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Batang dengan pengetahuan akuntansi sebagai variabel moderasi. *Jurnal Neraca, 19*(2), 29–47.

Pebriyanti, N. M. D. V., Laksmana, K. A. R. I., & Asmarajaya, I. G. N. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja keuangan UMKM di Kota Denpasar (Studi kasus UMKM bidang fashion di Kota Denpasar Barat). *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7*(3), 23611–23619. doi:10.31004/jptam.v7i3.10364

Purba, P. M., Sumiok, C., & Marunduh, A. P. (2026). Literasi digital dan kinerja UMKM: Peran mediasi inovasi produk dan akses permodalan di Kabupaten Minahasa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Methodist, 10*(1), 79–93.

Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta, Indonesia: Sekretariat Negara.