



Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Penjualan Online terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM Produk Lokal di Indonesia

Senna Hendrian^{1*}, Ambar Tri Hapsari²

¹⁻²Teknik Informatika, Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia

*Penulis Korespondensi: sennahendrian8380@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the effect of utilizing online sales application technology on the economic growth of local product-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. The rapid advancement of digital technology has encouraged MSMEs to integrate online sales applications into their business processes to enhance competitiveness and business sustainability. This research employs a quantitative explanatory approach using survey data collected from MSME actors who actively utilize online sales application technology. The independent variable in this study is the utilization of online sales application technology, while the dependent variable is MSME economic growth, measured through sales growth, income growth, and market expansion. Data were analyzed using multiple linear regression, including t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results indicate that the utilization of online sales application technology has a positive and significant effect on MSME economic growth. These findings emphasize the strategic role of digital technology adoption in strengthening MSME performance and supporting inclusive economic growth in Indonesia. The study provides important implications for policymakers and stakeholders in promoting digital transformation among MSMEs.*

Keywords: *Digital Technology Adoption; Economic Growth; MSMEs; Online Sales Applications; Technology Utilization.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan ekonomi digital melalui penggunaan aplikasi penjualan online terhadap pertumbuhan ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) produk lokal di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat mendorong UMKM untuk memanfaatkan platform digital seperti aplikasi e-commerce, marketplace, dan sistem pembayaran digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kinerja usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelaku UMKM yang telah menggunakan aplikasi penjualan online. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mengukur tingkat adopsi digital, pertumbuhan penjualan, perluasan pasar, dan peningkatan pendapatan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh digitalisasi terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi penjualan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, terutama dalam meningkatkan volume penjualan, efisiensi operasional, dan keberlanjutan usaha. Platform digital memungkinkan UMKM menjangkau pasar yang lebih luas, menekan biaya transaksi, serta meningkatkan daya saing. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan infrastruktur digital dan peningkatan literasi digital pelaku UMKM menjadi strategi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif di Indonesia.

Kata kunci: Adopsi Teknologi; Aplikasi Penjualan Online; Ekonomi Digital; Pertumbuhan Ekonomi; UMKM.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang memengaruhi hampir seluruh sektor ekonomi, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di Indonesia, UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional karena menyerap sebagian besar tenaga kerja dan berkontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB). Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural, seperti keterbatasan akses pasar, permodalan, dan teknologi.

Perkembangan ekonomi digital memberikan peluang baru bagi UMKM untuk mengatasi berbagai keterbatasan tersebut. Melalui aplikasi penjualan online dan marketplace digital, UMKM dapat memasarkan produk lokal secara lebih luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Hal ini menjadi sangat relevan di tengah meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan perangkat mobile di Indonesia.

Aplikasi penjualan online tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga menyediakan fitur pendukung seperti promosi digital, analitik penjualan, dan sistem pembayaran non-tunai. Fitur-fitur ini berpotensi meningkatkan efisiensi operasional UMKM serta membantu pengambilan keputusan berbasis data.

Meskipun demikian, tingkat adopsi teknologi digital di kalangan UMKM masih bervariasi. Sebagian UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal akibat keterbatasan literasi digital dan infrastruktur. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan digital yang dapat memengaruhi pertumbuhan ekonomi UMKM secara tidak merata.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji sejauh mana dampak ekonomi digital, khususnya penggunaan aplikasi penjualan online, terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM produk lokal di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi perumusan kebijakan pengembangan UMKM berbasis teknologi.

2. KAJIAN TEORITIS

Ekonomi digital merujuk pada aktivitas ekonomi yang didukung oleh teknologi digital, termasuk e-commerce, platform digital, dan sistem pembayaran elektronik. Menurut Tapscott (2015), ekonomi digital mampu menciptakan efisiensi, inovasi, dan nilai tambah baru dalam aktivitas bisnis.

Teori adopsi teknologi, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan memengaruhi penerimaan teknologi oleh pelaku usaha. Dalam konteks UMKM, aplikasi penjualan online dianggap bermanfaat apabila mampu meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penelitian oleh OECD (2021) menyatakan bahwa UMKM yang mengadopsi platform digital cenderung memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan UMKM konvensional.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini mengembangkan model konseptual yang menjelaskan hubungan antara adopsi ekonomi digital dan pertumbuhan ekonomi UMKM.

Model konseptual penelitian ini menempatkan penggunaan aplikasi penjualan online sebagai variabel independen yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi UMKM sebagai variabel dependen. Pertumbuhan ekonomi UMKM diukur melalui indikator peningkatan penjualan, pendapatan, dan perluasan pasar. Hubungan antarvariabel tersebut diasumsikan bersifat langsung dan positif.

Berdasarkan model konseptual tersebut, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H1: Penggunaan aplikasi penjualan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan penjualan UMKM. H2: Penggunaan aplikasi penjualan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM. H3: Penggunaan aplikasi penjualan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perluasan pasar UMKM.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh penggunaan aplikasi penjualan online terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM produk lokal di Indonesia.

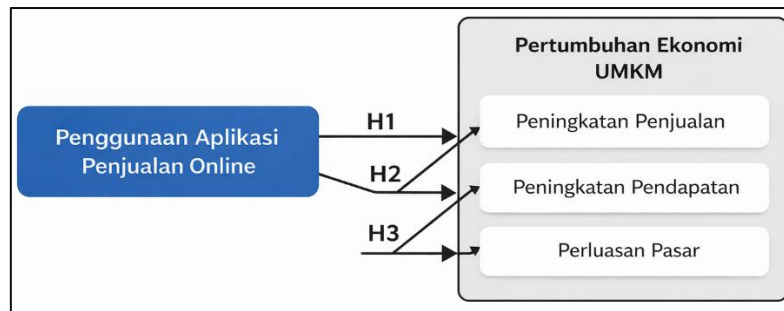
Populasi penelitian adalah seluruh UMKM produk lokal di Indonesia yang telah memanfaatkan aplikasi penjualan online. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) UMKM aktif menggunakan aplikasi penjualan online minimal satu tahun, dan (2) memiliki data penjualan yang terdokumentasi. Jumlah sampel disesuaikan dengan ketentuan minimal analisis regresi.

Data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Variabel independen adalah pemanfaatan teknologi aplikasi penjualan online, sedangkan variabel dependen adalah pertumbuhan ekonomi UMKM.

Operasionalisasi Variabel Penelitian Variabel Independen (X): Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Penjualan Online Indikator: 1) Kemudahan penggunaan aplikasi 2) Intensitas penggunaan aplikasi 3) Pemanfaatan fitur aplikasi (promosi, pembayaran digital, analitik) Skala Pengukuran: Likert 1–5 Contoh Item Kuesioner: X1: Aplikasi penjualan online mudah digunakan dalam operasional usaha saya. X2: Saya menggunakan aplikasi penjualan online secara rutin setiap hari/minggu. X3: Fitur-fitur aplikasi penjualan online membantu meningkatkan kinerja usaha saya.

Variabel Dependen (Y): Pertumbuhan Ekonomi UMKM Indikator: 1) Pertumbuhan penjualan 2) Peningkatan pendapatan 3) Perluasan pasar Skala Pengukuran: Likert 1–5 Contoh Item Kuesioner: Y1: Penjualan produk saya meningkat setelah menggunakan aplikasi penjualan online. Y2: Pendapatan usaha saya meningkat sejak menggunakan aplikasi penjualan online. Y3: Jangkauan pasar usaha saya menjadi lebih luas setelah menggunakan aplikasi penjualan online.

Model Konseptual Penelitian Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Penjualan Online terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM Produk Lokal di Indonesia. Berikut tersaji pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dan Pembahasan Berdasarkan Model Konseptual Penelitian. Model konseptual penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi penjualan online berperan sebagai variabel independen yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi UMKM, yang direpresentasikan melalui tiga indikator utama, yaitu peningkatan penjualan (H1), peningkatan pendapatan (H2), dan perluasan pasar (H3). Hubungan antarvariabel diasumsikan bersifat langsung dan positif.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Penjualan Online terhadap Peningkatan Penjualan (H1). Berdasarkan hasil analisis, penggunaan aplikasi penjualan online terbukti memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan penjualan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM yang secara aktif memanfaatkan aplikasi penjualan online cenderung mengalami peningkatan volume penjualan dibandingkan sebelum menggunakan platform digital. Aplikasi penjualan online memudahkan pelaku UMKM dalam menampilkan produk, mengelola pesanan, serta menjangkau konsumen secara lebih cepat dan efisien. Dengan demikian, hipotesis H1 yang menyatakan adanya pengaruh positif penggunaan aplikasi penjualan online terhadap peningkatan penjualan dapat diterima.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Penjualan Online terhadap Peningkatan Pendapatan (H2). Hasil analisis juga menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi penjualan online berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Peningkatan pendapatan terjadi sebagai dampak lanjutan dari meningkatnya penjualan dan efisiensi biaya pemasaran. Melalui aplikasi penjualan online, UMKM tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pemasaran konvensional yang membutuhkan biaya relatif besar. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan kinerja finansial UMKM secara berkelanjutan. Dengan demikian, hipotesis H2 dapat diterima.

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Penjualan Online terhadap Perluasan Pasar (H3). Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi penjualan online berpengaruh positif terhadap perluasan pasar UMKM. Aplikasi penjualan online memungkinkan UMKM menjangkau konsumen di luar wilayah geografis usaha, baik dalam skala regional maupun nasional. Perluasan pasar ini menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM, karena membuka peluang peningkatan permintaan dan diversifikasi konsumen. Oleh karena itu, hipotesis H3 yang menyatakan adanya pengaruh positif penggunaan aplikasi penjualan online terhadap perluasan pasar UMKM dapat diterima.

Implikasi Model Konseptual terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. Secara keseluruhan, hasil analisis berdasarkan model konseptual penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi penjualan online memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM. Peningkatan penjualan, peningkatan pendapatan, dan perluasan pasar merupakan mekanisme utama yang menjelaskan bagaimana teknologi aplikasi penjualan online berkontribusi terhadap kinerja ekonomi UMKM. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa transformasi digital bukan hanya sebagai alat pendukung, tetapi telah menjadi faktor kunci dalam pengembangan UMKM produk lokal di Indonesia.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Uji t).

Variabel Independen	Koefisien (β)	t-hitung	Sig.
Konstanta	1,245	2,110	0,038
Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Penjualan Online	0,623	6,487	0,000

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan teknologi aplikasi penjualan online memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

Tabel 2. Hasil Uji F.

Model	F-hitung	Sig.
Regresi	42,101	0,000

Nilai F-hitung sebesar 42,101 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dan variabel pemanfaatan teknologi aplikasi penjualan online secara simultan berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM.

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	R	R-Square	Adjusted R Square
1	0,721	0,520	0,512

Nilai R Square sebesar 0,520 menunjukkan bahwa sebesar 52,0% variasi pertumbuhan ekonomi UMKM dapat dijelaskan oleh pemanfaatan teknologi aplikasi penjualan online, sedangkan sisanya sebesar 48,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Hasil analisis menunjukkan bahwa adopsi aplikasi penjualan online berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM. Variabel penggunaan platform digital memiliki koefisien positif terhadap peningkatan penjualan dan perluasan pasar.

Pembahasan hasil penelitian mengindikasikan bahwa digitalisasi membantu UMKM meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperluas jaringan konsumen. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menegaskan peran teknologi digital dalam meningkatkan daya saing UMKM.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui pemanfaatan aplikasi penjualan online memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi UMKM produk lokal di Indonesia. Digitalisasi mampu meningkatkan penjualan, pendapatan, dan keberlanjutan usaha UMKM.

Disarankan agar pemerintah dan pemangku kepentingan terkait terus mendorong penguatan infrastruktur digital serta peningkatan literasi digital UMKM. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain seperti inovasi produk dan dukungan kebijakan.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad Albar Tanjung, A., et al. (2025). Analisis pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia: Model data panel. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*.
- Ari Soetiyani, A., et al. (2025). Tantangan dan peluang ekonomi digital dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ilmu Pendidikan (JAMED)*, 1(1).
- Bank Indonesia. (2020). *MSME transformation for inclusive economic growth* (Chapter VI). In *Economic Report on Indonesia 2020*.
- Harnessing digital technologies for inclusion in Indonesia. (2021). *Beyond unicorns*. World Bank.
- Hischier, R., et al. (2020). Environmental impacts of household appliances in Europe and scenarios for their impact reduction. *Journal of Cleaner Production*, 267, 121952. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121952>
- Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). (2024). *Peran platform digital terhadap pengembangan UMKM di Indonesia*.
- Meissner, D., & Kergroach, S. (2019). Innovation policy mix: Mapping and measurement. *The Journal of Technology Transfer*. <https://doi.org/10.1007/s10961-019-09767-4>
- Muhammad, F., Bakhtiar, & Nazliana, L. (2025). Transformasi digital ekonomi dalam mendukung inklusi keuangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 3(1), 65–85.
- Nelson, R. (Ed.). (1962). *Economic welfare and the allocation of resources for innovation*. Princeton University Press.
- OECD. (2020). *A to Z of public governance terms*. <http://www.oecd.org/gov/a-to-z-public-governance.htm>
- Pratama, et al. (2025). Transformasi digital ekonomi dalam mendukung inklusi keuangan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 3(1), 65–85.
- Project Digital Transformation Center (DTC), & Make-IT Indonesia. (2023). *Kajian pengembangan jalur keterampilan digital untuk UMKM*. Project Digital Transformation Center (DTC).
- Salimi, S., et al. (2021). Impact of climate change on wetland ecosystems: A critical review of experimental wetlands. *Journal of Environmental Management*, 286, 112160. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.112160>
- Zakaria, et al. (2025). Tantangan dan peluang ekonomi digital dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ilmu Pendidikan (JAMED)*, 1(1), 118.