

## Jurnal Of Development Economic and Digitalization

Vol. 3, No. 2, 2024, pp.

P-ISSN 2963-6221 – E-ISSN 2962-8520

### **ANALISIS DETERMINAN PENDAPATAN PELAKU USAHA E-COMMERCE PADA SELURUH PROVINSI DI INDONESIA**

Salma Az-zahwa<sup>1\*</sup>, Ully Vidriza<sup>2</sup>

<sup>1</sup>salmaazzahwa.sa@gmail.com, <sup>2</sup>ullyavidriza@upnvj.ac.id

<sup>1</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, <sup>2</sup>Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

\*Penulis Korespondensi

---

Received: 9 Agustus 2024

Published: 31 Agustus 2024

#### **Abstrak**

Penelitian dilakukan guna mengkaji faktor yang memberi pengaruh pada pendapatan pengusaha E-commerce di seluruh provinsi Indonesia. E-commerce telah menjadi komponen vital dalam ekonomi global, serta Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam sektor ini. Meski demikian, belum ada pemahaman yang menyeluruh mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan mereka. Metode analisis statistik digunakan dalam penelitian guna mengidentifikasi faktor utama yang memberi pengaruh pada pendapatan pengusaha E-commerce setiap provinsi. Data yang digunakan berasal dari sumber yang kredibel, meliputi informasi tentang pendapatan, infrastruktur E-commerce, demografi, dan faktor ekonomi lainnya. Tujuan utama dari penelitian adalah untuk memberi pemahaman lebih mendalam terkait faktor yang memengaruhi pendapatan pengusaha E-commerce di Indonesia dan implikasinya terhadap strategi bisnis dan kebijakan ekonomi di masa depan. Dalam penelitian ini, metode analisis data panel digunakan yang menggabungkan data time series dan data cross section. Model terbaik yang digunakan adalah Fixed Effect Model (FEM). Hasil analisis menunjukkan bahwa infrastruktur dan Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi memiliki pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap pendapatan pengusaha E-commerce.

**Kata Kunci:** Pendapatan Pelaku Usaha E-commerce, Infrastruktur, Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi, Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer.

**Abstract**

*This research is conducted to examine the factors influencing the income of E-commerce entrepreneurs across all provinces in Indonesia. E-commerce has become a vital component of the global economy, with Indonesia being one of the countries experiencing significant growth in this sector. However, there is still no comprehensive understanding of the factors affecting their income. A statistical analysis method is employed in this study to identify the main factors influencing the income of E-commerce entrepreneurs in each province. The data used is sourced from credible sources, including information on income, E-commerce infrastructure, demographics, and other economic factors. The main objective of this research is to provide a deeper understanding of the factors influencing the income of E-commerce entrepreneurs in Indonesia and their implications for business strategies and economic policies in the future. In this study, a panel data analysis method is used, combining time series and cross-sectional data. The best model employed is the Fixed Effect Model (FEM). The results of the analysis indicate that infrastructure and Gross Enrollment Ratio in Higher Education have a significant impact both simultaneously and partially on the income of E-commerce entrepreneurs.*

**Keywords:** *Income of E-commerce Entrepreneurs, Infrastructure, Gross Enrollment Ratio in Higher Education, Proportion of Information Technology and Computer Skill.*

## 1. PENDAHULUAN

Keberhasilan dalam upaya pembangunan nasional bisa dicapai dengan pendekatan pemberdayaan, yang diuraikan dalam paradigma pembangunan. Memajukan UMKM menjadi kunci penting dalam mencapai pertumbuhan ekonomi. Sektor ini memiliki peran signifikan untuk mewujudkan lapangan kerja, menaikkan penghasilan masyarakat, serta memunculkan inovasi. (Hapsari, et al., 2014). Dengan hadirnya *E-commerce* menjadi salah satu alternatif pemasaran yang digunakan untuk bisa menjangkau lebih banyak pelanggan. UMKM dapat melakukan promosi dimana saja dan kapan saja selama selama 24 jam tanpa henti. Model transaksi ini memungkinkan transaksi melewati batas-batas wilayah dengan jauh lebih mudah dengan biaya yang efektif daripada perdagangan yang bersifat tradisional. (Renea Shinta, et al). Awalnya, di Indonesia, perdagangan UMKM mengikuti model konvensional di mana transaksi jual beli dilaksanakan langsung antara penjual serta pembeli.

E-commerce juga dapat meningkatkan perdagangan internasional yang mana akan mempengaruhi nilai tukar. fluktuasi nilai tukar dapat mempunyai dampak jangka pendek dan jangka panjang terhadap perdagangan internasional. Fluktuasi nilai tukar dapat mempengaruhi daya saing suatu negara di pasar global, biaya impor dan ekspor, dan stabilitas perekonomian secara umum. Teori ini berpendapat bahwa meskipun volatilitas nilai tukar pada awalnya membatasi perdagangan internasional, seiring berjalannya waktu negara-negara dapat menyesuaikan dan mengurangi dampak negatifnya, dan dalam jangka panjang volatilitas perdagangan dan nilai tukar Hal ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara nilai tukar. (Raden Parianom, et al 2024). Tetapi, dengan berkembangnya teknologi, pola perdagangan ini telah berubah. Internet tidak lagi hanya digunakan untuk komunikasi dan informasi, melainkan juga sebagai platform ekonomi. Proses jual beli yang dahulu dilakukan secara tradisional, yaitu melalui pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, sekarang telah berubah. Transaksi jual beli barang dan jasa dapat dilakukan dengan mudah dan fleksibel melalui jaringan elektronik, yang kita kenal dengan sebutan *E-commerce* (Aula, 2019).

Tahun 2022, ekonomi Pulau Jawa menunjukkan penguatan dengan kontribusi sebesar 56,48% dan pertumbuhan ekonomi 5,31% dibandingkan tahun sebelumnya. Setelah terjadinya pandemi Covid-19, terjadi banyak perubahan pada kehidupan, khususnya pola konsumsi dan cara berbelanja masyarakat. Awalnya, berbelanja dilakukan secara konvensional dengan bertatap muka langsung, namun sekarang beralih ke belanja online. Perubahan ini mencerminkan teori Central Place yang diusulkan Walter Christaller pada 1933. Teori ini menggagaskan sebuah daerah bisa menjadi pusat penyedia barang dan jasa untuk pemukiman atau kota-kota di sekitarnya. Selama periode sosial distancing, banyak toko ritel yang terpaksa tutup, sehingga masyarakat beralih ke belanja online melalui toko-toko *E-commerce* regional yang berlokasi di pusat kota. Perubahan dalam aktivitas belanja ini memiliki dampak besar pada para pelaku usaha *E-commerce*, baik dari segi jumlah pelaku usaha *E-commerce* maupun pendapatan total yang dihasilkan oleh mereka (Hasanat, et al., 2020).

Pendapatan total merupakan penghasilan yang diperoleh melalui hasil penjualan barang dan jasa, baik secara langsung maupun online selama tahun 2022 (BPS, 2022). Survei *E-commerce* yang dilakukan oleh BPS Indonesia pada tahun 2022 menunjukkan bahwa usaha *E-commerce* terpusat di Pulau Jawa. Hal ini terkait dengan lokasi yang dekat dengan pusat perkotaan dan ketersediaan fasilitas pendukung seperti akses internet yang memadai. Hasil survei terbaru hingga September 2022 mengungkapkan bahwa hanya 34,10 persen dari semua usaha di Indonesia berkontribusi pada aktivitas *E-commerce*. Ini menunjukkan bahwa adopsi *E-commerce* di negara ini masih cukup rendah. Seperti pada tahun sebelumnya, sebagian besar usaha *E-commerce* masih terkonsentrasi di Pulau Jawa. Pada tahun 2021, dari total 2.868.178 usaha *E-commerce*, sekitar 52,22 persen atau 1.497.655 usaha berlokasi di Pulau Jawa, yang bisa dimengerti mengingat pangsa pasar besar, pusat produksi, dan infrastruktur internet yang

lebih baik berada di sana. Faktor yang dianggap berperan dalam mendorong pendapatan pelaku usaha *E-commerce* adalah besarnya gaji atau pendapatan yang diterima oleh masyarakat serta ketersediaan akses internet yang kuat. Kumpulan faktor faktor yang memiliki tingkat pengaruh dan ketergantungan yang tinggi meliputi material, sumber daya manusia, layanan, lokasi, kesadaran, dan infrastruktur, Kesadaran konsumen terhadap tingkat konsumsi dan pandangan mereka mengenai apakah suatu perusahaan melaporkan upaya keberlanjutannya masih cukup rendah. Oleh karena itu, reputasi memainkan peran penting dalam mempengaruhi kesadaran konsumen (Indri Arrafi, et al 2022). Semakin tinggi pendapatan individu dan semakin baiknya akses internet yang tersedia, semakin tinggi minat individu untuk terlibat dalam *E-commerce*. (Bonilla, et al 2022).

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Teori E-commerce***

*E-commerce* menggambarkan proses perdagangan, distribusi, dan pemasaran produk maupun layanan lewat platform digital misalnya internet, media sosial, serta televisi. (Harmayani, et al, 2020). Definisi ini menekankan penggunaan sarana digital sebagai cara utama untuk berbisnis. (Aula, 2017). *E-commerce* dijelaskan sebagai bentuk bisnis yang melibatkan pertukaran produk dan layanan antara perusahaan dan konsumen melalui jaringan elektronik. (Jauhari, 2020). Ini memungkinkan transaksi dilakukan secara langsung melalui platform online tanpa perlu adanya pertemuan fisik. Selain itu, pentingnya metode pembayaran dalam *E-commerce* juga ditekankan. Metode seperti e-money atau pembayaran tunai saat barang diterima ("*cash on delivery*") dapat digunakan dalam proses pembayaran. Secara umum, *E-commerce* adalah model bisnis yang terhubung dengan teknologi digital dan internet, yang memudahkan transaksi bisnis dan interaksi antara perusahaan dan konsumen dengan efisiensi, tanpa memerlukan pertemuan fisik.

### ***Teori Infrastruktur***

Salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan ekonomi sebuah daerah yaitu ketersediaan infrastruktur. Ini karena infrastruktur yang baik diharapkan dapat mendorong perkembangan bisnis seiring dengan zaman yang terus berubah (Bahson, 2022). Infrastruktur, mencakup sarana fisik yang dibangun maupun diperlukan pemerintah dalam menyediakan listrik, air, pembuangan limbah, transportasi, layanan telekomunikasi, serta layanan lainnya guna mendukung tujuan ekonomi dan sosial. (Bahson, 2022). Kemajuan ekonomi di sebuah daerah berkaitan erat pada ketersediaan infrastruktur yang mumpuni. Infrastruktur yang berkualitas diharapkan dapat memacu perkembangan bisnis seiring dengan perubahan zaman (Bahson, 2022). Menurut definisi yang dikutip dari Kodoatie (2003) dalam Bahson (2022), infrastruktur mencakup beragam fasilitas fisik yang diperlukan oleh pemerintah untuk menyediakan layanan-layanan penting seperti air, listrik, pembuangan limbah, transportasi, layanan telekomunikasi, serta layanan lainnya, yang semuanya bertujuan guna menyokong tujuan ekonomi dan sosial.

### ***Teori Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer***

Seperti air, listrik, dan infrastruktur jalan, kemampuan digital kini menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat modern. Sesuai hal tersebut, sangat esensial untuk memastikan semua individu mendapatkan akses yang merata terhadap teknologi dan keterampilan digital. Penguasaan keterampilan digital oleh masyarakat merupakan hal yang penting dan menguntungkan. Hal ini ditegaskan oleh para ilmuwan komunikasi, seperti Shana & Hacker

(2003) yang dikutip oleh Yayat (2014), yang menyatakan bahwa banyak manfaat yang dapat diperoleh jika masyarakat menguasai keterampilan digital. Oleh karena itu, jika banyak masyarakat yang tertinggal dalam penguasaan keterampilan digital, mereka akan tertinggal pula oleh kemajuan zaman.

### ***Teori Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi***

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi (PT) pada tahun 2022 sebagai persentase penduduk usia 19-23 tahun yang terdaftar pada perguruan tinggi, negeri atau swasta. Menurut BPS (2022), tingginya APK mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap pendidikan tinggi. Penyebab APK melebihi 100% adalah karena sistem penghitungannya yang mencakup mahasiswa di luar rentang usia ideal. Oleh karena itu, mencapai angka 100% merupakan tujuan yang harus diperjuangkan. Namun, walaupun mencapai angka 100%, itu tidak menjamin bahwa semua remaja dalam rentang usia tersebut dapat mengakses pendidikan tinggi. Dengan menggunakan indikator ini, dapat dilihat seberapa banyak penduduk yang mengikuti pendidikan pada setiap tungkatan, dari dasar sampai tinggi. APK dapat diartikan sebagai indikator kemampuan sistem pendidikan dalam menampung jumlah siswa usia sekolah tertentu. Semakin tinggi nilai APK, semakin besar kapasitas sistem pendidikan untuk menampung siswa.

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

### ***Populasi dan Sampel***

Populasi ialah segenap kelompok objek observasi. Suatu populasi juga dapat dijelaskan sebagai seluruh elemen secara agregat (Swarjana, 2022). Data Aktual Pendapatan Pelaku Usaha *E-commerce*, Infrastruktur, Proporsi Keterampilan Teknologi dan Informasi serta Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi di seluruh Provinsi di Indonesia merupakan Populasi yang dimaksudkan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan "sampel" yang mewakili tiga aspek penting: infrastruktur, proporsi kecakapan teknologi informasi serta komputer, dan angka partisipasi kasar perguruan tinggi di seluruh provinsi di Indonesia, dari tahun 2020-2022. Data ini dimanfaatkan untuk mengurai faktor-faktor penentu pendapatan para pelaku usaha *E-commerce*.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

Peneliti memakai jenis data sekunder, dimana data diperoleh dari publikasi yang dapat diakses bebas pada website BI dan BPS. Data pada penelitian ini didapat berdasarkan website resmi pemerintah yang dapat diakses bebas yaitu BPS. Peneliti mengambil sumber data memakai teknik dokumentasi melalui pembuatan salinan pada data Infrastruktur, Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer serta Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi ke dalam Microsoft Excel 2021 sehingga memudahkan tahap selanjutnya dalam pengolahan data dengan software yaitu STATA 17. Peneliti mengumpulkan terkait dengan data serta keterangan yang kemudian dapat dijadikan acuan melakukan penelitian yaitu dengan membaca dan mengkaji dari literatur-literatur dalam bentuk jurnal ilmiah, website resmi, buku dan sumber lainnya terkait pokok pembahasan penelitian yang saat ini dilaksanakan.

### ***Teknik Analisis Data***

Regresi data panel merupakan metode atau penggunaan teknik dalam penelitian ini, dengan STATA 17 menjadi alat bantu pengolahan data. Data panel yaitu gabungan data time

series (perubahan data dari masa ke masa) serta data cross section (data dari berbagai individu pada waktu yang sama). Data panel mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan dua kategori data lainnya, cross-section dan time series yakni, estimasi data panel bisa memperlihatkan heterogenitas pada masing-masing unit, data menjadi lebih informatif, mempunyai tingkat kolinearitas antar peubah yang rendah, hingga mampu melakukan observasi serta melakukan pengaruh yang tidak mampu ditinjau dua jenis data lainnya. Penulisan model persamaan adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_1 INFRA1_{it} + \beta_2 PKTIK2_{it} + \beta_3 APKPT3_{it} + e_{it} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

- Y = Pendapatan Pelaku *E-commerce*
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefesien
- INFRA = Infrastruktur (Menara BTS)
- PKTIK = Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi serta komputer
- APKPT = Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi
- i* = Provinsi
- t* = Tahun
- e* = *error term*/variabel pengganggu

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Uji Asumsi Klasik*  
*Uji Normalitas*

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Prob>z
Uhat	0.8953

*Sumber: Hasil Olah Stata 17*

Sesuai tabel di atas, didapat P value (*Prob>z*) sebesar 0.8953, dimana lebih besar daripada tingkat signifikansi (0.05). Sehingga apabila P value (*Prob>z*) >  $\alpha$  (5%), keputusan yang diambil yaitu terima *H0* dengan kesimpulan data dalam model penelitian telah terdistribusi normal.

*Uji Multikolinearitas*

**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas**

	INFR	APK	PKTK
INFR	1.0000		
APK	0.0825	1.0000	

PKT	0.2882	0.0948	1.0000
K			

Sumber: Hasil Olah Stata 17

Sesuai tabel angka korelasi variabel independen penelitian mempunyai nilai korelasi kurang dari 0,8, dengan hasil tersebut kesimpulannya adalah data pada penelitian ini bisa jadi terbebas dari masalah multikolinearitas terjadi permasalahan multikolinearitas.

### ***Uji Heteroskedastisitas***

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Chi2 (1)	0.55
Prob>Chi2	0.4589

Sumber: Hasil Olah Stata 17

Pada tabel terlihat Prob > Chi2 sebesar  $0,4589 > 0,05$  menyatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

### ***Uji Autokorelasi***

**Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi**

F (1,33)	3.385
Prob>F	0.0748

Sumber: Hasil Olah Stata 17

Pada tabel dapat terlihat bahwa hasil uji autokorelasi antar periode waktu memiliki nilai probabilitas  $0,0748 > 0,05$ , kesimpulannya adalah model regresi terbebas dari masalah autokorelasi.

### ***Model Regresi***

**Tabel 5. Fixed Effect Model**

Variabel	Coefficient	P >  z
INFRA_X1	105521.9	0.067
APKPT_X2	292182.8	0.001
PKTIK_X3	9324.179	0.000
_cons	89999.7	0.514

Sumber: Hasil Olah Stata 17

Analisis data panel *Fixed Effect Model* (FEM) menghasilkan persamaan regresi:

$$ECit = 89999.7 + 105521.9 (INFRAit) + 292182.8 (APKPTit) + 9324.179(PKTIKit)$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a) Koefisien variabel Infrastruktur adalah sebesar 105521.9, artinya apabila variabel lain nilainya tetap dan masing-masing perubahan sebesar satu satuan variabel Infrastruktur, maka akan menyebabkan peningkatan pendapatan *E-commerce* sebesar 105521.9 unit.

- b) Koefisien Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi adalah sebesar 292182.8 , artinya apabila variabel lain nilainya tetap dan setiap perubahan sebesar satu satuan variabel Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi, maka akan menimbulkan peningkatan pendapatan *E-commerce* sebesar 292182.8 persen.
- c) Koefisien Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer adalah sebesar 9324.179 artinya apabila variabel lain nilainya tetap dan setiap perubahan sebesar satu satuan variabel Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer, maka akan menyebabkan peningkatan pendapatan pelaku usaha ecommerce sebesar 9324.179 persen.

***Uji Hipotesis dan Analisis***

***Uji z***

- a. Pengujian terhadap variabel Infrastruktur

Sesuai tabel angka probabilitas z dari variabel Infrastruktur yaitu  $0,067 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Maka, Infrastruktur tidak memiliki pengaruh signifikan pada Pendapatan *E-commerce* di Indonesia.

- b. Pengujian terhadap variabel Angka Partisipasi Kasar

Perguruan Tinggi Berdasarkan tabel nilai probabilitas z dari variabel Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi yaitu  $0,001 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak. Maka, Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan *E-commerce* di Indonesia.

- c. Pengujian terhadap variabel Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer

Berdasarkan tabel nilai probabilitas z dari variabel Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer adalah  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Maka, Jumlah penduduk memiliki pengaruh signifikan pada Pendapatan Ecommerce di Indonesia.

***Uji F***

**Tabel 6. Hasil Uji F**

Wald chi2 (4)	1313.59
Prob>chi2	0.0000

*Sumber: Hasil Olah Stata 17*

Pada tabel terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,0000 artinya nilai probabilitas < 0,05. Hasil uji F tersebut memperlihatkan ketiga variabel independen, yaitu Infrastruktur, Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi dan Proporsi Keterampilan Teknologi informasi dan Komputer secara simultan memberi pengaruh pada Pendapatan *E-commerce* seluruh Provinsi di Indonesia.

***Koefisiens Determinasi dan Adjusted R<sub>2</sub>***

**Tabel 7. Hasil Uji R-Squared**

<b><i>Effect Test</i></b>	<b><i>Overall R-Squared</i></b>
<i>Fixed Effect Model</i>	0.9320



*Sumber: Hasil Olah Stata 17*

Sesuai tabel hasil uji koefisien determinasi, besarnya nilai  $R^2$  adalah 0,9320 atau 93,20%. Hasil ini dapat diartikan bahwa variabel independen, infrastruktur, proporsi keterampilan teknologi informasi serta komputer dan angka partisipasi perguruan tinggi mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap pendapatan pelaku usaha *E-commerce* sebagai variabel dependen sejumlah 93,20%, sedangkan sebanyak 7,80% dipaparkan variabel lain yang tidak ikut diteliti di sini.

### ***Analisis Ekonomi dan Pembahasan***

#### ***Pengaruh Infrastruktur terhadap Pendapatan E-commerce***

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya variabel Infrastruktur menunjukkan tanda negative dan tidak berpengaruh signifikan terhadap persentase Penghasilan Pelaku Usaha *E-commerce* pada seluruh Provinsi di Indonesia. Hal ini didasarkan dari probabilitas  $> \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima, konsekuensinya yaitu tidak terima  $H_1$ , artinya secara parsial variabel Infrastruktur (jumlah Desa yang memiliki Base Transceiver Station atau BTS) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel persentase penghasilan pelaku usaha *E-commerce* pada seluruh Provinsi di Indonesia. Proyek pembangunan BTS adalah proses yang kompleks dan memerlukan koordinasi yang baik antara berbagai pihak terkait. Ketika ada masalah seperti yang disebutkan dalam berita, yaitu anggaran yang telah dicairkan namun tidak ada pembangunan yang terjadi, hal ini menunjukkan adanya masalah dalam pelaksanaan proyek, seperti pengelolaan anggaran yang tidak efektif atau potensi indikasi penyimpangan. (Zulfikar,2022).

#### ***Pengaruh Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer terhadap E-commerce***

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya variabel Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer menunjukkan tanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap persentase Penghasilan Pelaku Usaha *E-Commerce* di seluruh Provinsi Indonesia. Ketika keterampilan digital individu (yaitu, komputer dan keterampilan internet) meningkat, kemungkinannya untuk menjadi pembeli online meningkat (Valarezo, et al., 2018), (Garin Munoz, et al., 2019) dan (Kasmad Ariansyah, et al., 2021). Selain adanya dukungan koneksi internet yang baik, faktor penunjang keterampilan teknologi dan ketersediaan perangkat juga menjadi hal yang sangat penting dalam berbelanja online. Kini berbelanja online sudah semakin gampang dan praktis dapat dilakukan bahkan oleh anak sekolah dasar karena mereka sudah memahami dan menguasai teknologi serta telah dibekali dengan perangkat elektronik berupa handphone. Oleh karena itu berbelanja di online Shopee kini sudah menjadi bagian dari segala umur di kalangan masyarakat sehingga peluang untuk berjualan di online shopee semakin besar dengan keuntungan yang diperoleh tidak sedikit.

#### ***Pengaruh Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi terhadap E-commerce***

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya variabel Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi menunjukkan tanda positif dan berpengaruh signifikan terhadap persentase Penghasilan Pelaku Usaha *E-commerce* di seluruh Provinsi Indonesia berkaitan dengan temuan Bonilla, Gijon, & Vega (2022). Hasil penelitian mereka memperlihatkan semakin tinggi tingkat pendidikan, akan memberi pengaruh bagi konsumsi barang dan jasa melalui *E-commerce*. Kemudian (Padapi, Fitriani, Wulandary, Haryono, & Mursalat, 2021) juga menjelaskan

bahwasannya Tingkat pendidikan memberi pengaruh signifikan pada pola pikir seseorang dalam melakukan konsumsi. Umumnya, semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin meningkat konsumsi yang dilakukannya. Pendapat ini diperkuat oleh studi Hidayat & Huriyah (2021), yang menggagaskan tingkat pendidikan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan konsumsi. Penelitian Ratna & Nasrah (2015) memperlihatkan tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi, khususnya pada wanita. Wanita dengan pendidikan tinggi umumnya lebih cerdas dalam mencari informasi tentang barang atau jasa yang ingin dibeli. Hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih memahami kebutuhan dan pilihan yang tersedia. Pengaruh pendidikan ini terlihat pada pola konsumsi wanita. Wanita berpendidikan tinggi cenderung lebih banyak mengetahui cara berbelanja, baik langsung ataupun tidak langsung.

## 5. SIMPULAN

Infrastruktur tidak memberi pengaruh signifikan pada Penghasilan Pelaku Usaha *E-commerce*. Hal ini dikarenakan tersedianya infrastruktur seperti menara *Base Transceiver Station* (BTS) akan menambah kekuatan jaringan seluler sehingga minat untuk berbelanja di *online shop* pun akan tinggi karena dengan semakin mudahnya dalam mengakses internet maka kecenderungan dalam berbelanja di *online shop* pun semakin terbuka lebar sehingga akan berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha *E-commerce*. Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku *E-commerce*. Selain adanya dukungan koneksi internet yang baik, faktor penunjang keterampilan teknologi dan ketersediaan perangkat juga menjadi hal yang sangat penting dalam berbelanja online. Kini berbelanja online sudah semakin gampang dan praktis dapat dilakukan bahkan oleh anak sekolah dasar karena mereka sudah memahami dan menguasai teknologi serta telah dibekali dengan perangkat elektronik berupa handphone. Oleh karena itu berbelanja di online shope kini sudah menjadi bagian dari segala umur di kalangan masyarakat sehingga peluang untuk berjualan di online shope semakin besar dengan keuntungan yang diperoleh tidak sedikit. Proporsi Keterampilan Teknologi Informasi dan Komputer berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha *E-commerce*. Selain adanya dukungan koneksi internet yang baik, faktor penunjang keterampilan teknologi dan ketersediaan perangkat juga menjadi hal yang sangat penting dalam berbelanja online. Kini berbelanja online sudah semakin gampang dan praktis dapat dilakukan bahkan oleh anak sekolah dasar karena mereka sudah memahami dan menguasai teknologi serta telah dibekali dengan perangkat elektronik berupa handphone. Oleh karena itu berbelanja di online shope kini sudah menjadi bagian dari segala umur di kalangan masyarakat sehingga peluang untuk berjualan di online shope semakin besar dengan keuntungan yang diperoleh tidak sedikit. Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha *E-commerce*. Pendidikan tinggi membekali individu dengan pengetahuan, wawasan, dan kemampuan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang lebih optimal di berbagai aspek kehidupan dengan keputusan yang tepat. Angka Partisipasi Kasar Perguruan Tinggi berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha *E-commerce*. Hal ini dikarenakan yang mengatakan bahwa ketika keterampilan digital individu (yaitu, komputer dan keterampilan internet) meningkat, kemungkinannya untuk menjadi pembeli *online* meningkat. Selain adanya dukungan koneksi internet yang baik, faktor penunjang keterampilan teknologi dan ketersediaan perangkat juga menjadi hal yang sangat penting dalam berbelanja *online*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ariansyah, K., Sirait, E. R., Nugroho, B. A., & Suryanegara, M. (2021). Drivers of and barriers to *E-commerce* adoption in Indonesia: Individuals' perspectives and the implications. *Telecommunications Policy*, 45(8).
- B2C Ecommerce. (2022): A Frictionless Market Is Not in Sight - Arguments and Policy Implications.*
- Badan Pusat Statistik. (den 11 01 2020). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. Badan Pusat Statistik: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Badan Pusat Statistik (den 11 01 2020). *Statistik Indonesia 2021*. Badan Pusat Statistik: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Badan Pusat Statistik. (den 23 18 2022). *Produk Domestik Regional Bruto*. Badan Pusat Statistik: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Bahson, Awal. N. (2022). *Pengaruh Ekonomi dalam Pembangunan Investasi Infrastruktur Sulawesi Tengah*. Penerbit Qiara Media.
- Bakkar, M. (2020). *The Effect of COVID-19 Spread on Egyptian consumer behavior*. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Beckers, J., Weekx, S., Beutels, P., & Verhetsel, A. (2021). COVID-19 and retail: The catalyst for *E-commerce* in Belgium?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 62, 102645.
- Bilińska-Reformat, K., & Dewalska-Opitek, A. (2021). *E-commerce* as the predominant business model of fast fashion retailers in the era of global COVID 19 pandemics. *Procedia Computer Science*, 192, 2479-2490.
- Broto, Gatot. (2014). *The PR: tantangan public relations pada era keterbukaan* (Vol. 1). Gramedia Pustaka Utama.
- Chairani, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 dalam perspektif gender di Indonesia. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 39-42.
- Cheba, K., Kiba-Janiak, M., Baraniecka, A., & Kołakowski, T. (2021). Impact of external factors on *E-commerce* market in cities and its implications on environment. *Sustainable Cities and Society*, 72, 103032.
- Chendrawan, T. S., & Ginanjar, R. A. (2020). *Modul Eviews-1*. Serang: FEB Untirta.
- Christoper, R., Chodijah, R., & Yunisvita, Y. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pekerja wanita sebagai Ibu rumah tangga. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(1), 35-52.
- Darma, D. C., Purwadi, P., & Wijayanti, T. C. (2020). *Ekonomika gizi: dimensi baru di Indonesia*. Yayasan Kita Menulis.
- Dinyanti S. (2021). *Digital Repository Repository Universitas Universitas Jember Jember*.
- Elrhim, M. A., & Elsayed, A. (2020). The effect of covid-19 spread on the *E-commerce* market: The case of the 5 largest *E-commerce* companies in the world.

- Erzal, Rommy. (2018). Pengaruh UMP, Inflasi dan PDRB terhadap Pengangguran di Pulau Jawa Periode 2010-2017. *Skripsi*. FEB, Universitas Jember.
- Fauzi, A. (2014). Requirements Planning Base Transceiver Station (Bts) Placement and Optimization of Shared Telecommunications Towers. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 4(3).
- Fauzi, Fadhli. (2012). Analisis penerapan teknologi jaringan LTE 4G di Indonesia. *Majalah ilmiah UNIKOM*. 10(2):281- 290.
- Fernández-Bonilla, F., Gijón, C., & De la Vega, B. (2022). *E-commerce* in Spain: Determining factors and the importance of the e-trust. *Telecommunications Policy*.
- Galhotra, B., & Dewan, A. (2020). Impact of COVID-19 on digital platforms and change in *E-commerce* shopping trends. *2020 Fourth International Conference on I-SMAC (IoT in Social, Mobile, Analytics and Cloud) (I- SMAC)*.
- Harmayani, Marpaung, D., Mulyani, N., Hamzah, A., & Hutahaean, J. (2020). *E- Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hanum AN, & Sinarasri A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi *E-commerce* dan Pengaruh Terhadap Kinerja UMKM. *Maksimum Media Akunt Univ Muhammadiyah Semarang*. 2017;8(1):1-15.
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Soeaidy, S. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu). *wacana Journal Of Social and Humanity Studies*, 88-96.
- Harso, C. (2013). Aplikasi Teori Konsumsi Keynes Terhadap Pola Konsumsi Makanan Masyarakat Indonesia. *Skripsi*.
- Hasanat, M. W., Hoque, A., Shikha, F. A., Anwar, M., Hamid, A. B. A., & Tat, H. H. (2020). The impact of coronavirus (COVID-19) on e-business in Malaysia. *Asian journal of multidisciplinary studies*, 3(1), 85-90.
- Hendra. (2022). *Kewirausahaan (E-Bisnis dan E-commerce)*. Bandung. CV. Media Sains Indonesia.
- Hidayat, Y. D. (2014). Digital Divide in Indonesia (Case Study in Wakatobi- Regency). *Jurnal Pekommas*, 17(2), 81-90.
- Hidayat & Huriyah. (2021). *Manusia Indonesia, Alam dan Sejarah*. Diakses 18 Agustus. 2022, dari <https://Manusia Indonesia, Alam dan Sejarah.com>.
- Imam. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Diakses 20 September 2022, dari <https://digital marketing concept, strategy, and implementation>.
- Kawasaki, T., Wakashima, H., & Shibasaki, R. (2022). The use of *E-commerce* and the COVID-19 outbreak: A panel data analysis in Japan. *Transport Policy*.
- Kesehatan, Kementrian. (den 15 11 2021). *Jumlah Kasus Covid-19 pada tahun 2020*. Kementrian Kesehatan: [www.kemendes.go.id](http://www.kemendes.go.id).
- Kuangan, Kementrian. (den 23 02 2021). *Jumlah anggaran BLT UMKM 2020*. Kementrian Keuangan: [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id).

- Keuangan, Kementerian. (den 28 04 2021). *Pengertian menara BTS*. Diambil 28 April 2021, Kementerian Keuangan: [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id).
- KompasTV.com. (2022). Gerbang Penyebaran Covid-19 di Jakarta. Diakses 19 September 2022, dari <http://KompasTV.com>.
- Krueger. (2021). *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19*. Pekalongan. PT. Nasya Expanding Management. ISBN: 978-623-6906-45- 3 (Jilid 2).
- Kumparan.com. (2022, Mei 24). 8 Alasan Kuliah di Jogja. Diakses 6 September 2022, dari <https://kumparan.com/dianafitrianti21/kota-pelajar-8-alasan-1y8TB7AD4Rg>
- Lestari, T., & Damhudi, D. (2021). Peran media Penjualan Terhadap pendapatan *E- commerce* Pada Usaha Mikro. *Jurnal Perspektif*.
- Lin, H., Li, R., Hou, S., & Li, W. (2021). Influencing factors and empowering mechanism of participation in *E-commerce*: An empirical analysis on poor households from Inner Mongolia, China. *Alexandria Engineering Journal*.
- Mege, S. R., SE, M., Kurniawati, N. I., SE, M., Werdani, R. E., SMB, M., & Suwani, S. A. P. (2021). Sistem logistik bisnis *E-commerce* di era new normal. Jakad Media Publishing.
- Munandar, A. (2020). Pengaruh *E-commerce* Dan Media Sosial Terhadap Pendapatan Usaha (Studi Pada Usaha Mahasiswa Komunitas Youth Preneur Feb) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. *Skripsi*.
- Nuryanto, N., & Pambuko, Z. B. (2018). Eviews untuk analisis ekonometrika dasar: aplikasi dan interpretasi. *UNIMMA PRESS*, 978-602.
- OECD. (2020). The impact of the coronavirus (COVID-19) crisis on development finance. *Tackling Coronavirus (COVID-19): Contributing to a global effort.*, 100(6), 468-70.
- Padapi, A., Pt, S., Fitriani, R., SP, M. S., Ayu Wulandary, S. P., Haryono, I., & Aksal Mursalat, S. P. (2021). *Pengembangan Produk Agribisnis*. Media Sains Indonesia.
- Perkasa, G. G. (2018). Pengaruh Penanaman Modal Asing dan Belanja Modal terhadap Pertumbuhan Ekonomi pada Kabupaten dan Kota di Provinsi Banten tahun 2012-2016. *Skripsi*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Ratna, I., & Nasrah, H. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumtif wanita karir di lingkungan pemerintah provinsi Riau. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 14(2), 199-224.
- Riphat, I. S. (2022). *Pajak E-commerce: Tantangan dan Upaya dalam Pajak E- commerce*. PT Elex Media Komputindo.
- Rusman, A. D. P., Umar, F., & Majid, M. (2021). *Covid-19 dan psikososial masyarakat di masa pandemi*. Penerbit Nem.
- Sanusi, A. (2019). *Dukungan infrastruktur untuk wilayah tertinggal*. Yohyakarta: Kementerian Desa PDT dan Transmigrasi.

- Sahvitri, I. L. (2021). Peran Bisnis Jual Beli Online Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga: Studi Pada Perumahan Pesona Permata Gading 1 Sidoarjo. *Greenomika*, 3(2), 74-87.
- Setiawan, D., & Kurniasih, N. C. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama (Studi pada RJ Farm Amir Atanudin Kp. Pasir Jati Desa Lebak Wangi Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung). *AKURAT: Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 11(1), 55-64.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarno, S. (2020). Angka Partisipasi Sekolah Kasar Sma Rendah Dampak Dari Tingkat Kemiskinan Dan Upaya Mengatasinya Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 21(1), 28-36.
- Syaifulloh, D. R., & Sari, D. M. (2021). Dekomposisi Ketimpangan Pendapatan Dan Determinan Posisi Ekonomi. *Jurnal Litbang Sukowati: Media Penelitian Dan Pengembangan*, 5(1), 125-140.
- Undang-undang no. 13 Tahun 2003. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003*. Indonesia: Kemenperin.go.id.
- Usman, H., & Dkk, M. S. (2022). *Ekonometrika untuk analisis ekonomi, keuangan, dan pemasaran syariah (data cross section)*. Prenada Media.
- Wahyudi, P. I. H. (2017). Pentingnya keterampilan digital literasi bagi pustakawan. *Khizanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 5(2), 187-195.
- Zhong, Y., Lai, I. K. W., Guo, F., & Tang, H. (2021). Research on government subsidy strategies for the development of agricultural products *E- commerce*. *Agriculture*, 11(11), 1152.
- Zulkipli & Harir. (2021). Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMEHA)*:7-12.
- Indri, A., Jubaedah, N., & Dianwicakasih, A. (2022) Halal Food Certification, Financial Performance, and Sustainability Reporting: Comparative Study of Food and Beverage Firms in Malaysia and Indonesia. 12-22
- Raden, P., Ullya, V., & Desmintari. (2024). Volatility of International Trade and Exchange Rates in Some South Asian Countries Using the Ardl-Ecm Approach. 2842-2850