

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI (TI) PADA USAHA MIKRO
OLEH PELAKU USAHA WANITA DI KABUPATEN PESAWARAN**

(Tesis)

Oleh

Aniza Putri
2324132005



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRACT

THE USE OF INFORMATION TECHNOLOGY (IT) IN MICROBUSINESSES BY WOMEN ENTREPRENEURS IN PESAWARAN REGENCY

By

Aniza Putri

This study aims to explore the extent to which information technology (IT) is utilized in microbusinesses managed by women in Pesawaran Regency. The study also analyzes various factors that influence the use of IT by business owners, as well as how the use of IT contributes to increasing business owners' income. This research uses a descriptive quantitative approach and multiple linear regression and simple linear regression analysis, with data collected from April to June 2025 and involving 97 female business operator respondents. The results of the study indicate that IT utilization is still relatively low, with the majority of respondents (52 people, or 53.60 percent) falling into the “moderately intensive” category. This is due to the fact that most business operators use limited social media platforms, such as WhatsApp and Facebook, for their daily operational activities. Only a small portion have expanded their use by adding Instagram, TikTok, and e-commerce platforms like Shopee, and there is one entrepreneur who has effectively penetrated the export market. Factors influencing female entrepreneurs in the use of IT in micro businesses in Pesawaran Regency include X_2 (length of business), X_3 (business motivation), X_4 (facilities or availability of infrastructure), X_5 (business location), X_7 (customer loyalty), and X_9 (quality of information technology facilities). Variables that do not influence are X_1 (formal education level), X_6 (information technology training), X_8 (age of the business owner), and X_{10} (support from stakeholders). The utilization of IT is closely related to the income of entrepreneurs in Pesawaran District, meaning that the higher the utilization of IT including the number of applications used in the business, the intensity of internet media utilization, and the duration of internet media use the higher the income of the entrepreneurs.

Keywords: *IT utilization, Income, Women business owners*

ABSTRAK

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI (TI) PADA USAHA MIKRO OLEH PELAKU USAHA WANITA DI KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

Aniza Putri

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana pemanfaatan teknologi informasi (TI) dalam aktivitas usaha mikro yang dikelola oleh wanita di Kabupaten Pesawaran. Studi ini juga menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi penggunaan TI oleh pelaku usaha, serta bagaimana pemanfaatan TI berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana, dengan data yang dikumpulkan pada April hingga Juni 2025 dan melibatkan 97 responden pelaku usaha wanita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TI masih tergolong rendah, mayoritas responden yaitu sebanyak 52 orang (53,60 persen) tergolong dalam kategori “cukup intensif”, ini disebabkan oleh fakta bahwa mayoritas pelaku usaha menggunakan media sosial yang terbatas, seperti *WhatsApp* dan *Facebook* untuk menjalankan kegiatan operasional sehari-hari. Hanya sebagian kecil yang telah memperluas penggunaannya dengan menambahkan *Instagram*, *TikTok*, dan *platform e-commerce* seperti *Shopee*, serta terdapat satu pelaku usaha yang secara efektif menembus pasar ekspor. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha dalam pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran meliputi X_2 (lama berusaha), X_3 (motivasi berusaha), X_4 (fasilitas atau ketersediaan infrastruktur), X_5 (lokasi usaha), X_7 (loyalitas pelanggan), dan X_9 (kualitas sarana teknologi informasi). Variabel yang tidak berpengaruh adalah X_1 (tingkat pendidikan formal), X_6 (pelatihan teknologi informasi), X_8 (umur pelaku usaha), dan X_{10} (dukungan dari *stakeholders*). Pemanfaatan TI berkaitan erat dengan pendapatan pelaku usaha di Kabupaten Pesawaran, artinya semakin tinggi pemanfaatan TI yang meliputi jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha, intensitas pemanfaatan media internet dan durasi penggunaan media internet, maka semakin tinggi pula pendapatan pelaku usaha.

Kata kunci: pemanfaatan TI, Pendapatan, Pelaku usaha wanita

**PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI (TI) PADA USAHA MIKRO
OLEH PELAKU USAHA WANITA DI KABUPATEN PESAWARAN**

Oleh

Aniza Putri

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
MAGISTER PERTANIAN

Pada

**Program Pascasarjana
Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Tesis : **PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI (TI)
PADA USAHA MIKRO OLEH PELAKU USAHA
WANITA DI KABUPATEN PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : **Aniza Putri**

Nomor Pokok
Mahasiswa : 2324132005

Program Studi : **Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian**

Fakultas : **Pertanian**



1. Komisi Pembimbing

Dr. Ir. Sumaryo Gitosaputro, M.Si.
NIP 196403271990031004

Dr. Yuniar Aviaty Syarif, S.P., M.TA.
NIP 196906112003122001,

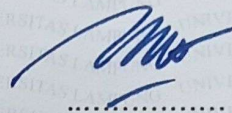
2. Ketua Program Studi
Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian

Dr. Ir. Sumaryo Gitosaputro, M.Si.
NIP 196403271990031004

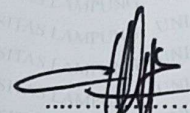
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

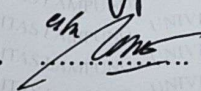
Ketua : Dr. Ir. Sumaryo Gitosaputro, M.Si.



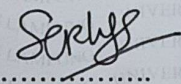
Anggota : Dr. Yuniar Aviati Syarief, S.P., M.TA.



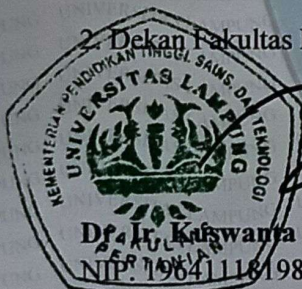
Penguji bukan Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Kordiyana K. Rangga, M.S.



Dr. Serly Silviyanti S, S.P., M.Si.

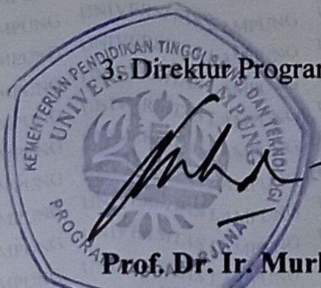


2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP. 196411181989021002

3. Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si.
NIP. 196403261989021001

Tanggal Lulus Ujian Tesis: 30 Juli 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aniza Putri
NPM : 2324132005
Program Studi : Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian
Fakultas : Pertanian
Alamat : Desa Bangun jaya, Kecamatan Sungkai Utara, Kabupaten
Lampung Utara, Provinsi Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul " Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) pada Usaha Mikro oleh Pelaku Usaha Wanita di Kabupaten Pesawaran" adalah benar karya ilmiah hasil penelitian saya dan tidak melakukan penjiplakan karya penulisan lain. Adapun bagian tertentu dalam penulisan ini saya kutip dari karya penulisan lain yang dituliskan sumbernya secara jelas dan sesuai norma dan etika penulisan ilmiah jika dikemudian hari ternyata ada hal yang melanggar ketentuan akademik universitas lampung maka saya bersedia bertanggung jawab dan mendapatkan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Bandar Lampung, 18 Juli 2025



Aniza Putri
NPM 2324132005

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Desa Ogan Jaya, Kabupaten Lampung Utara, pada tanggal 20 November 2001, sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Rusdan Redo dan Ibu Rita Ermawati. Penulis menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak (TK) Dharma Wanita Persatuan Mandiri pada tahun 2006, pendidikan sekolah dasar di Sekolah Dasar Negeri (SDN)

Bangun Jaya pada Tahun 2012, Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 03 Lampung Utara pada Tahun 2015, serta Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 02 Lampung Utara pada Tahun 2018. Pada tahun yang sama Tahun 2018 penulis diterima di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) diselesaikan pada Tahun 2022. Tahun 2023 penulis diterima di Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Pascasarjana Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.

Semasa Kuliah, penulis aktif sebagai mahasiswa yang terlibat dalam beberapa karya ilmiah baik berupa penelitian atau pengabdian, seperti Penelitian DIPA Fakultas Pertanian-Universitas Lampung dengan judul “Strategi Mendorong Kemajuan UMKM dan Keberlanjutan Akselerasi Digital di Kabupaten Pringsewu” Tahun 2024, dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unggulan (PKMU) dengan judul “*Go Digital* UMKM: Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Wanita melalui Peningkatan Kapasitas Literasi Digital di Kabupaten Pesawaran” Tahun 2025. Penulis juga aktif dalam organisasi kemahasiswaan, penulis menjadi Dewan Pembina (DP) pada Organisasi Eksternal yakni Ikatan Keluarga Mahasiswa Lampung Utara (IKAM LAMPURA)

PERSEMBAHAN

**MAMAK DAN BAPAK
TERCINTA**

MOTTO

Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.

(Q.S. Al-Insyirah Ayat 5-8)

“Setiap manusia lahir dengan tujuan dan kesempurnaannya masing-masing. Tidak ada yang sia-sia, semua adalah pemenang”

(Aniza Putri)

"Jika proses adalah sebuah luka,
maka bertahan adalah bentuk cinta paling nyata"

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah serta karunia-Nya tesis dengan judul **“Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) pada Usaha Mikro oleh Pelaku Usaha Wanita di Kabupaten Pesawaran”** dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, ucapan terima kasih disampaikan yang sebesar-besarnya dengan segala kerendahan dan ketulusan hati kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Lampung
2. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
3. Dr. Ir. Sumaryo Gitosaputro, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Lampung, sekaligus Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan doa, ilmu, materi, bimbingan, nasihat, arahan, dukungan, saran, motivasi, serta semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama menjalankan perkuliahan terutama dalam penyelesaian tesis.
4. Muhammad Ibnu, S.P., M.M., M.Sc., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan ilmu, motivasi, nasihat, arahan, dukungan, dan bimbingan selama perkuliahan.
5. Dr. Yuniar Aviati Syarief, S. P., M.T.A., selaku Dosen Pembimbing kedua yang juga memberikan doa, bimbingan, ilmu, dukungan, motivasi, arahan, kesabaran, materi, nasihat, saran, dan semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian tesis.

6. Prof. Dr. Ir. Kordiyana K Rangga, M.S., dan Dr. Serly Silviyanti S, S.P., M.Si., selaku Ketua dan Anggota Dosen Pembahas yang memberikan doa, ilmu, arahan, saran, masukan, pengalaman berkegiatan di internal atau eksternal kampus dan semua kebaikan yang sifatnya membangun kepada penulis dalam penyelesaian tesis.
7. Teristimewa kepada kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda tercinta Rusdan Redo dan Ibunda tercinta Rita Ermawati, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, perhatian, semangat, serta doa yang tak pernah putus untuk kelancaran dan kesuksesan penulis.
8. Almarhumah kakakku Paulan Sari, adikku Aldo Agung Saputra, dan bibiku Yuli tersayang yang telah memberikan semangat dan motivasi.
9. Rekan seperjuangan MPKP dan MIPPM 2023 atas segala doa, bantuan, ucapan, semangat, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan sampai dengan tahap penyelesaian tesis ini.
10. Sahabat-sahabat yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang sudah mengajarkan, mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis.
11. Almamater tercinta, Keluarga Besar MPKP, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan tesis ini.
12. *Last but not least. I wanna thank me, for believing in me, for doinng all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Penulis meminta maaf atas segala kekurangan dan kesalahan selama proses penulisan tesis, akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 18 Juli 2025

Aniza Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Teknologi Informasi (TI).....	8
2.1.2 Sektor Ekonomi	11
2.1.3 Usaha Mikro	13
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha.....	15
2.1.5 Pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita.....	26
2.1.6 Tingkat pendapatan pelaku usaha	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Berpikir.....	37
2.4 Hipotesis.....	40
III. METODE PENELITIAN	41
3.1 Konsep Dasar dan Definisi Operasional	41
3.2 Metode, Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.3 Jenis Data, Teknik Pengambilan Data, dan Responden Penelitian	48
3.4 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	49
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Pesawaran.....	61
4.1.1 Keadaan Umum Kabupaten Pesawaran	61
4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha	63
4.2.1 Tingkat Pendidikan Formal	63
4.2.2 Lama Berusaha	65
4.2.3 Motivasi Berusaha	67
4.2.4 Fasilitas atau Ketersediaan Infrastruktur	69
4.2.5 Lokasi Usaha	70
4.2.6 Pelatihan Teknologi Informasi (TI)	72
4.2.7 Loyalitas Pelanggan (<i>customer loyalty</i>).....	74

4.2.8 Umur pelaku usaha	75
4.2.9 Kualitas Sarana Teknologi Informasi (TI).....	77
4.2.10 Dukungan dari <i>stakeholders</i>	79
4.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) pada Usaha Mikro oleh Pelaku usaha Wanita	81
4.4 Tingkat Pendapatan Pelaku Usaha	88
4.5 Pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha terhadap pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita	94
4.6 Pengaruh pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha	113
V. KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah UMKM di Provinsi Lampung tahun 2019-2021	2
2. Sebaran pelaku usaha UMKM Kabupaten Pesawaran.....	4
3. Penelitian terdahulu	31
4. Definisi operasional, indikator, pengukuran, dan klasifikasi variabel (X)	42
5. Definisi operasional, indikator, pengukuran, dan klasifikasi variabel (Y)	45
6. Definisi operasional, indikator, pengukuran, dan klasifikasi variabel (Z).....	46
7. Hasil uji multikolinearitas persamaan regresi linear berganda (X-Y)	53
8. Hasil uji multikolinearitas persamaan regresi linear sederhana (Y-Z)	54
9. Hasil uji validitas pertanyaan faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X).....	57
10. Hasil uji validitas pertanyaan pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita (Y).....	58
11. Hasil uji validitas pertanyaan tingkat pendapatan pelaku usaha	59
12. Hasil uji reliabilitas kuisioner.....	59
13. Sebaran responden berdasarkan tingkat pendidikan	64
14. Sebaran responden berdasarkan lama berusaha.....	65
15. Sebaran responden berdasarkan motivasi berusaha.....	67
16. Sebaran responden berdasarkan fasilitas atau ketersediaan infrastruktur	69
17. Sebaran responden berdasarkan lokasi usaha.....	71
18. Sebaran responden berdasarkan pelatihan TI.....	73
19. Sebaran responden berdasarkan loyalitas pelanggan.....	74
20. Sebaran responden berdasarkan umur pelaku usaha.....	76
21. Sebaran responden berdasarkan kualitas sarana TI	78
22. Sebaran responden berdasarkan dukungan dari <i>stakeholders</i>	79

Tabel	Halaman
23. Sebaran responden berdasarkan pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita.....	81
24. Jenis usaha responden	89
25. Sebaran responden berdasarkan tingkat pendapatan pelaku usaha.....	90
26. Hasil uji simultan (X-Y).....	94
27. Hasil uji koefisiensi determinasi (<i>R-Square</i>) (X-Y)	95
28. Hasil uji parsial (X-Y).....	96
29. Hasil uji simultan (Y-Z)	114
30. Hasil uji koefisiensi determinasi (<i>R-Square</i>) (Y-Z).....	115
31. Hasil uji parsial (Y-Z)	115
32. Identitas responden	131
33. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X ₁ -X ₂)	139
34. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X ₃).....	144
35. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X ₄ -X ₅)	149
36. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X ₆ -X ₇)	154
37. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X ₈ -X ₉)	159
38. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X ₁₀).....	164
39. Pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita (Y).....	167
40. Tingkat pendapatan pelaku usaha (Z)	170
41. Data MSI (X ₁ -X ₂)	173
42. Data MSI (X ₃).....	178
43. Data MSI (X ₄).....	183
44. Data MSI (X ₅).....	188
45. Data MSI (X ₆).....	193
46. Data MSI (X ₇).....	198
47. Data MSI (X ₈ -X ₉)	203
48. Data MSI (X ₁₀)	208
49. Data MSI (Y).....	213
50. Data MSI (Z)	216
51. Hasil uji validitas dan reliabilitas pendidikan formal (X ₁).....	219
52. Hasil uji validitas dan reliabilitas lama berusaha (X ₂).....	219

Tabel	Halaman
53. Hasil uji validitas dan reliabilitas motivasi berusaha (X_3)	220
54. Hasil uji validitas dan reliabilitas fasilitas dan ketersediaan infrastruktur (X_4).....	222
55. Hasil uji validitas dan reliabilitas lokasi usaha (X_5)	224
56. Hasil uji validitas dan reliabilitas pelatihan TI (X_6)	225
57. Hasil uji validitas dan reliabilitas loyalitas pelanggan (X_7)	226
58. Hasil uji validitas dan reliabilitas umur (X_8).....	228
59. Hasil uji validitas dan reliabilitas kualitas sarana TI (X_9).....	228
60. Hasil uji validitas dan reliabilitas dukungan <i>stakeholders</i> (X_{10})	230
61. Hasil uji validitas dan reliabilitas pemanfaatan TI oleh pelaku usaha (Y)	231
62. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat pendapatan pelaku usaha (Z)	232
63. Hasil uji F (X-Y).....	232
64. Hasil uji T (X-Y).....	233
65. Hasil uji <i>R-square</i> (X-Y).....	233
66. Hasil uji F (Y-Z)	234
67. Hasil Uji T (Y-Z)	234
68. Hasil uji <i>R-square</i> (Y-Z)	234

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Teori hirarki kebutuhan maslow	18
2. Kerangka berpikir tingkat pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran	39
3. Grafik <i>normal probability plot</i> persamaan regresi linier berganda	52
4. Grafik <i>normal probability plot</i> persamaan regresi linier sederhana	52
5. Grafik <i>scatterplots</i> persamaan regresi linear berganda	55
6. Grafik <i>scatterplots</i> persamaan regresi linear sederhana	55
7. Peta wilayah Kabupaten Pesawaran.....	62
8. Contoh usaha mikro dengan <i>whatsapp business</i>	82
9. Contoh usaha mikro dengan <i>Instagram</i>	84
10. Contoh usaha mikro dengan <i>Shopee</i>	85
11. Contoh usaha mikro dengan pendapatan sangat tinggi.....	92
12. Grafik <i>normal probability plot</i> (X-Y).....	235
13. Grafik <i>scatterplots</i> (X-Y).....	235
14. Grafik <i>normal probability plot</i> (Y-Z)	236
15. Grafik <i>scatterplots</i> (Y-Z)	236
16. Wawancara dengan responden (produk rajut x tapis).....	237
17. Wawancara dengan responden (produk tapis).....	237
18. Wawancara dengan responden (produk rajut).....	237
19. Wawancara dengan responden (produk kopi bubuk).....	238
20. Wawancara dengan responden (produk jamu bubuk).....	238
21. Wawancara dengan responden (produk minuman herbal).....	238
22. Wawancara dengan responden (produk kacang umpet).....	239
23. Wawancara dengan responden (produk rengginang mentah)	239
24. Wawancara dengan responden (produk rengginang).....	239

Gambar	Halaman
25. Wawancara dengan responden (produk gula semut)	240
26. Wawancara dengan responden (produk makanan beku)	240
27. Wawancara dengan responden (produk sayur matang)	240
28. Wawancara dengan responden (produk keripik nangka)	241
29. Wawancara dengan responden (produk keripik pisang)	241
30. Wawancara dengan responden (produk rempeyek).....	241
31. Proses pembuatan produk kelanting	242
32. Proses pembuatan produk kue basah	242
33. Proses pembuatan produk tapis	242

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Teknologi Informasi (TI) telah membuka peluang baru bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), terutama melalui pemanfaatan *digital marketing*. *Digital marketing* memungkinkan pelaku usaha memperluas akses pasar, memperkenalkan produk ke segmen konsumen yang lebih luas, serta meningkatkan daya saing melalui *platform online* (Alimuddin, 2023). Namun, banyak pelaku UMKM, terutama di pedesaan, masih menghadapi tantangan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi ini secara optimal (Regif, *et al.*, 2023). UMKM seringkali menghadapi tantangan yang serius dalam hal pengembangan dan pertumbuhan, diantaranya adalah *digitalisasi* pemasaran. Teknologi *digital* memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan pelaku usaha.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi pengembangan UMKM adalah kesenjangan gender. Wanita seringkali menghadapi akses yang lebih terbatas terhadap sumber daya dan peluang ekonomi, padahal di sisi lain jumlah wanita mendominasi dibandingkan laki-laki dalam hal proporsi. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa profesi di bidang tenaga usaha penjualan juga menunjukkan lebih tingginya proporsi pekerja wanita daripada laki-laki pada tahun 2022, yaitu sebesar 54,71 persen dan hanya sebanyak 45,29 persen untuk pekerja tenaga usaha penjualan berjenis kelamin laki-laki. Selain itu, terdapat fakta menarik bahwa tingkat kematian yang disebabkan oleh fenomena *valley of death* (lembah kematian) pada UMKM terutama pada tiga tahun operasinya cukup tinggi sehingga kondisi ini menjadi perhatian bagi UMKM untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi fenomena tersebut (Haryati, 2023).

Pemanfaatan *digital marketing* dapat menjadi solusi strategis dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Melalui *platform* seperti media sosial, *marketplace*, dan website, produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas (Oktiani dan Gunawibawa, 2021). Kemampuan wanita dalam menggunakan teknologi digital juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan pemberdayaan wanita secara sosial dan ekonomi (Suarmini, *et al.*, 2018).

UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi (Euis, 2017). Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (KUKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99 persen dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97 persen kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1 persen. Keberadaan UMKM tersebar pada seluruh provinsi yang ada di Indonesia, termasuk Provinsi Lampung. Jumlah UMKM pada Provinsi Lampung tahun 2019-2021 menurut Provinsi Lampung Dalam Angka 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah UMKM di Provinsi Lampung tahun 2019-2021

No	Kabupaten/Kota	2019	2020	2021
1	Lampung Barat	1.221	354	1.747
2	Tanggamus	5.220	186	186
3	Lampung Selatan	415	179	179
4	Lampung Timur	41.327	511	547
5	Lampung Tengah	1.327	796	796
6	Lampung Utara	11.360	364	457
7	Way Kanan	12.308	840	840
8	Tulang Bawang	944	23	23
9	Pesawaran	2.040	701	701
10	Pringsewu	6.919	373	1.933
11	Mesuji	3.144	292	292
12	Tulang Bawang Barat	3.084	482	482
13	Pesisir Barat	2.245	68	429
14	Bandar Lampung	10.572	118.533	118.533
15	Metro	8.233	23.854	23.854

Sumber: Dinas Koperasi dan UKM kabupaten/kota tahun 2019
Online Data Dos (ODS) Tahun 2020–2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Provinsi Lampung sejak tahun 2019-2021 mengalami peningkatan dan juga penurunan, seperti pada tahun 2019 jumlah UMKM mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Sementara itu, pada tahun 2020 dan 2021 jumlah UMKM terus meningkat. Menurut data Sistem Informasi Data Tunggal (SIDT) dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah RI, pada tahun 2023 jumlah UMKM di Provinsi Lampung mencapai 492.986 unit, mencakup usaha mikro, kecil, dan menengah.

Kabupaten Pesawaran adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Lampung. Jumlah UMKM di Kabupaten Pesawaran mengalami peningkatan signifikan, dari 701 unit pada tahun sebelumnya menjadi 3.084 unit saat ini. Peningkatan ini terus berlanjut di tahun 2024, didorong oleh berbagai program pembinaan dan akses keuangan. Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Pesawaran, usaha mikro mendominasi sektor UMKM, baik dari segi jumlah unit maupun kontribusi terhadap ekonomi daerah. Peningkatan yang sangat signifikan ini tidak hanya mencerminkan pertumbuhan yang pesat, tetapi juga menunjukkan bahwa sektor usaha mikro telah menjadi pilar utama dalam perekonomian. Di berbagai daerah, kelompok-kelompok masyarakat, termasuk wanita, semakin diakui kontribusinya dalam pengembangan usaha. Wirausaha wanita memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam pengembangan usaha mikro dan pertumbuhan ekonomi. Bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti warung makan, toko kecil, pengolahan makanan serta industri kerajinan yang digeluti oleh wanita pada sektor usaha mikro, karena usaha tersebut dapat dilakukan di sekitar rumah sehingga tidak melupakan perannya sebagai ibu rumah tangga. Meskipun awalnya usaha mikro yang dilakukan wanita lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, tetapi bisa menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh (Indiwo, 2016).

Kabupaten Pesawaran adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Lampung yang memiliki pelaku usaha mikro dan pelaku usaha mikronya

didominasi oleh para wanita. Menurut data dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Tenaga Kerja Kabupaten Pesawaran diketahui bahwa jumlah pelaku usaha wanita adalah sebanyak 62 persen. Berikut sebaran UMKM yang ada di Kabupaten Pesawaran.

Tabel 2. Sebaran pelaku usaha UMKM Kabupaten Pesawaran

No	Nama Kecamatan	UMKM Per-Kecamatan
1.	Gedong Tataan	325
2.	Tegineneng	599
3.	Negeri Katon	126
4.	Kedondong	572
5.	Way Lima	194
6.	Way Khilau	135
7.	Punduh Pedada	274
8.	Marga Punduh	437
9.	Padang Cermin	142
10.	Teluk Pandan	122
11.	Way Ratai	158
Total seluruh UMKM Kabupaten Pesawaran		3.084

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Kecil, Menengah dan Tenaga Kerja Kabupaten Pesawaran

Tabel 2 menunjukkan bahwa sebaran usaha di Kabupaten sangat variatif dimulai dari terendah Teluk Pandan, dan diikuti terbanyak sekecamatan adalah di Tegineneng. Data ini memberikan gambaran yang jelas tentang distribusi di setiap kecamatan, yang dapat menjadi dasar untuk mengembangkan kebijakan ekonomi dan sosial di tingkat daerah serta untuk memperkuat sektor usaha di wilayah tersebut. Semakin adanya perkembangan pada UMKM khususnya jumlah usaha mikro, tentu akan mengarahkan pada perkembangan pesat yang ada di pelaku usaha.

Kabupaten Pesawaran memiliki potensi besar dalam sektor pertanian dan usaha mikro. Wilayah ini didominasi oleh masyarakat yang menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian dan agribisnis, terutama melalui produk-produk pertanian. Seiring dengan perkembangan zaman, pemberdayaan ekonomi di pedesaan menjadi salah satu prioritas pembangunan, terutama bagi kelompok masyarakat yang lebih rentan secara ekonomi, seperti wanita. Banyak wanita yang menjalankan diversifikasi usaha seperti produksi

kerajinan tangan, makanan olahan, dan jasa yang berkembang menjadi usaha baik mikro, kecil atau menengah. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga tetapi juga memperkuat ekonomi desa secara keseluruhan (Ramadina, *et al.*, 2023).

Usaha mikro di Kabupaten Pesawaran telah menjadi wadah bagi wanita untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan usaha, mulai dari produksi hingga pemasaran produk. Namun, tantangan utama yang dihadapi ini adalah keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas dan persaingan yang semakin ketat di era *digital*. Penggunaan metode pemasaran konvensional sering kali membuat mereka sulit bersaing dengan produk-produk yang telah memanfaatkan teknologi dan pemasaran *digital*. Adanya kondisi yang menunjukkan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi, *digital marketing* menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan akses pasar bagi UMKM. Pemanfaatan teknologi *digital* memungkinkan para pelaku usaha, untuk memperluas jaringan pemasaran produk, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga ke pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional. Pakar administrasi bisnis Universitas Telkom Aditya Wardhana mengungkapkan implementasi pemasaran *digital* berdampak hingga 78 persen terhadap keunggulan bersaing UMKM dalam memasarkan produk. Selain itu, *Digital marketing* juga memungkinkan efisiensi dalam proses promosi, dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional.

Peluang untuk memanfaatkan *digital marketing* memang cukup besar, namun jumlah usaha yang masuk ke dalam ekosistem *digital* baru sebanyak 24 juta atau hanya sekitar 36,3 persen. Ini tentu angka yang masih terbilang sedikit dan harus terus ditingkatkan dari waktu ke waktu. Selain itu, masih banyak pelaku usaha di desa, terutama wanita, yang belum sepenuhnya menguasai teknologi ini. Keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap pelatihan *digital marketing* menjadi hambatan utama bagi pelaku usaha wanita ini untuk dapat bersaing di era *digital*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk menganalisis penelitian ini dengan judul “Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) pada Usaha Mikro oleh Pelaku Usaha Wanita di Kabupaten Pesawaran”.

Penelitian ini juga akan mengeksplorasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pelaku usaha wanita dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk-produk pertanian lokal, serta dampak yang ditimbulkan terhadap kesejahteraan ekonomi keluarganya.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelaku usaha mikro dalam pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran?
3. Tingkat pemanfaatan TI apa saja yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha mikro di Kabupaten Pesawaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran.
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha mikro dalam pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran.
3. Menganalisis tingkat pemanfaatan TI yang berpengaruh dalam pendapatan pelaku usaha mikro di Kabupaten Pesawaran.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya :

1. Memberikan gambaran mengenai sejauh mana pelaku usaha wanita dalam penggunaan teknologi *digital*, sehingga program pengembangan usaha mikro dapat lebih terarah dan efektif.

2. Mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan pelaku usaha mikro melalui *digital marketing*, sehingga intervensi yang lebih tepat dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas pelaku usaha.
3. Memberikan informasi tentang sejauh mana penerapan *digital marketing* telah meningkatkan kemampuan ekonomi usaha mikro, yang dapat dijadikan landasan untuk menyusun kebijakan atau strategi peningkatan lebih lanjut.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teknologi Informasi (TI)

Kata teknologi berasal dari bahasa Yunani, *technologia*, *techne* yang berarti “keahlian” dan *logia* yang berarti “pengetahuan”. Teknologi Informasi (TI) merupakan suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Peran yang dapat diberikan oleh penerapan teknologi informasi ini adalah mendapatkan informasi untuk kehidupan pribadi seperti informasi tentang kesehatan, hobi, rekreasi, dan rohani. Kemudian untuk profesi seperti *sains*, teknologi, perdagangan, berita bisnis, dan asosiasi profesi (Cholik, 2021).

Menurut Setiawan, dkk (2024), TI mencakup semua teknologi yang berhubungan dengan pengambilan, pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penyebaran, pemindahan dan penyajian informasi yaitu semua perangkat keras, perangkat lunak, kandungan isi, dan infrastruktur komputer maupun komunikasi. TI menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi berupa data, suara, dan video. Contoh dari teknologi informasi bukan hanya berupa komputer pribadi, tetapi juga telepon, TV, peralatan rumah tangga elektronik, dan peranti genggam *modern* (misalnya ponsel). Adanya media teknologi seperti *smartphone*, laptop dan aplikasi yang menunjang kegiatan sehingga

proses input dan proses data tidak perlu dilakukan secara manual serta terotomisasi. Contoh sistem informasi dalam kehidupan sehari-hari seperti *e-commerce*, *e-learning*, *e-banking*, dan lainnya.

Saat ini kebutuhan akan teknologi, baik itu teknologi informasi maupun telekomunikasi sangat tinggi dari mulai golongan menengah ke bawah dan golongan menengah ke atas. Cholik (2021) juga menyebutkan bahwa semua individu sangat membutuhkan teknologi untuk mempercepat perkembangan atau meningkatkan pembangunan baik pembangunan individu maupun kelompok. Teknologi informasi berkembang pesat dan sering mengalami perubahan cepat, memberikan manfaat besar bagi organisasi dan individu. Bagi organisasi, teknologi informasi membantu mencapai keunggulan kompetitif, sementara bagi individu, teknologi mendukung kepentingan pribadi, seperti mencari pekerjaan.

Berdasarkan pengertian TI di atas dapat disimpulkan bahwa TI adalah teknologi yang digunakan untuk mengolah data menjadi informasi yang berguna, akurat, dan tepat waktu, yang mendukung berbagai kebutuhan pribadi, bisnis, pemerintahan, dan lain sebagainya. TI melibatkan perangkat keras, perangkat lunak, dan infrastruktur yang menghubungkan komputer dan komunikasi, serta memudahkan pengolahan data secara otomatis yang membantu mempercepat proses dan mempermudah aktivitas sehari-hari.

TI dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang di kehidupan ini seperti bidang kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lain sebagainya. Bidang ekonomi merupakan salah satu bidang yang dominan dalam pemanfaatan TI. Pada dunia bisnis, teknologi informasi sangat penting untuk kemajuan dan kelangsungan usaha. Pemanfaatan teknologi *digital* memungkinkan para pelaku usaha, untuk memperluas jaringan pemasaran produk, tidak hanya di tingkat lokal tetapi juga ke pasar yang lebih luas, baik regional maupun nasional. Pakar administrasi

bisnis Universitas Telkom Aditya Wardhana mengungkapkan implementasi pemasaran *digital* berdampak hingga 78 persen terhadap keunggulan bersaing dalam memasarkan produk. Berikut adalah beberapa manfaat teknologi informasi dalam bisnis:

- a. Munculnya peluang bisnis baru (*E-business*), seperti penggunaan *Google* yang menghasilkan keuntungan besar melalui pencarian *online*.
- b. Pengurangan biaya produksi dan operasional, yang memungkinkan perusahaan menghasilkan lebih banyak dengan pengeluaran yang lebih sedikit.
- c. Mempermudah komunikasi dan monitoring karyawan, melalui *teleconference* yang lebih praktis daripada pertemuan fisik.
- d. Akses dan penyebaran informasi yang cepat, memungkinkan informasi tersebar luas melalui internet lebih efisien dibandingkan dengan metode tradisional seperti *fax* atau pos.
- e. Komunikasi yang cepat, melalui email, chat, dan video yang mempercepat interaksi antar individu.

Pemanfaatan TI pada bidang ekonomi beragam jenisnya, salah satunya adalah *Digital Marketing*. Pada era digital sekarang ini banyak orang yang telah menggunakan laptop, tablet, dan ponsel untuk melakukan berbagai hal seperti menjual ataupun membeli produk melalui media internet. Media internet yang mudah diakses, seperti membuat situs web *eCommerce* atau toko *online* menjadi salah satu cara yang efektif untuk terhubung dengan konsumen pada skala yang lebih luas.

Bagi masyarakat yang utamanya bergerak di bidang bisnis pastinya dapat memperluas jangkauan pasar melalui *digital marketing*. Dengan *digital marketing*, komunikasi dan transaksi dapat dilakukan di setiap waktu dan meluas atau mendunia. Strategi *digital marketing* akan lebih memungkinkan konsumen memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan jasa, sekaligus dapat bertransaksi melalui internet. *Digital marketing* merupakan kegiatan promosi dan pencarian

pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya seperti jejaring sosial dan *platform* penjualan produk atau jasa *online*. Umumnya akan berupa pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen (Purwana dan Dedi, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian Pradiani (2017) yang menyebutkan bahwa *digital marketing* akan memudahkan promosi dan transaksi dapat dilakukan secara luas atau mendunia. Jumlah pengguna internet, khususnya yang berbasis chat semakin hari semakin bertambah. Sehingga hal tersebut dinilai akan membuka peluang terutama bagi bisnis untuk meningkatkan perkembangan pasarnya melalui *smartphone*.

2.1.2 Sektor Ekonomi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sektor adalah lingkungan suatu usaha resmi yang dapat menampung tenaga kerja, sedangkan ekonomi diartikan sebagai ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan). Sehingga jika digabungkan maka sektor ekonomi diartikan sebagai lingkungan usaha resmi yang berhubungan dengan kegiatan produksi, distribusi, dan pemakaian barang atau kekayaan, yang melibatkan tenaga kerja dan mencakup berbagai bidang seperti keuangan, perindustrian, dan perdagangan. Menurut Sudrajat, dkk (2024) sistem ekonomi merupakan suatu cara yang diambil dalam rangka mengatur sekaligus mengorganisasikan semua kegiatan ekonomi, baik ekonomi negara, keluarga atau swasta. Aktivitas ekonomi tersebut berupa kegiatan produksi, kegiatan konsumsi, dan distribusi yang dilaksanakan memakai prinsip sosial, syarat ekonomi, serta asal daya yang tidak sama.

Sektor ekonomi merupakan bagian dari sistem ekonomi yang terdiri dari berbagai aktivitas produksi dan distribusi barang serta jasa. Menurut Suparmono (2018) kegiatan utama dalam sektor ekonomi ada

tiga, yaitu produksi, konsumsi, dan distribusi. Produksi merupakan suatu proses kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa (*output*) dengan menggunakan satu set faktor produksi (*input*). Konsumsi merupakan suatu kegiatan untuk menghabiskan fungsi dari suatu barang ataupun jasa. Sedangkan distribusi merupakan suatu kegiatan penyaluran atau penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, atau sebaliknya. Secara garis besar, organisasi ekonomi dapat dibedakan menjadi empat bentuk, yaitu perekonomian tradisional (subsisten), perekonomian pasar, perekonomian perencanaan, dan perekonomian campuran. Dalam kenyataannya, jarang ada negara yang menerapkan sistem organisasi ekonomi tersebut secara murni, yang ada adalah kombinasi dari keempat jenis organisasi ekonomi tersebut.

Perekonomian menurut lapangan usaha atau sektor ekonomi terdiri atas sembilan sektor yaitu pertanian, pertambangan dan penggalan, industri pengolahan, listrik, gas dan air bersih, konstruksi/bangunan, perdagangan, hotel dan restoran, pengangkutan dan komunikasi, keuangan persewaan dan jasa perusahaan, jasa. (BPS Menurut Lapangan Usaha). Dalam kegiatan manusia, teknologi informasi memiliki peranan yang sangat penting. Teknologi informasi dapat menjadi fasilitator pokok dapat aktivitas bisnis serta dapat memberikan bantuan yang besar terhadap perubahan dasar bagi susunan, pengoperasian serta manajerial perusahaan.

Sektor ekonomi yang akan dibahas pada penelitian ini adalah bagian perdagangan khususnya pada Usaha. Menurut data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, jumlah usaha mikro di Indonesia mencapai sekitar 4,18 juta unit, sementara usaha kecil tercatat sebanyak 319.456 unit. Usaha mikro mendominasi struktur ekonomi nasional, mencakup lebih dari 98% dari total unit usaha non-pertanian. Usaha mikro memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi usaha mikro terhadap PDB Nasional sebesar 55 hingga 58

persen. Ini menunjukkan bahwa usaha mikro yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian. Usaha mikro yang ada di Indonesia, sebagian besar merupakan kegiatan usaha rumah tangga yang dapat menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, terdapat 65,4 juta yang dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 123,3 ribu.

2.1.3 Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan salah satu bidang yang berkontribusi secara signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal tersebut karena usaha mikro yang menjadi salah satu bagian dari UMKM berperan penting dalam menjadi wadah bagi angkatan kerja, terutama angkatan kerja muda yang masih belum berpengalaman atau angkatan kerja yang pertama kali masuk dunia kerja. Statistik pekerja Indonesia menunjukkan bahwa tenaga kerja Indonesia yang bekerja di bidang usaha adalah sebanyak 99,5 % (Kurniawan, 2009). Usaha mikro adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM), Usaha mikro diartikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah ini. Menurut Pasal 35 hingga Pasal 36 Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang kriteria UMKM yang baru. Berdasarkan pasal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan usaha mikro yang

didirikan setelah PP UMKM berlaku. Kriteria modal usaha mikro adalah memiliki modal usaha nol sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

Upaya peningkatan kontribusi usaha mikro terhadap pendapatan nasional harus terus ditingkatkan. Sebagai sektor yang berperan dalam membuka lapangan kerja bagi angkatan kerja di Indonesia, usaha mikro memiliki posisi penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM, pada PDB kontribusi usaha mikro mencakup lebih dari 98 persen dari total unit usaha UMKM, dapat diperkirakan bahwa kontribusinya terhadap PDB berada di kisaran 55–58 persen dari total kontribusi UMKM sebesar 61 persen atau sekitar Rp9.580 triliun pada tahun 2023. Hal tersebut ditunjukkan dengan pertumbuhan positif yang dicapai oleh UMKM pada saat-saat krisis. Terdapat beberapa faktor yang dapat menghambat perkembangan usaha mikro, salah satunya adalah seperti kurangnya modal dan kemampuan manajerial yang rendah. Meski permintaan atas usaha mikro meningkat, tetapi karena terkendala dana maka tak jarang usaha mikro tidak mampu untuk memenuhi permintaan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan untuk mendapatkan informasi tentang tata cara mendapatkan dana dan keterbatasan kemampuan dalam membuat usulan untuk mendapatkan dana tersebut.

Menurut Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha berarti “Setiap orang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun badan usaha yang didirikan dan bukan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Dalam penjelasannya menyatakan bahwa pelaku usaha yang termaksud dalam pengertian ini

adalah perusahaan, koperasi, BUMN, korporasi, importer, pedagang, distributor, dan lain sebagainya. Umumnya pelaku usaha juga sering kali disebut dengan produsen. Kata “produsen” merupakan lawan dari kata “konsumen”. Kata “pelaku usaha” digunakan agar memiliki makna yang lebih luas. Istilah lain yang memiliki arti yang sama yaitu kata kreditur (penyedia dana), produsen, penyalur, penjual, dan lain sebagainya. Pada kasus-kasus tertentu, contohnya dalam kasus periklanan, pelaku usaha mencakup perusahaan media, tempat iklan ditayangkan, dan lain-lain.

Pelaku usaha pada penelitian ini merupakan pelaku usaha dari usaha mikro yang tersebar di daerah Kabupaten Pesawaran, para pelaku usaha mikro ini seluruhnya adalah seorang wanita. Wirausaha wanita memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam pengembangan usaha mikro dan pertumbuhan ekonomi. Bidang perdagangan dan industri pengolahan seperti warung makan, toko kecil, pengolahan makanan serta industri kerajinan yang digeluti oleh wanita pada sektor usaha mikro, karena usaha tersebut dapat dilakukan di sekitar rumah sehingga tidak melupakan perannya sebagai ibu rumah tangga. Meskipun awalnya usaha mikro yang dilakukan wanita lebih banyak sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu suami dan untuk menambah pendapatan rumah tangga, tetapi bisa menjadi sumber pendapatan rumah tangga utama apabila dikerjakan dengan sungguh-sungguh (Indiwo, 2016).

2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha

Menurut Pasal 1 Angka 3 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha berarti “setiap orang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun badan usaha yang didirikan dan bukan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Terdapat beberapa faktor yang

dapat mempengaruhi pelaku usaha meliputi tingkat pendidikan formal, pengalaman berusaha, motivasi, fasilitas atau ketersediaan infrastruktur, lokasi usaha, pelatihan TI, loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), umur pelaku usaha, kualitas sarana TI, dan dukungan dari *stakeholders*

Tingkat pendidikan formal. Pendidikan formal merupakan pendidikan yang dilakukan melalui jalur pendidikan di sekolah-sekolah. Jalur ini memiliki jenjang pendidikan yang runtut dan jelas. Pendidikan formal, dimulai dari pendidikan dasar, berlanjut ke menengah hingga pendidikan tinggi (Syaadah, dkk. 2022). Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2003, pendidikan formal merupakan pendidikan yang diselenggarakan di sekolah-sekolah pada umumnya. Pendidikan formal didefinisikan sebagai jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pendidikan formal dapat dilihat dari beberapa indikator berikut, yakni Angka Partisipasi Kasar (APK) SD Sederajat, SMP Sederajat, SMA/SMK Sederajat, serta PT 19-23 tahun dan PT 19-24 tahun. Penelitian Buulolo dan Buulolo, A (2023) menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terhadap pelaku usaha berpengaruh positif dan signifikan. Tingkat pendidikan dalam usaha mikro sering kali menjadi faktor penting dalam kesuksesan dan pertumbuhan usaha. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi dapat berkontribusi pada kemampuan manajerial yang lebih baik dalam mengelola usaha. Pemilik atau pengelola usaha yang memiliki pendidikan formal yang lebih tinggi cenderung memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam aspek bisnis perencanaan strategis, manajemen keuangan, pemasaran, dan operasi.

Definisi pendidikan formal pada penelitian ini mengacu pada Undang-Undang No 20 Tahun 2003, yakni pendidikan yang berjenjang dan

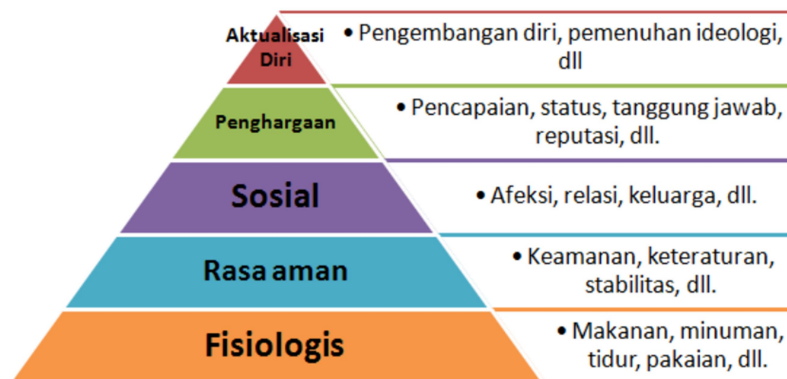
terstruktur yang responden ikuti sampai dengan penelitian ini dilakukan, dengan indikator ijazah pendidikan formal terakhir yang dimiliki oleh responden. Pendidikan yang lebih tinggi sering kali berkorelasi dengan kemampuan untuk memahami manajemen usaha, pemasaran, dan keuangan. Pelaku yang berpendidikan baik cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan mampu memanfaatkan teknologi informasi dalam menjalankan usahanya. Sebaliknya, pelaku dengan pendidikan rendah mungkin kesulitan dalam mengelola usaha secara efektif, yang dapat mengakibatkan keputusan yang kurang tepat dan terbatasnya pertumbuhan usaha.

Lama berusaha, menurut Almaidah dan Enderwati (2019), lama usaha tidak hanya menyangkut kurun waktu yang dijalani dalam kegiatan usaha, tetapi juga memperhitungkan tingkat efisiensi dalam pencapaian tujuan. Semakin berpengalaman seseorang dalam menjalankan usahanya maka akan semakin bertambah pengetahuan, keterampilannya dan membentuk sikap dalam kegiatannya. Durasi bisnis adalah lamanya perusahaan didirikan atau usia perusahaan ketika penulis melakukan penelitian ini hingga bisnis tersebut didirikan (Sholeh, Maslichah dan Sudaryanti, 2020). Menurut Handayani, Kaukab, dan Yuwono (2020) lama usaha merupakan pembelajaran dari apa yang telah diperoleh pelaku usaha atas kegiatan usaha yang dijalankan. Pemilik usaha akan membutuhkan informasi yang lebih banyak untuk disiapkan dan digunakan dalam pengambilan keputusan yang dimiliki oleh seorang pelaku usaha dalam operasional perusahaan yang sudah dijalankan

Definisi lama berusaha pada penelitian ini merujuk pada Sholeh, Maslichah dan Sudaryanti (2020), yakni suatu ukuran yang menunjukkan lamanya responden yang bekerja sebagai pelaku usaha. Pengalaman ini dapat mempengaruhi akselerasi digital, pelaku usaha yang telah lama berkecimpung dalam bisnis mereka memiliki tantangan tersendiri dalam mengadopsi teknologi baru karena keterikatan dengan

metode yang sudah ada dan resistensi terhadap perubahan. Namun mereka juga dapat memiliki pengetahuan dan pengalaman yang berbeda dan dapat mereka terapkan dalam konteks pemasaran mereka. Indikator lama usaha ini dilihat dari jangka waktu mulai usaha (Tahun) hingga penelitian dilakukan.

Motivasi berusaha, Andjarwati (2015) menyebutkan bahwa terdapat empat teori tentang motivasi meliputi Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland. Hierarki kebutuhan Maslow adalah teori psikologi yang diperkenalkan oleh Abraham Maslow dalam makalahnya, "*A Theory of Human Motivation*", di *Psychological Review* pada tahun 1943. Maslow menyatakan bahwa orang termotivasi karena kebutuhan yang tidak terpenuhi berdasarkan urutan kadar kepentingannya dari urutan yang paling rendah hingga ke urutan yang lebih tinggi. Hirarki kelima Kebutuhan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Teori hirarki kebutuhan maslow

Teori Dua Faktor Herzberg adalah teori motivasi yang dipaparkan oleh Frederick Herzberg, teori ini didapat dari penelitian terhadap 203 akuntan dan teknisi di area Pittsburgh, Amerika Serikat. Dari hasil penelitian telah ditemukan dua faktor yang berbeda yaitu kepuasan dan ketidakpuasan dalam bekerja. Kepuasan bekerja, yaitu faktor yang

berkaitan dengan pengakuan, prestasi, tanggung jawab yang memberikan kepuasan positif (faktor motivator). Ketidakpuasan bekerja, yaitu faktor yang berkaitan dengan gaji, keamanan bekerja dan lingkungan kerja yang seringkali memberikan ketidakpuasan (faktor *Hygiene*). Jika kita ingin memotivasi orang atas pekerjaan mereka Herzberg menyarankan penekanan pada faktor-faktor yang berhubungan dengan pekerjaan itu sendiri, atau dengan hasil yang secara langsung dapat diperoleh dari pekerjaannya.

Teori X Y Mc Gregor adalah teori yang sesuai dengan teori Maslow aktualisasi diri sesuai dengan tingkat motivasi. Teori ini didasarkan pada asumsi bahwa pengarahan diri, pengendalian diri dan kematangan faktor higiene. Sistem Penghargaan harus sesuai dengan faktor intrinsik bila ingin memotivasi para pekerja. Teori yang keempat adalah Teori Motivasi Prestasi McClelland, teori ini menyatakan ketika seseorang mempunyai kebutuhan yang kuat, dampaknya adalah memotivasi seseorang untuk menggunakan perilaku yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan untuk kepuasan. Menurut McClelland terdapat tiga motivasi yang menentukan tingkah laku manusia, yaitu *Achievement Motivation*, motif yang mendorong serta menggerakkan seseorang untuk berprestasi dengan selalu menunjukkan peningkatan ke arah standard excellence. *Affiliation motivation*, motif yang menyebabkan seseorang mempunyai keinginan untuk berada bersama-sama dengan orang lain, mempunyai hubungan afeksi yang hangat dengan orang lain, atau selalu bergabung dengan kelompok bersama-sama orang lain. *Power motivation*, motif yang mendorong seseorang untuk bertingkah laku sedemikian rupa sehingga mampu memberi pengaruh kepada orang lain.

Motivasi merupakan kekuatan internal yang menyebabkan seseorang melakukan suatu tindakan. Motivasi dapat mengetahui perilaku serta keinginan yang sesuai dengan budaya setiap individu (Putri, Gitosaputro, dan Syarief, 2020). Menurut Syarief, Rangga, dan

Hasanudin (2022) Motivasi adalah alasan yang mendorong seseorang untuk menggunakan media internet sebagai sumber informasi dalam ranah pencarian informasi dan pengembangan wawasannya. Motivasi berperan penting dalam kesuksesan usaha kolektif.

Definisi motivasi pada penelitian ini merujuk pada Teori Motivasi Prestasi McClelland, yakni kebutuhan yang kuat dari pelaku usaha yang memotivasinya untuk menggunakan perilaku yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan untuk kepuasannya. Hal ini merujuk pada *Three Need Theory* yang dikemukakan oleh David McClelland, yakni terdapat tiga kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan berprestasi (keinginan untuk melakukan sesuatu lebih baik dibandingkan sebelumnya), kebutuhan untuk berkuasa (kebutuhan untuk lebih kuat, lebih berpengaruh terhadap orang lain), kebutuhan afiliasi (kebutuhan untuk disukai, mengembangkan, atau memelihara persahabatan dengan orang lain). Motivasi yang tinggi dapat meningkatkan partisipasi, kolaborasi, dan semangat dalam menjalankan usaha bersama. Jika pelaku usaha memiliki visi dan tujuan yang jelas, mereka akan lebih termotivasi untuk bekerja sama, berbagi pengetahuan, dan berinovasi. Selain itu, dukungan emosional dan sosial antar anggota juga dapat menciptakan lingkungan yang positif, meningkatkan keberhasilan usaha bersama.

Fasilitas atau Ketersediaan Infrastruktur, Alfesi (2019) menyatakan bahwa ketersediaan infrastruktur adalah suatu sarana yang dapat diandalkan keakuratan penggunaannya dalam suatu usaha.

Ketersediaan ini berupa fasilitas yang mendukung distribusi produk, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan aksesibilitas pasar. Infrastruktur yang memadai, seperti jalan, transportasi, dan akses internet, sangat penting bagi kelancaran operasional usaha. Ketika infrastruktur buruk, pelaku usaha mungkin menghadapi kesulitan dalam menjangkau pelanggan, yang bisa menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu ketersediaan infrastruktur sangat penting bagi keberlangsungan usaha.

Penelitian Dewi (2023) menyatakan bahwa variabel ketersediaan infrastruktur berpengaruh terhadap penentuan lokasi usaha. Hal tersebut dikarenakan pemilihan lokasi usaha jasa memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap tersedianya fasilitas. Suasih, Wijaya dan Yudha (2022) menyebutkan bahwa variabel infrastruktur digital merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap transformasi digital usaha, baik pada pengaruh langsung antar variabel maupun setelah interaksi secara tidak langsung. Dalam transformasi digital, tentunya diawali oleh ketersediaan infrastruktur digital yang akan dimanfaatkan oleh pelaku usaha kelangsungan usahanya karena ini akan menghambat jalannya usaha.

Definisi ketersediaan infrastruktur pada penelitian ini merujuk pada Alfesi (2019), yakni ketersediaan infrastruktur adalah suatu sarana yang dapat diandalkan keakuratan penggunaannya dalam suatu usaha. Indikator yang dapat digunakan adalah infrastruktur seperti jalan, transportasi, dan akses internet yang tentu sangat penting bagi kelancaran operasional usaha.

Faktor-faktor ini secara keseluruhan saling berinteraksi dan mempengaruhi kinerja serta keberlanjutan usaha, sehingga pemahaman yang baik terhadap masing-masing faktor menjadi penting untuk pengembangan usaha yang sukses. Selain dari itu, Umiyati dan Achmad (2021) juga menjabarkan beberapa faktor lainnya yang dapat mempengaruhi pelaku usaha meliputi lokasi usaha, pelatihan IT, loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), dan umur. Faktor lainnya menurut Firman (2024) adalah kualitas sarana IT, dan dukungan dari *stakeholders*.

Lokasi Usaha, dalam dunia bisnis pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan sebuah usaha. Lokasi usaha yang strategis dan dekat dengan pusat keramaian merupakan suatu modal atau nilai tambah dalam suatu usaha (Umiyati dan

Achmad, 2021). Lokasi Usaha merupakan tempat untuk melakukan suatu usaha, semua aktivitas seperti penyediaan bahan baku hingga penjualan ke konsumen (Syahputra, Ervina, dan Melisa. 2022).

Penelitian Ayuningtyas, Farida, dan Saputra (2024) menyebutkan bahwa lokasi usaha adalah tempat usaha dimana mulai dari pengadaan bahan baku hingga menjual produk kepada pelanggan, perkembangan usaha dan pendapatan akan sangat didukung dengan pemilihan tempat yang tepat. Indikator lokasi usaha menurut Pratiwi (2019) terdiri dari empat indikator yaitu tempat strategis dan nyaman, tempat mudah diakses, tempat mudah terlihat dan tempat usaha di keramaian.

Definisi lokasi usaha pada penelitian ini merujuk pada Syahputra, Ervina, dan Melisa (2022), yakni suatu tempat dimana usaha dijalankan agar produk dari suatu usaha tersebut dapat dipasarkan pada konsumen. Lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis, seperti dekat dengan pusat pasar atau area ramai, dapat meningkatkan aksesibilitas pelanggan dan potensi penjualan. Selain itu, lokasi juga mempengaruhi biaya operasional, seperti sewa tempat dan transportasi (jasa pengiriman). Lokasi yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Di sisi lain, lokasi yang kurang strategis dapat membatasi potensi pasar dan mengurangi daya saing usaha.

Pelatihan teknologi informasi, pelatihan merupakan upaya yang sistematis dan terencana untuk mengubah atau mengembangkan pengetahuan/keterampilan/sikap melalui pengalaman belajar dalam rangka meningkatkan efektivitas kinerja kegiatan atau berbagai kegiatan. Pelatihan sangat erat kaitannya dengan manajemen sumber daya manusia (SDM) yang memiliki aspek perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, dan evaluasi (Sanggarwati, Nugraha, dan Waloejo, 2023). Pelatihan juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan

pegawai dalam pekerjaan yang biasa dilakukan sehari-hari (Bariqi, 2018).

Definisi pelatihan pada penelitian ini merujuk pada penelitian Umiyati dan Achmad (2021) yakni, pelatihan sebagai kegiatan pembelajaran diluar bangku sekolah (proses terencana untuk memodifikasi sikap atau perilaku pengetahuan, keterampilan melalui pengalaman belajar) terkait pemanfaatan TI. Pelatihan yang diberikan kepada pelaku usaha sangat penting untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Program pelatihan yang efektif dapat membantu pelaku memahami manajemen usaha, pemasaran, keuangan, dan teknologi terbaru. Pelaku usaha dengan keterampilan yang lebih baik dapat mengelola usaha mereka dengan lebih efisien dan inovatif. Pelatihan juga dapat meningkatkan kepercayaan diri pelaku, memungkinkan mereka untuk mengambil risiko yang lebih terukur dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*), menurut Tripayana dan Pramono (2020), loyalitas pelanggan digambarkan sebagai komitmen yang kuat dari pelanggan untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk. Indikator dari loyalitas pelanggan ini dapat dilihat pada empat indikator yakni, kesetiaan dengan produk, pelanggan merekomendasikan produk, kualitas produk sesuai keinginan pelanggan, dan kepuasan pelanggan dengan produk. Bentuk kesetiaan pelanggan kepada sebuah produk atau perusahaan ini adalah karena perusahaan mampu memberikan pelayanan terbaik sehingga menghasilkan kepuasan dan *imej* positif dari benak pelanggan. Konsumen jenis ini tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi lebih jauh lagi sangat loyal terhadap produk dan merek perusahaan. Loyalitas pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi mempunyai

potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku (Hurryanti, 2005; Irwansyah dan Mappadeceng, 2018)

Definisi loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) pada penelitian ini merujuk pada penelitian Tripayana dan Pramono (2020) yakni, bentuk kesetiaan pelanggan kepada sebuah produk yang menghasilkan kepuasan. Indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu pembelian ulang dan kebiasaan mengkonsumsi merek dari usaha tersebut.

Umur pelaku usaha, Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) umur merupakan lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau diadakan). Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan umur sebagai waktu yang dihitung dalam tahun dengan pembulatan ke bawah atau sama dengan umur pada waktu ulang tahun yang terakhir. Umiyati dan Achmad (2021) menyebutkan bahwa umur sangat mempengaruhi kemampuan dalam melakukan kegiatan atau aktivitas seseorang, pelaku usaha yang muda lebih besar kemampuannya dalam mengadopsi teknologi digital ekonomi. Menurut Hardinah dan Setyowati (2022), umur merupakan gambaran karakteristik individu berdasarkan pengalamannya. Umur cenderung dikaitkan dengan penurunan kemampuan fisik, kesehatan, serta keterbukaan seseorang terhadap hal baru. Kategori umur menurut Depkes RI (2009) meliputi masa remaja akhir (17-25 th), masa dewasa awal (26-35 th), masa dewasa akhir (36-45 th), masa lansia awal (46-5 th), dan masa lansia akhir (56-65 th).

Definisi umur pada penelitian ini merujuk pada (KBBI), yakni umur adalah lama waktu hidup responden dari awal kelahiran sampai penelitian dilaksanakan dalam kategori tidak produktif hingga sangat produktif. Umur pelaku usaha dapat mempengaruhi perspektif dan pendekatan mereka terhadap usaha. Pelaku yang lebih berpengalaman mungkin memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik dalam menjalankan usaha, sedangkan pelaku yang lebih muda mungkin

membawa ide-ide baru dan inovatif. Namun, tidak jarang pelaku usaha yang lebih tua kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi baru. Oleh karena itu, keberagaman umur dalam sebuah usaha dapat membawa keuntungan dalam hal inovasi dan pengalaman.

Kualitas sarana TI, yakni merujuk pada tingkat baik buruknya alat teknologi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengakses dan memanfaatkan media sosial. Ini termasuk perangkat seperti *smartphone*, tablet, laptop, dan komputer desktop. Pramiana dan Suprpto (2024) menekankan pentingnya perangkat yang memadai untuk memastikan akses yang efektif dan optimal terhadap media sosial serta *platform digital* lainnya dalam aktivitas pemasaran usaha. Jenis perangkat yang digunakan pelaku usaha, seperti *smartphone*, tablet, atau komputer, berperan penting dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan operasional bisnis. Penggunaan perangkat yang tepat memungkinkan pelaku usaha untuk lebih efisien dalam mengelola bisnis mereka dan memaksimalkan peluang pasar melalui media sosial dan *e-commerce*. Menurut penelitian oleh Kurniawan (2020), akses yang terbatas terhadap infrastruktur digital dapat menjadi hambatan bagi usaha dalam memanfaatkan media sosial secara optimal.

Definisi kualitas sarana TI pada penelitian ini merujuk pada Pramiana dan Suprpto (2024) yakni, tingkat baik buruknya alat teknologi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengakses dan memanfaatkan media sosial seperti Jenis perangkat yang digunakan, koneksi internet, dan aplikasi yang *user-friendly*. Akses yang baik dan sarana penunjang yang efektif sangat penting untuk memastikan usaha dapat memanfaatkan media sosial secara maksimal dalam kegiatan pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Sarana penunjang akses media sosial, seperti koneksi internet yang stabil dan aplikasi yang *user-friendly*, sangat penting bagi pelaku usaha dalam menjalankan strategi pemasaran digital.

Dukungan dari *Stakeholder*, menurut Meidina dan Fitria (2018) dukungan *stakeholder* atau pemerintah merupakan berbagai upaya pemerintah untuk menjaga kestabilan ekonomi nasional. Upaya tersebut ditujukan untuk mewujudkan usaha agar mandiri, tangguh, dan berkembang. Dukungan diwujudkan melalui beberapa indikator seperti kemudahan terkait legalitas, perizinan, kebijakan, infrastruktur, pembinaan, dan kebijakan ekonomi lainnya. Penelitian Astuti, Effendi, dan Religia (2024) menunjukkan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh positif signifikan terhadap ketahanan bisnis pada pelaku UMKM. Dukungan pemerintah memiliki peran krusial dalam meningkatkan ketahanan bisnis, terutama bagi usaha yang seringkali rentan terhadap perubahan lingkungan eksternal.

Definisi dukungan dari *stakeholder* pada penelitian merujuk pada Meidina dan Fitria (2018) yakni, beragam upaya untuk menjaga kestabilan usaha yang meliputi program-program yang dicanangkan oleh pemerintah atau lembaga lain, seperti pelatihan, subsidi, atau fasilitas teknologi, yang dapat mendorong pelaku usaha untuk menggunakan TI. Dukungan ini memberikan kepercayaan dan sumber daya yang diperlukan untuk berinvestasi dalam teknologi.

2.1.5 Pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita

Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita merujuk pada penggunaan berbagai alat, aplikasi digital dan lain sebagainya untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses pasar bagi usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha.

Pemanfaatan TI dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, terutama dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks. Penelitian oleh Akhmad dan Purnomo (2021) menunjukkan bahwa salah satu dampak dari penggunaan teknologi informasi pada usaha adalah adanya peningkatan pendapatan.

Miati dan Sutapa (2019) menjabarkan indikator dari pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha yakni jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha mikro dan intensitas pemanfaatan media internet. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahmawati (2008) yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi adalah manfaat yang diharapkan oleh pengguna sistem informasi dalam melaksanakan tugasnya dimana pengukurannya berdasarkan pada jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan dan intensitas pemanfaatan media internet.

Jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha, yakni merujuk pada berapa banyak jenis aplikasi atau perangkat lunak yang diterapkan oleh pelaku usaha untuk mendukung kegiatan usaha mereka. Ini dapat mencakup aplikasi untuk manajemen inventaris, akuntansi, pemasaran, dan komunikasi. Diversifikasi penggunaan TI yakni pelaku usaha yang menggunakan banyak aplikasi menunjukkan diversifikasi dalam pendekatan mereka terhadap pemanfaatan TI. Hal ini dapat menciptakan sinergi di antara berbagai fungsi usaha, meningkatkan efisiensi operasional. Adaptasi terhadap kebutuhan yakni penggunaan berbagai aplikasi juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan perkembangan teknologi. Banyaknya aplikasi yang digunakan oleh pelaku usaha dapat lebih *fleksibel* dalam menghadapi perubahan dan tantangan.

Intensitas pemanfaatan media internet, yakni merujuk pada seberapa serius dan fokusnya teknologi informasi digunakan dalam operasional usaha. Intensitas penggunaan internet yang dimaksud adalah tingkat lamanya dan seringnya seseorang dalam melakukan kegiatan berinternet secara berulang-ulang, membentuk kebiasaan, dengan tujuan memenuhi kebutuhan mereka dan merasakan kepuasan. Ini mencakup berbagai aspek seperti penggunaan TI dalam proses produksi, pemasaran, pengelolaan keuangan, dan komunikasi. Bentuk

pemanfaatan yang tinggi menunjukkan bahwa pelaku usaha secara rutin memanfaatkan TI dalam kegiatan sehari-hari (Nurdianto, 2021).

Durasi penggunaan media internet, yakni mengacu pada bagaimana pelaku usaha menggunakan teknologi informasi dalam aktivitas sehari-hari usaha mereka. Ini mencakup penggunaan aplikasi, alat, dan sistem TI dalam menjalankan berbagai fungsi usaha. Durasi penggunaan internet merujuk pada lamanya waktu individu terhubung dengan jaringan internet dalam suatu periode tertentu. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016), mendefinisikan durasi sebagai lamanya sesuatu berlangsung, terutama yang berkaitan dengan waktu. Pada konteks digital, durasi ini mencerminkan frekuensi seseorang dalam beraktivitas di dunia maya seperti *browsing*, komunikasi, belajar daring, hingga hiburan. Survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika bersama *Katadata Insight Center* (2022) menemukan bahwa mayoritas generasi muda di Indonesia, khususnya *Gen Z* dan *Gen Y*, mengakses internet selama lebih dari enam jam per hari, sedangkan generasi yang lebih tua seperti *Gen X* dan *Boomers* berada di kisaran satu hingga dua jam per hari.

2.1.6 Tingkat pendapatan pelaku usaha

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tahun 2024 pendapatan merupakan hasil kerja (usaha atau sebagainya). Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2019), pendapatan adalah penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas normal perusahaan dan dapat berupa penjualan, bunga, dividen, royalti, maupun sewa. Harnanto (2019) menambahkan bahwa pendapatan merupakan hasil dari kegiatan operasional yang meningkatkan nilai aset perusahaan dan menurunkan kewajiban. Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019-2024 mendefinisikan pendapatan sebagai seseorang atau individu yang telah bekerja dengan mendapatkan gaji atau penghasilan selama jangka waktu tertentu baik berupa uang maupun barang. Menurut BPS (2024), golongan pendapatan penduduk dibedakan menjadi empat yaitu

golongan pendapatan sangat tinggi dengan rata-rata lebih dari Rp 3.500.000,00 per bulan, golongan pendapatan tinggi dengan rata-rata antara Rp 2.500.000,00 –Rp 3.500.000,00 per bulan, golongan pendapatan sedang dengan rata-rata antara Rp 1.500.000,00 -Rp 2.500.000,00 per bulan dan golongan pendapatan rendah dengan rata-rata kurang dari Rp 1.500.000,00 per bulan.

Definisi pendapatan pada penelitian ini mengacu pada BPS, yakni pendapatan merupakan total penerimaan atau hasil finansial yang diperoleh oleh seorang pelaku usaha dari aktivitas usahanya. Pendapatan dari usaha mikro adalah hasil dari berbagai keputusan dan tindakan yang diambil oleh pelaku usaha sepanjang usaha. Dalam rangka meningkatkan pendapatan, pelaku usaha perlu memahami, merencanakan, dan mengelola setiap aspek dari usaha mereka dengan cermat. Pendapatan ini berasal dari berbagai sumber yang terkait dengan proses usaha, mulai dari awal pembuatan produk hingga penjualan produk. Pendapatan pelaku usaha dapat bervariasi dari satu pelaku usaha ke lainnya, tergantung pada berbagai faktor, termasuk metode pemasaran, teknologi yang digunakan, skala usaha, lokasi geografis, dan faktor eksternal lainnya.

Pendapatan ini memiliki peran penting dalam menjaga mata pencaharian pelaku usaha dan memenuhi kebutuhan konsumen akan produk-produknya. Manajemen yang baik, adaptasi terhadap perubahan, dan kebijakan yang mendukung usaha dapat membantu pelaku usaha meningkatkan pendapatan mereka. Wahyono (2017) menyatakan bahwa ada beberapa indikator pendapatan diantaranya yaitu harga (jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa) dan jumlah atau kuantitas hasil produk (jumlah produk yang dihasilkan dalam suatu masa produksi).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dibutuhkan untuk bahan referensi dan acuan untuk perbandingan penelitian baru dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengkaji tentang pemanfaatan TI dalam keberlanjutan akselerasi digital pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran, maka oleh karena itu peneliti mencantumkan beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penelitian terdahulu

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Hal yang menjadi Rujukan
1	Wulandari dan Arza (2022)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi SAK EMKM pada UMKM Kota Padang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Sosialisasi SAK EMKM berpengaruh positif terhadap implementasi SAK EMKM di Kota Padang. 2. Pemanfaatan teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi kualitas sumber daya manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi SAK EMKM di Kota Padang. 4. Tingkat pendidikan pemilik berpengaruh positif terhadap implementasi SAK EMKM di Kota Padang. 5. Omzet tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi SAK EMKM di Kota Padang. 6. Lama usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap implementasi SAK EMKM di Kota Padang	X ₁ tingkat pendidikan formal X ₂ lama berusaha X ₃ motivasi berusaha
2	Umiyati dan Achmad (2021).	Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi <i>online</i> pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa internet sudah menjadi kebutuhan primer bagi dunia usaha. Internet diharapkan dapat menjadi inspirasi para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dengan wilayah pemasaran yang tidak terbatas. Kemampuan teknologi internet membuat semua pekerjaan lebih praktis, jarak dan waktu menjadi sangat efisien. Faktor-faktor yang mempengaruhi UMKM dalam memanfaatkan ekonomi digital adalah variabel jenis usaha, pelatihan teknologi informasi, kemitraan, umur, tingkat pendidikan dan jaringan internet.	X ₁ tingkat pendidikan formal X ₆ pelatihan TI X ₈ umur pelaku usaha X ₉ kualitas sarana TI
3	Buulolo, dan Buulolo (2023)	Analisis tingkat pendidikan UMKM, persepsi, dan pemanfaatan digitalisasi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pelaku UMKM memiliki hubungan positif dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelaku UMKM dengan pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap <i>digitalisasi</i> dan lebih mampu	X ₁ tingkat pendidikan formal

Tabel 3. Lanjutan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Hal yang menjadi Rujukan
		terhadap pelaku UMKM Kota Batam	memanfaatkannya dalam kegiatan bisnis pengembangan UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang pentingnya pendidikan terhadap <i>digitalisasi</i> bagi UMKM di Kota Batam. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya meningkatkan pendidikan dan pemahaman digital bagi pelaku UMKM, serta pentingnya menciptakan lingkungan yang mendukung pemanfaatan teknologi digital secara menyeluruh bagi pelaku UMKM.	
4	Almaidah dan Endarwati (2019)	Analisis pengaruh karakteristik wirausaha, modal, motivasi, pengalaman, dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM penghasil mete di kabupaten wonogiri	Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha, modal, motivasi, pengalaman, dan kemampuan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha pada UKM penghasil mete di Kabupaten Wonogiri. Sehingga peningkatan kelima variabel tersebut dapat meningkatkan dukungannya terhadap keberhasilan usaha. Variabel kemampuan usaha merupakan variabel yang dominan mempengaruhi keberhasilan usaha. Sedangkan variabel yang memiliki kontribusi terendah terhadap keberhasilan usaha adalah motivasi. Adapun saran yang bisa diberikan bagi UKM penghasil mete untuk bisa mencapai keberhasilan usaha adalah meningkatkan motivasi dan meningkatkan kinerja pemasaran dengan memperluas jaringan.	X ₂ lama berusaha X ₃ motivasi berusaha
5	Sholeh, Maslichah, dan Sudaryanti,	Pengaruh Kualitas SDM, Ukuran Usaha Dan Lama Usaha Terhadap	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap variabel independen dapat memengaruhi pemahaman UMKM dalam menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM. Kualitas sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan	X ₂ lama berusaha

Tabel 3. Lanjutan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Hal yang menjadi Rujukan
	(2020)	Pemahaman Umkm Dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM	terhadap pemahaman UMKM, ukuran bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman UMKM, dan lama usaha berpengaruh positif signifikan terhadap pemahaman UMKM dalam menyusun laporan keuangan berdasarkan SAK EMKM.	
6	Handayani, Kaukab, dan Yuwono (2020)	Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku Umkm	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan akuntansi, pengalaman usaha, motivasi kerja, jenjang pendidikan, dan skala usaha berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi sebesar 54,1%. Artinya, masih terdapat variabel bebas lainnya yang bisa mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	X ₁ tingkat pendidikan formal X ₂ lama berusaha X ₃ motivasi berusaha
7	Suasih, Wijaya, dan Yudha (2022)	<i>Key factors</i> transformasi digital UMKM (pendekatan analisis MICMAC pada UMKM di Bali)	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengaruh/variabel determinan (<i>key driver</i>) dalam transformasi digital UMKM di Bali adalah variabel infrastruktur digital atau faktor kunci, preferensi pelanggan digital, kepemimpinan dan manajemen, dan alokasi modal. Variabel infrastruktur digital merupakan variabel yang paling berpengaruh, sedangkan variabel yang paling bergantung adalah penguasaan teknologi (pada interaksi langsung) dan iklim inovasi (pada interaksi tidak langsung).	X ₄ fasilitas atau ketersediaan infrastruktur
8	Ayuningtyas, Farida, dan	Pengaruh Modal Usaha, Lokasi	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa modal usaha yang memadai, pemilihan lokasi usaha yang strategis, ketekunan dan	X ₅ lokasi usaha Y pemanfaatan TI

Tabel 3. Lanjutan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Hal yang menjadi Rujukan
	Saputra (2024)	Usaha, Lama Usaha dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan <i>Thrift Shop</i> di Kota Surakarta	pemanfaatan teknologi informasi yang efektif dapat meningkatkan pendapatannya secara signifikan dan berpengaruh positif terhadap pendapatan usaha <i>Thrift Shop</i> di Kota Surakarta. Untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha, lokasi usaha harus terus dipantau dan dievaluasi untuk memastikan bahwa memenuhi permintaan pelanggan. Strategi usaha yang berkelanjutan harus diterapkan sehingga mendapatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan lebih lanjut penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan loyalitas pelanggan.	Z tingkat pendapatan
9	Pramiana dan Suprpto (2024)	Pendampingan Strategi Digital Marketing dan Manajemen Usaha untuk UMKM Desa Kampungbaru Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman dan penerapan strategi <i>digital marketing</i> di kalangan UMKM, meskipun masih ada kendala dalam manajemen usaha yang memerlukan dukungan lebih lanjut. Evaluasi berkelanjutan dan penyesuaian program diharapkan dapat membantu UMKM di Desa Kampungbaru meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional mereka, sehingga berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Program ini menekankan pentingnya adopsi teknologi digital dan manajemen yang efektif untuk keberlanjutan usaha kecil, serta menunjukkan komitmen untuk memberikan dukungan berkelanjutan bagi UMKM di desa tersebut.	X ₉ kualitas sarana TI
10	Tripayana dan Pramono (2020)	Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada UKM <i>start up</i> pariwisata Kambuchi Brewing Co, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	X ₇ loyalitas pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)

Tabel 3. Lanjutan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Hal yang menjadi Rujukan
		Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM <i>Start Up</i> Pariwisata Kombuchi <i>Brewing Co</i> , Bali	pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung secara positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan	
11	Meidina dan Fitria (2018)	Analisis Karakteristik Wirausahawan dan Karakteristik Bisnis Umkm Terhadap Kesuksesan Umkm (Studi Pada <i>Seven Project</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah berperan penting dalam keberlangsungan <i>Seven Project</i> . Hal ini terkait legalitas, perizinan, kebijakan, serta infrastruktur. Dukungan pemerintah untuk saat ini dirasa cukup tetapi akan lebih baik lagi jika birokrasi dipermudah sehingga dapat menghemat waktu dan biaya. selain itu, infrastruktur yang dibutuhkan <i>Seven Project</i> ialah jaringan internet dan telepon yang memadai. Infrastruktur yang memadai dapat membantu kelancaran bisnis. Secara umum, pelaku usaha dan usaha <i>Seven Project</i> memiliki karakteristik yang cukup baik.	X ₄ fasilitas atau ketersediaan infrastruktur X ₁₀ dukungan dari <i>stakeholders</i>
12	Miati dan Sutapa (2019)	Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan, teknologi informasi tidak dapat mempengaruhi efektivitas sistem informasi akuntansi terhadap kinerja karyawan. Manfaat penelitian ini bagi peneliti selanjutnya, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah sampel, menggunakan seluruh koperasi di Bali, dan mempertimbangkan variabel lain yang	Y pemanfaatan TI

Tabel 3. Lanjutan

No.	Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian	Hal yang menjadi Rujukan
		Teknologi Informasi Sebagai Pemoderasi.	diharapkan dapat memoderasi.	
13	Akhdad dan Purnomo (2021)	Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi informasi memberikan dampak bagi pelaku UMKM di Kota Surakarta berupa peningkatan jumlah pesanan yang diterima, adanya peningkatan jumlah produksi, peningkatan pendapatan dan penambahan jumlah konsumen yang baru. Untuk kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kota Surakarta dalam pemanfaatan teknologi informasi adalah berasal dari faktor internal pelaku UMKM yakni belum adanya pemisahan manajemen kegiatan produksi maupun pemasaran, serta kemampuan penguasaan teknologi yang terbatas	Z tingkat pendapatan

2.3 Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengakibatkan berkembangnya penggunaan media internet dari beragam bidang pemasaran usaha. Teknologi Informasi (TI) telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir, membawa dampak signifikan bagi berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi yang menjadi pilar penting bagi pertumbuhan negara. Perkembangan ini mencakup inovasi dalam perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), serta jaringan yang semakin cepat dan luas. Bagi Usaha Mikro teknologi informasi tidak hanya menjadi alat untuk efisiensi operasional, tetapi juga menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan menciptakan keberlanjutan usaha.

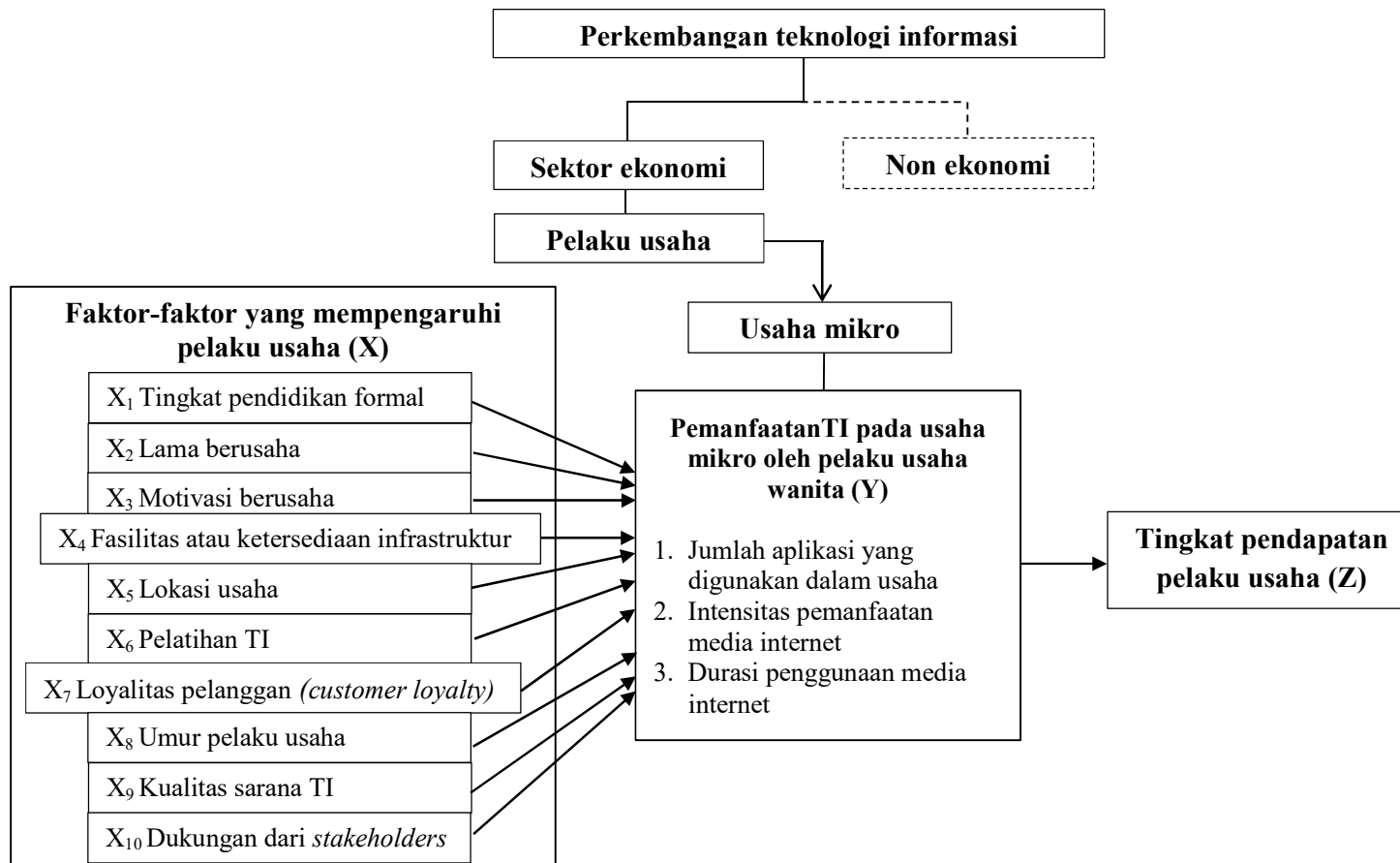
Sektor usaha mikro memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Usaha mikro diharapkan mampu menciptakan lapangan pekerjaan, mendukung ketahanan ekonomi daerah, serta berperan dalam pengentasan kemiskinan. Namun, banyak usaha mikro yang masih mengalami kesulitan dalam mengakses teknologi canggih, termasuk teknologi informasi yang dapat membantu mereka berinovasi dan berkembang. Di Kabupaten Pesawaran, usaha mikro yang dikelola oleh pelaku usaha wanita berpotensi menjadi salah satu sektor yang dapat memanfaatkan TI untuk meningkatkan keberlanjutan dan akselerasi digital dalam usaha mereka. Pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran seringkali mengelola usaha skala mikro, seperti pengolahan hasil pertanian, produk makanan olahan, serta kerajinan tangan. Meskipun berpotensi besar, banyak pelaku usaha yang masih belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi usaha mereka.

Pelaku usaha diartikan sebagai setiap orang atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun badan usaha yang didirikan dan bukan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pelaku usaha

(X) meliputi tingkat pendidikan formal (X_1), lama berusaha (X_2), motivasi berusaha (X_3), fasilitas atau ketersediaan infrastruktur (X_4), lokasi usaha (X_5), pelatihan TI (X_6), loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) (X_7), umur pelaku usaha (X_8), kualitas sarana TI (X_9) dan dukungan dari *stakeholders* (X_{10}).

Pemanfaatan Teknologi Informasi (TI) pada Usaha Mikro oleh pelaku usaha wanita merujuk pada penggunaan berbagai alat, aplikasi *digital* dan lain sebagainya untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses pasar bagi usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha. Pemanfaatan TI dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, terutama dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompleks. Terdapat beberapa indikator dari pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita (Y) yakni jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha, intensitas pemanfaatan media internet, dan durasi penggunaan media internet.

Pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran merupakan langkah penting dalam akselerasi digital yang dapat mendukung keberlanjutan usaha serta akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha (Z) yang dihasilkan oleh usaha tersebut. Oleh karena itu, penting untuk memahami kerangka berpikir yang dapat mendorong akselerasi digital melalui pemanfaatan TI oleh pelaku usaha wanita di daerah ini. Kerangka berpikir ini akan mengintegrasikan berbagai teori dan data yang relevan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai bagaimana TI dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung pertumbuhan usaha mikro yang berkelanjutan di Kabupaten Pesawaran. Alur kerangka berpikir peneliti dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka berpikir pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dijelaskan, maka dapat dugaan sementara (hipotesis) dari penelitian ini yakni diduga bahwa:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (tingkat pendidikan formal, lama berusaha, motivasi berusaha, fasilitas atau ketersediaan infrastruktur, lokasi usaha, pelatihan TI, loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), umur pelaku usaha, kualitas sarana TI, dan dukungan dari *stakeholders*) memiliki pengaruh terhadap tingkat pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita
2. Pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita (jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha, intensitas pemanfaatan media internet, dan durasi penggunaan media internet) memiliki pengaruh terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha

III. METODE PENELITIAN

3.1 Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk menjabarkan data yang berhubungan dengan tujuan penelitian agar dapat di analisis. Definisi operasional merupakan penentuan sifat yang akan dipelajari sehingga dapat menjadi sebuah variabel yang dapat diukur atau di amati (Sugiyono, 2012). Definisi operasional berisikan penjelasan dari masing-masing variabel yang akan digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional mengubah konsep dasar menjadi suatu bentuk yang dapat diukur atau diamati. Variabel yang terdiri dari variabel X, Y dan Z. Variabel bebas (X) adalah variabel yang sifatnya tidak terikat atau bebas (*independent*) yang mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha. Variabel Y merupakan variabel mediasi mencakup pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita, variabel Y ini bersifat terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*) dengan Variabel Z yang merupakan variabel yang sifatnya terikat (*dependent*) yang mencakup tingkat pendapatan pelaku usaha.

1. Variabel X

Variabel X yang akan diukur dalam penelitian ini adalah untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha yakni tingkat pendidikan formal, lama berusaha, motivasi berusaha, fasilitas atau ketersediaan infrastruktur, lokasi usaha, pelatihan TI, loyalitas pelanggan (*customer loyalty*), umur pelaku usaha, kualitas sarana TI, dan dukungan dari *stakeholders*. Definisi operasional dan pengukuran variabel X dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Definisi operasional, indikator, pengukuran, dan klasifikasi variabel (X)

No	Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran	Klasifikasi
1	Tingkat Pendidikan	Jenjang pendidikan yang berjenjang dan terstruktur yang responden ikuti sampai dengan penelitian ini dilakukan (Undang-Undang No 20 Tahun 2003)	Ijazah pendidikan formal terakhir yang dimiliki oleh responden	SD SMP SLTA/SMA/SMK/ MA D1/D2/D3/D4 S1/S2/S3	Dasar Menengah pertama Menengah atas Pendidikan diploma Pendidikan tinggi
2	Lama berusaha	Ukuran yang menunjukkan lamanya responden yang bekerja sebagai pelaku usaha (Sholeh, Maslichah dan Sudaryanti, 2020)	Jangka waktu mulai usaha hingga saat ini dan keadaan usaha saat ini	Skor	Sangat lama Lama Cukup lama Sebentar Sangat sebentar
3	Motivasi berusaha	Dorongan kebutuhan dari dalam diri untuk bertindak laku atau bertindak dalam kelangsungan usaha (Teori Motivasi McClelland)	Kebutuhan berprestasi, kebutuhan untuk berkuasa, dan kebutuhan afiliasi	Skor	Sangat tinggi Tinggi Cukup tinggi Rendah Sangat rendah
4	Fasilitas atau ketersediaan infrastruktur	Sarana yang dapat diandalkan keakuratan penggunaannya dalam suatu usaha (Alfesi, 2019)	Infrastruktur fisik, sosial dan digital	Skor	Sangat baik Baik Cukup baik Kurang baik Sangat kurang baik

Tabel 4. Lanjutan

No	Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran	Klasifikasi
5	Lokasi Usaha	Tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dijalankan (Syahputra, Ervina, dan Melisa, 2022)	Aksesibilitas (kemudahan akses lokasi), demografi konsumen (dekat dengan pasar/khalayak ramai)	Skor	Sangat Strategis Strategis Cukup strategis Kurang strategis Sangat kurang strategis
6	Pelatihan TI	Kegiatan pembelajaran diluar bangku sekolah yakni proses terencana untuk memodifikasi sikap atau perilaku pengetahuan, keterampilan melalui pengalaman belajar tentang pemanfaatan TI (Umiyati dan Achmad, 2021)	Frekuensi mengikuti kegiatan pelatihan	Skor	Sangat sering Sering Kadang-Kadang Jarang Sangat jarang
7	Loyalitas pelanggan (<i>Customer</i>)	kesetiaan pelanggan kepada sebuah produk yang menghasilkan kepuasan dan	Tingkat kepuasan pembelian produk oleh konsumen	Skor	Sangat puas Puas Cukup puas Kurang puas Sangat kurang puas

Tabel 4. Lanjutan

No	Sub Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran	Klasifikasi
	<i>Loyalty</i>	imej positif dari benak pelanggan (Tripayana dan Pramono, 2020)	produk UMKM		
8	Umur pelaku usaha	Lama waktu hidup responden dari awal kelahiran sampai penelitian dilaksanakan (KBBI)	Jumlah usia responden sejak lahir sampai penelitian dilaksanakan	Satuan tahun	Masa remaja akhir Masa dewasa awal Masa dewasa akhir Masa lansia awal Masa lansia akhir
9	Kualitas sarana TI	Tingkat kualitas alat teknologi yang dimiliki dan digunakan oleh pelaku usaha untuk mengakses dan memanfaatkan media sosial (Pramiana dan Suprpto, 2024)	Jenis perangkat yang digunakan, koneksi internet dan aplikasi yang <i>user-friendly</i>	Skor	Sangat berkualitas Berkualitas Cukup berkualitas Kurang berkualitas Sangat kurang berkualitas
10	Dukungan dari <i>Stakeholders</i>	Berbagai upaya pemerintah, koperasi, dinas pekerjaan umum, perbankan, dan perguruan tinggi untuk menjaga kestabilan usaha (Meidina dan Fitria, 2018)	Program-program yang dicanangkan oleh <i>stakeholders</i> , seperti pelatihan, fasilitas, pendampingan, dll.	Skor	Sangat mendukung Mendukung Cukup mendukung Kurang mendukung Sangat kurang mendukung

2. Variabel Y

Variabel Y yang akan diukur dalam penelitian ini adalah untuk melihat melihat pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita yakni jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha, bentuk penggunaan media internet, dan bentuk pemanfaatan internet. Definisi operasional dan pengukuran variabel Y dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Definisi operasional, indikator, pengukuran, dan klasifikasi variabel (Y)

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran	Klasifikasi
1	Pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita	Spesifikasi atau pengukuran yang menggambarkan indikator yang menunjukkan usaha pemanfaatan TI yang dilakukan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan akses pasar bagi usaha yang dijalankan oleh pelaku usaha wanita	<ul style="list-style-type: none">• Jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha• Intensitas pemanfaatan media internet• Durasi penggunaan media internet	Skor	Sangat intensif Intensif Cukup intensif Kurang intensif Sangat kurang intensif

3. Variabel Z

Variabel Z yang akan diukur dalam penelitian ini adalah untuk melihat tingkat pendapatan pelaku usaha. Definisi operasional dan pengukuran variabel Z dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Definisi operasional, indikator, pengukuran, dan klasifikasi variabel (Z)

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran	Klasifikasi
1	Tingkat pendapatan pelaku usaha	Total hasil finansial yang diperoleh pelaku usaha dari aktivitas pemasaran usaha mikro yang memanfaatkan TI	Pendapatan dilihat berdasarkan harga dikali jumlah produk terjual	Rupiah	Sangat tinggi Tinggi Cukup tinggi Rendah Sangat rendah

3.2 Metode, Lokasi dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif menjelaskan sesuatu kondisi objek yang diteliti menggunakan data kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah proses penelitian dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat analisis mengenai objek yang akan diteliti (Kasiram, 2008). Pendekatan deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan secara terinci mengenai "Pemanfaatan TI pada Usaha Mikro oleh Pelaku Usaha Wanita".

Lokasi penelitian berada tepatnya pada Kabupaten Pesawaran yang merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Lampung. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan sengaja (*purposive*), hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Pesawaran menjadi salah satu kabupaten yang memberikan kontribusi usaha mikro yang tinggi di Provinsi Lampung, jumlah usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Pesawaran mengalami lonjakan drastis, dari hanya 701 unit pada tahun sebelumnya menjadi 3.084 unit saat ini. Peningkatan yang signifikan ini menunjukkan bahwa sektor usaha mikro, khususnya yang dikelola oleh pelaku usaha wanita, telah menjadi pilar utama dalam perekonomian daerah. Potensi yang dimiliki Kabupaten Pesawaran semakin besar, sehingga kini menjadi lokasi yang sangat strategis untuk melakukan penelitian terkait tingkat pemanfaatan teknologi informasi oleh usaha mikro, khususnya oleh pelaku usaha wanita.

Penelitian ini tidak hanya penting untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha wanita, tetapi juga untuk menggali peluang pemanfaatan teknologi dalam mendukung pertumbuhan dan daya saing usaha mikro di wilayah ini. Kabupaten Pesawaran merupakan hasil pemekaran Kabupaten Lampung Selatan. Kabupaten Pesawaran terbentuk melalui Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2007 tanggal 10 Agustus 2007 tentang Pembentukan Kabupaten Pesawaran di Provinsi Lampung dan diresmikan pada tanggal 2 November 2007. Saat ini terdaftar sebanyak sebelas kecamatan di Kabupaten Pesawaran. Pengumpulan data dengan wawancara dilakukan pada Bulan April-Juni 2025.

3.3 Jenis Data, Teknik Pengambilan Data, dan Responden Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, antara lain sebagai berikut

1. **Data primer** merupakan jenis data yang berasal dari Informasi yang didapatkan secara langsung dari pelaku usaha wanita sebagai pelaku usaha di Kabupaten Pesawaran. Melalui wawancara dan menggunakan kuisisioner yang telah disiapkan mengenai topik penelitian yaitu "Pemanfaatan TI pada Usaha Mikro oleh Pelaku Usaha Wanita". Data primer yang dikumpulkan berupa identitas pelaku usaha wanita yaitu nama, umur, tingkat pendidikan, status dalam keluarga, pekerjaan utama, pekerjaan sampingan, lama berwirausaha, dan semua hal yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.
2. **Data sekunder** merupakan jenis data yang bersumber dari data-data yang telah tercatat baik dari lembaga atau instansi, publikasi, laporan, buku, jurnal, artikel, surat kabar, dokumen-dokumen, dan pustaka lainnya yang terkait. Jenis data ini digunakan untuk mendukung dan menunjang proses penelitian sekaligus guna pencocokan informasi yang berupa fakta sebenarnya. Data sekunder yang dikumpulkan berupa gambaran umum lokasi penelitian, dan jumlah UMKM di Provinsi Lampung.

Menurut Ibnu (2019) tahapan pengumpulan data dapat dilakukan dengan empat tahapan yaitu, mengidentifikasi dan memverifikasi responden, mendapatkan nama-nama responden, membuat daftar nama yang disesuaikan dengan jenis responden, dan melaksanakan *survei*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan tiga tahap.

- a. **Tahap Observasi** yang berupa mengumpulkan data secara langsung di lapangan untuk mengamati suatu peristiwa dan mendapatkan gambaran yang nyata, yaitu seperti mengidentifikasi pelaku usaha wanita yang berpartisipasi dalam pelatihan. Selanjutnya adalah mendapatkan nama-nama pelaku usaha wanita tersebut dari data terkait.
- b. **Tahap wawancara** yang berupa mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang tersusun dalam kuisisioner, seluruh pelaku usaha

wanita yang berpartisipasi dalam usaha mikro masing-masing diwawancarai dengan kuisisioner yang telah disiapkan.

- c. **Tahap dokumentasi** yang berupa pengumpulan data dengan cara pengumpulan dan pencatatan dokumendokumen yang telah ada sebelumnya. Setiap dokumen atau hal penting pada saat penelitian akan difoto, seperti produk yang dimiliki usaha mikro, proses wawancara, contoh proposal yang di ajukan, sertifikat halal produk, alat/mesin yang dimiliki, dan lain sebagainya.

Responden pada penelitian ini adalah pelaku usaha mikro di Kabupaten Pesawaran. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha yang berupa seorang wanita sekaligus sebagai pelaku usaha di Kabupaten Pesawaran dengan total jumlah sebanyak 3.084 orang. Teknik penentuan sampel dilakukan secara sengaja atau *purposive sampling*. Responden penelitian ini berjumlah 97 orang, dengan bahan pertimbangan untuk menentukan sampel penelitian ini adalah:

1. Pelaku usaha telah mengikuti pelatihan Program Pemberdayaan Pelaku Usaha Wanita Skala Ultra Mikro dan Mikro Peningkatan Kapasitas Usaha dan Digitalisasi Usaha yang dilaksanakan oleh BRIN dan UNILA pada tahun 2023.
2. Pelaku usaha telah melakukan pemanfaatan IT termasuk menerapkan *digital marketing* pada usahanya
3. Pelaku usaha merupakan pelaku usaha wanita

3.4 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Metode penelitian ini menggunakan metode *survei* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan uji statistik. Tujuan pertama penelitian ini dijawab dengan menggunakan analisis deskriptif, tujuan kedua dan tujuan ketiga dijawab dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana.

1. Analisis Deskriptif Kuantitatif

Metode yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau memberikan suatu gambaran terhadap objek yang diteliti dalam bentuk ringkas dan sederhana yang pada akhirnya mengarah pada keperluan adanya penjelasan dan penafsiran (Sugiyono, 2008). Tahap analisis yang akan dilakukan meliputi:

- a. Penyajian data variabel X, Y dan Z dengan metode tabulasi.
- b. Penentuan kecenderungan nilai responden untuk masing-masing variabel yang dikelompokkan ke dalam lima kelas kriteria masing-masing. Interval kelas ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Kelas Kategori} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

2. Analisis regresi linear berganda dan regresi linear sederhana

Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan ketiga dan keempat adalah uji analisis regresi linear berganda dan linear sederhana yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha terhadap pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita, dan pengaruh pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita terhadap tingkat pendapatan pelaku usaha. Analisis regresi linear berganda merupakan alat analisis statistik yang memberikan tentang pengaruh antara dua atau lebih variabel, sedangkan uji analisis regresi linear sederhana adalah uji yang digunakan untuk melihat pengaruh antara satu variabel terikat dengan satu variabel bebas. Metode ini sebenarnya merupakan metode yang menggambarkan hubungan antara variabel X (*independent*) dan variabel Y (*dependent*). Berikut merupakan persamaan regresi linear berganda dan sederhana yang telah ditetapkan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10}$$

$$Z = a + bY + e$$

Keterangan :

X, Y dan Z = Variabel

a = Koefisien konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6, b_7, b_8, b_9, b_{10}$ = Koefisien regresi

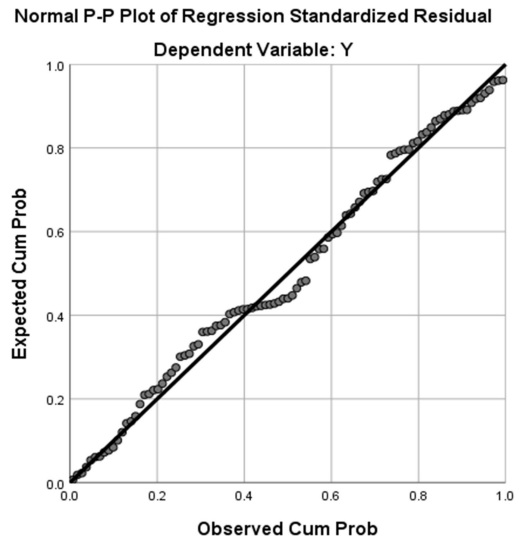
e = Error, variabel gangguan

Pada analisis regresi linier berganda dan linear sederhana, data ordinal akan terlebih dahulu diubah menjadi data interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) (Sugiyono, 2001). Pengujian ketelitian dan kemampuan model regresi pada penelitian ini dilakukan dengan uji secara simultan (F), uji koefisien determinasi (*R-Square*), dan uji parsial (t) (Ghazali, 2011). Pengujian ketelitian dan kemampuan model regresi pada penelitian ini dilakukan dengan uji:

1. Uji Asumsi Klasik, pada pengujian persamaan regresi linear berganda dan regresi linear sederhana terdapat salah satu syarat yang harus terpenuhi salah satunya yaitu asumsi klasik. Persyaratan yang harus dipenuhi adalah:

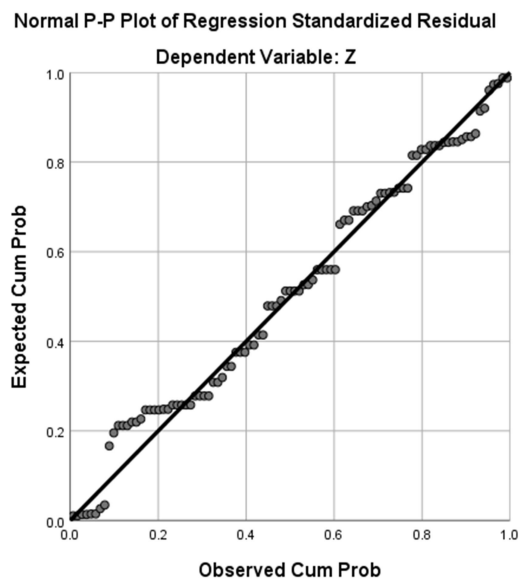
a. Uji asumsi normalitas

Distribusi normal merupakan distribusi teoritis dari variabel random yang kontinyu, untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal digunakan pengujian *Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual* terhadap masing-masing variabel. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Menurut Ghazali (2011), jika data menyebar mengikuti garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil analisis grafik *Normal Probability Plot* regresi linear berganda dapat dilihat pada Gambar 3



Gambar 3. Grafik *normal probability plot* persamaan regresi linier berganda.

Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal atau menyebar mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Hasil analisis grafik *Normal Probability Plot* regresi linear sederhana dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Grafik *normal probability plot* persamaan regresi linier sederhana.

Gambar 4 menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal atau menyebar mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sederhana juga telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji asumsi multikolinearitas

Multikolinearitas berarti antara variabel independen yang satu dengan variabel yang lain dalam model regresi memiliki hubungan yang kuat. Adanya multikolinearitas yang kuat akan mengakibatkan ketidakpastian estimasi. Pegujian gejala multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel independen berhubungan secara linier. Multikolinearitas menyebabkan standar *error* akan semakin besar dan meningkatkan tingkat korelasi antarvariabel di mana standar *error* menjadi *sensitive* terhadap perubahan data. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan nilai tolerance dan nilai *value inflation factor (VIF)*, jika nilai *VIF* dari satu variabel kurang dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,100, maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas variabel X dan Y pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil uji multikolinearitas persamaan regresi linear berganda (X-Y).

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
X ₁	,847	1,181
X ₂	,891	1,123
X ₃	,878	1,139
X ₄	,856	1,169
X ₅	,850	1,177
X ₆	,470	2,127
X ₇	,343	2,912
X ₈	,914	1,094
X ₉	,415	2,409
X ₁₀	,459	2,180

Dependent variable : Y

Tabel 7 menunjukkan bahwa tidak ada nilai *tolerance* di bawah 0,10, begitupula dengan nilai *VIF* tidak ada nilai di atas 10. Hal ini menunjukkan tidak terbukti adanya masalah multikolinearitas pada penelitian ini. Hasil uji multikolinearitas variabel Y dan Z pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil uji multikolinearitas persamaan regresi linear sederhana (Y-Z).

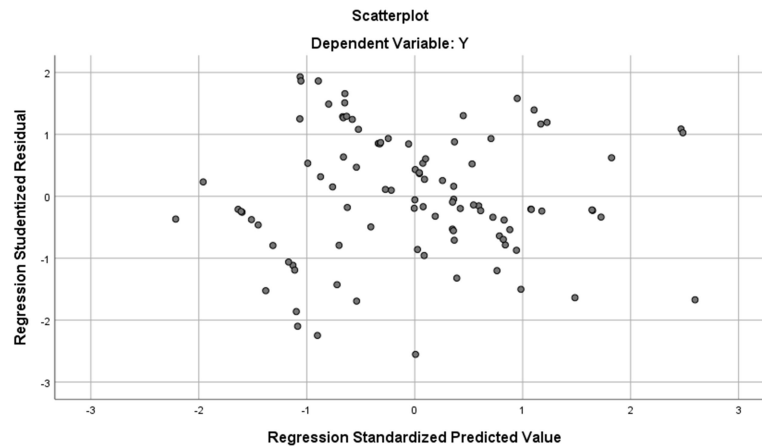
<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Y	1,000	1,000

Dependent variable : Z

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* tidak berada di bawah 0,10, begitupula dengan nilai *VIF* nilainya tidak di atas 10. Hal ini menunjukkan tidak terbukti adanya masalah multikolinearitas pada data pengujian ini.

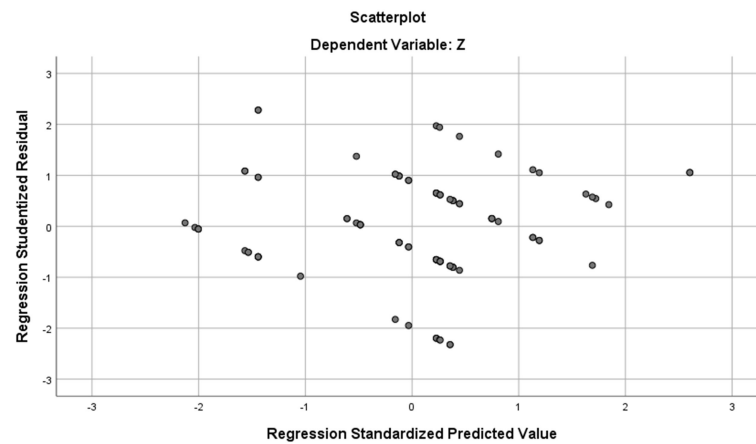
c. Uji asumsi heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas mengartikan terjadi varian yang tidak sama untuk variabel independen yang berbeda. Hal ini dapat dideteksi dengan melihat *plot* antara nilai taksiran y dengan nilai residual (selisih antara variabel dependen actual dengan nilai prediksinya) versus nilai prediksinya menyebar atau tidak membentuk pola, jika pada grafik yang mempunyai sumbu residual yang distandarkan dari sumbu x dan y yang telah diprediksi tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit), serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplots* variabel X dan Y pada penelitian ini dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Grafik *scatterplots* persamaan regresi linear berganda

Gambar 5 menunjukkan bahwa pada *scatterplots* titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplots* variabel Y dan Z pada penelitian ini dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Grafik *scatterplots* persamaan regresi linear sederhana

Gambar 6 menunjukkan bahwa pada *scatterplots* titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan atau valid tidaknya kuesioner dan menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Nilai validitas didapat melalui r_{hitung} dan r_{tabel} dengan pernyataan bahwa jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka valid, sebaliknya jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid. Berdasarkan hasil validitas dari butir pertanyaan, diketahui nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 10 dan alpha 0,05 adalah 0,632. Rumus mencari r_{hitung} adalah sebagai berikut (Sufren dan Natanael, 2013).

$$r_{hitung} = n \frac{(\sum X_1 Y_1) - (\sum X_1) \times (\sum Y_1)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \times \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2\}}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi (validitas)
- X = Skor pada atribut item n
- Y = Skor pada total atribut
- XY = Skor pada atribut item n dikalikan skor total
- N = Banyaknya atribut

Hasil uji validitas dilihat dari *corrected item-total correlation*, jika sesuai dengan persyaratan pada r tabel maka akan dinyatakan valid dan memenuhi persyaratan reliabilitas, setelah memenuhi syarat tersebut maka instrumen dapat dinyatakan layak serta dapat digunakan. Berikut adalah hasil uji validitas kuesioner untuk variabel X pada penelitian ini yang di uji menggunakan SPSS 26.0.

Tabel 9. Hasil uji validitas pertanyaan faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha (X)

Butir Pertanyaan	<i>Corrected item- Total Correlation</i>	Keterangan
X₁ Tingkat pendidikan formal		
1	1,000	Valid
X₂ Lama berusaha		
1	0,729	Valid
2	0,855	Valid
X₃ Motivasi berusaha		
1	0,879	Valid
2	0,731	Valid
3	0,825	Valid
4	0,633	Valid
5	0,879	Valid
6	0,825	Valid
7	0,766	Valid
8	0,438	Tidak Valid
9	0,766	Valid
10	0,879	Valid
X₄ Fasilitas atau ketersediaan infrastruktur		
1	0,797	Valid
2	0,959	Valid
3	0,865	Valid
4	0,797	Valid
5	0,817	Valid
6	0,421	Tidak Valid
7	0,865	Valid
8	0,894	Valid
9	0,948	Valid
10	0,849	Valid
11	0,959	Valid
X₅ Lokasi usaha		
1	0,966	Valid
2	0,976	Valid
3	0,964	Valid
4	0,876	Valid
5	0,978	Valid
X₆ Pelatihan TI		
1	0,462	Tidak Valid
2	0,739	Valid
3	0,793	Valid
4	0,713	Valid
5	0,766	Valid
X₇ Loyalitas pelanggan (<i>customer loyalty</i>)		
1	0.899	Valid
2	0.934	Valid
3	0.760	Valid
4	0.678	Valid
5	0.665	Valid

Tabel 9. Lanjutan

Butir Pertanyaan	<i>Corrected item- Total Correlation</i>	Keterangan
X₈ Umur pelaku usaha		
1	1.000	Valid
X₉ Kualitas sarana TI		
1	0.874	Valid
2	0.816	Valid
3	0.771	Valid
4	0,822	Valid
5	0,757	Valid
6	0,779	Valid
X₁₀ Dukungan dari stakeholders		
1	0,869	Valid
2	0,665	Valid
3	0,858	Valid
4	0,710	Valid
5	0,784	Valid

Tabel diatas menunjukkan terdapat tiga butir pertanyaan yang nilai r hitungnya ($<0,632$) yakni pertanyaan ke-8 variabel X₃ (Motivasi berusaha): Saya termotivasi untuk mengembangkan usaha saya jika saya dapat bekerja sama dengan orang lain (misalnya, mitra bisnis, pelanggan, atau komunitas). Pertanyaan ke-6 variabel X₄ (Fasilitas dan Ketersediaan Infrastruktur): adanya kegiatan pameran (bazar) produk UMKM membantu memperlancar pemasaran. Pertanyaan ke-1 variabel X₆ (Pelatihan TI): berapa kali anda mengikuti pelatihan TI untuk meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi informasi. Ketiga pertanyaan tersebut dinilai tidak valid karena substansi yang ingin diukur telah terwakili secara lebih efektif oleh pertanyaan lain yang berada dalam variabel yang sama yakni (penting untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan rekan bisnis, adanya jejaring atau kelompok UMKM yang menjadi wadah untuk mengembangkan UMKM, dan berapa kali anda mengikuti pelatihan TI yang sesuai untuk pengembangan keterampilan teknis anda), sehingga butir pertanyaan ini dihapuskan dari analisis. Hasil uji validitas pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita (Y) dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil uji validitas pertanyaan tingkat pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita (Y)

Butir Pertanyaan	<i>Corrected item- Total Correlation</i>	Keterangan
1	0,682	Valid
2	0,709	Valid
3	0,634	Valid

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai r hitung $> 0,632$ maka semua indikator valid. Tidak ada perubahan pertanyaan atau penambahan pertanyaan pada kuisisioner. Hasil uji validitas tingkat pendapatan pelaku usaha (Z) dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Hasil uji validitas pertanyaan tingkat pendapatan pelaku usaha

Butir Pertanyaan	<i>Corrected item- Total Correlation</i>	Keterangan
1	1,00	Valid

Tabel diatas menunjukkan nilai r hitung $> 0,632$ maka semua indikator valid. Tidak ada perubahan pertanyaan atau penambahan pertanyaan pada kuisisioner.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur ketepatan pertanyaan kuisisioner. Reliabilitas adalah ukuran dalam menentukan suatu derajat ketepatan, sebagai pengukuran ketelitian dan keakuratan yang dapat dilihat pada instrumen pengukurannya, sedangkan untuk uji reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan untuk melihat konsistensi (ketepatan) dari instrumen yang terukur (Umar dan Husein, 2008). Hasil pengujian reliabilitas untuk seluruh instrumen peneliatan ini dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Hasil uji reliabilitas kuisioner

Instrumen	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tingkat pendidikan formal	1,000	Reliabel
Lama berusaha	0,876	Reliabel
Motivasi berusaha	0,780	Reliabel
Fasilitas atau ketersediaan infrastruktur	0,801	Reliabel
Lokasi usaha	0,833	Reliabel
Pelatihan TI	0,723	Reliabel
Loyalitas pelanggan (<i>customer loyalty</i>)	0,865	Reliabel
Umur pelaku usaha	1,000	Reliabel
Kualitas sarana TI	0,804	Reliabel
Dukungan dari <i>stakeholders</i>	0,811	Reliabel
Tingkat pemanfaatan TI pada UMKM oleh pelaku usaha wanita	0,813	Reliabel
Tingkat pendapatan pelaku UMKM	1,000	Reliabel

Tabel 12 menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel, hal ini karena seluruh instrumen pertanyaan memiliki nilai *cronbach's Alpha* lebih besar dari pada nilai *r* tabel (0,632). Instrumen yang telah teruji reliabel berarti bahwa instrumen dapat digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama. Instrumen penelitian ini telah memenuhi persyaratan reliabilitas dan layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas responden yaitu sebanyak 52 orang (53,60 persen), tergolong dalam kategori “cukup intensif”. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mayoritas pelaku usaha menggunakan media sosial yang terbatas, seperti *WhatsApp* dan *Facebook*, untuk menjalankan kegiatan operasional sehari-hari. Hanya sebagian kecil yang telah memperluas penggunaannya dengan menambahkan *Instagram*, *TikTok*, dan *platform e-commerce* seperti *Shopee*. Meskipun demikian, terdapat satu pelaku usaha yang secara efektif menembus pasar ekspor.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha dalam pemanfaatan TI pada usaha mikro oleh pelaku usaha wanita di Kabupaten Pesawaran meliputi X_2 (lama berusaha), X_3 (motivasi berusaha), X_4 (fasilitas atau ketersediaan infrastruktur), X_5 (lokasi usaha), X_7 (loyalitas pelanggan), dan X_9 (kualitas sarana teknologi informasi). Variabel yang tidak berpengaruh adalah X_1 (tingkat pendidikan formal), X_6 (pelatihan teknologi informasi), X_8 (umur pelaku usaha), dan X_{10} (dukungan dari *stakeholders*).
3. Tingkat pemanfaatan TI berkaitan erat dengan pendapatan pelaku usaha di Kabupaten Pesawaran, artinya semakin tinggi pemanfaatan TI yang meliputi jumlah aplikasi yang digunakan dalam usaha, intensitas

pemanfaatan media internet dan durasi penggunaan media internet, maka semakin tinggi pula pendapatan pelaku usaha.

5.2 Saran

Hasil penelitian ini memberikan tiga implikasi diantaranya:

1. Kepada *stakeholders* (dinas koperindag dan UMKM, akademisi, dan pihak terkait) disarankan untuk menyediakan program pelatihan berbasis praktik dan berkelanjutan (seperti simulasi penggunaan *Instagram*, *TikTok*, dan *e-commerce*) dan perbankan disarankan memberikan kredit layanan pada pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya.
2. Kepada penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel lain yang mungkin menjadi faktor pengaruh seperti variabel jenis usaha dan kemitraan yang mempengaruhi pemanfaatan TI, serta variabel modal usaha dan akses kredit yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha.
3. Kepada pelaku usaha disarankan menambahkan penggunaan *platform* lain seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *marketplace* (*Shopee*, *Tokopedia*, dan lain sebagainya) sehingga jangkauan promosi diharapkan dapat lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A., dan S, Purnomo. 2021. Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Surakarta. *Sebatik*, 25(1), 234-240.
- Alfresi, A. I. 2019. Peranan Infrastruktur Teknologi Informasi Aplikasi Gpo (Guru Pembelajar Online) Di Sman Kota Palembang. *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, 2(2), 82-93.
- Alimuddin, M. 2023. Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui *Digital Marketing* Pada *The Clean Solution* Makassar. *SEIKO: Journal of Management and Business*, 6(1), 962–969. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3096>
- Almaidah, S., dan T. Endarwati. 2019. Analisis pengaruh karakteristik wirausaha, modal, motivasi, pengalaman, dan kemampuan usaha terhadap keberhasilan usaha pada UKM penghasil mete di kabupaten wonogiri. *EDUSAINTEK*, 3.
- Andjarwati, T. 2015. Motivasi dari sudut pandang teori hirarki kebutuhan Maslow, teori dua faktor Herzberg, teori xy Mc Gregor, dan teori motivasi prestasi Mc Clelland. *JMM17: Jurnal Ilmu ekonomi dan manajemen*, 2(01).
- Astuti, S. E., I, Effendi. dan Y. Religia. 2024. Pengaruh Kemampuan Adaptasi dan Dukungan Pemerintah terhadap Ketahanan Bisnis yang Dimediasi Kemampuan Teknologi Informasi pada UMKM di Koperasi Konsumen Wanita Pengusaha Indonesia (KOWAPI) Srikandi Daerah Istimewa Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 9(2), 883-898.
- Ayem, S., F., K. Putri., S. N. Jannah., N. R. Hernindya., M. Y. S. Putri., dan J. C. Dustyanto. 2022. Pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap pendapatan UMKM: Tinjauan literature sistematis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. 9(2). 205–220.
- Ayuningtyas, A. S., A. Farida., dan E. T. Saputra. 2024. Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lama Usaha dan Teknologi Informasi terhadap Pendapatan Thrift Shop di Kota Surakarta. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 128-147.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pesawaran. 2025. *Kabupaten Pesawaran Dalam Angka Tahun 2025*. Badan Pusat Statistik. Lampung.

- Bariqi, M. D. 2018. Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. *Jurnal studi manajemen dan bisnis*, 5(2), 64-69.
- Budi, W. D. I. 2019. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Kualitas Pelatihan, Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Pemahaman Laporan Keuangan Desa*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Buulolo, M., dan A. Buulolo. 2023. Analisis tingkat pendidikan UMKM, persepsi, dan pemanfaatan digitalisasi terhadap pelaku UMKM Kota Batam. *MBIC-Journal Confrence*, 1(3), 319-332.
- Chin, W.W. 1998. *The partial least squares approach for structural equation modeling*. In G.A. Marcoulides (Ed), *Modern methods for business research* (pp. 295-236). Lawrence Elbaum. Landon.
- Cholik, C. A. 2021. Perkembangan teknologi informasi komunikasi/ICT dalam berbagai bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2(2), 39-46.
- Dewi, W. 2023. *Pengaruh Lingkungan Bisnis, Biaya Lokasi Dan Ketersediaan Infrastruktur Terhadap Penentuan Lokasi Usaha Di Wilayah Perkotaan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada UMKM di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Euis, P. H. 2017. Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Samarinda (Studi Pada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Samarinda). *Administrasi Negara*, 5(1), 5431–5445.
- Firman, E. S. 2024. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Digital Accounting Pada UMKM Kota Makassar. *YUME: Journal of Management*, 7(2), 1243-1249.
- Firmansyah, A., dan S. Lestari. 2021. Pengaruh Kualitas Sarana Teknologi Informasi terhadap Efektivitas Pemasaran Online UMKM di Bali. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*. 9(1). 45-53.
- Ghazali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghina, A. dan H. Widiastuti. 2020. *Analisis Pengaruh Sistem Pengendalian Internal, Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Laporan Keuangan*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ghozali, I., dan Hengky, L. 2014. *Partial Least Square : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosaputro, S., Y. A. Syarief., T. S. Syafani., S. A. Irawan., I. A. Prastisi., dan A.

- H. Ahya. 2025. *Pemberdayaan Pengusaha Wanita melalui Pengembangan Digitalisasi UMKM di Kabupaten Pesawaran*. Universitas Lampung.
- Handayani, L., O. N. Irama., dan B. Hermanto. 2021. Pengaruh teknologi informasi terhadap pendapatan pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Medan. *E-Proceeding Penelitian Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah*. 1(1). 172–180.
- Handayani, N. S., M. E. Kaukab., dan W. Yuwono. 2020. Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM. *Jurnal Pendidikan, Sains Sosial, Dan Agama*, 6(2), 28-41.
- Hardinah, S. S., dan R. Setyowati. 2022. Persepsi Petani terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian dalam Upaya Pengembangan Desa Inspirasi Padi di Kabupaten Sukoharjo. *AgriHumanis: Journal of Agriculture and Human Resource Development Studies*, 3(2), 77-92.
- Haryati, T. 2023. Model Strategi Pengembangan Kewirausahaan Wanita yang Berkelanjutan di Era Digital (*Doctoral dissertation*, IPB University).
- Hijriyanah, A., dan H. B. Yanti. 2023. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pengetahuan Akuntansi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kualitas Laporan Keuangan UMKM*. Universitas Trisakti.
- Hosmer D.W. dan S. Lemeshow. 2000. *Applied Logistic Regression. 2 nd Edition*. John Wiley and Sons. New York.
- Ibnu, M. 2019. Determinan Partisipasi Petani Kopi dalam Standar dan Sertifikasi Berkelanjutan *Common Code For Coffee Community (4c)*. *Journal Of Industrial And Beverage Crops*. 06(03) : 135-144.
- Indahwati, K.D., dan I. Maena. 2010. Aplikasi Regresi Logistik Ordinal Multilevel Untuk Pemodelan Dan Klasifikasi Huruf Mutu Mata Kuliah Metode Statistika. *Jurnal Forum Statistika dan Komputasi*. 15(2), 23-31.
- Indarto, I., dan D. Santoso. 2020. Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan UMKM. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. 13(1). 54.
- Indiwo, H., E. 2016. Peran Perempuan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. Universitas PGRI Senarong. *Jurnal Equilibria Pendidikan*. 1(1):40-58
- Insani Makmur, N., M. I., Sultan dan S, Karnay. 2025. Systematic Literature Review: Dampak Analisis Big Data dalam Meningkatkan Wawasan dan Loyalitas Konsumen di Sektor Industri. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*. 10(2) : 436–451.
- Irwansyah, A., dan R. Mappadeceng. 2018. Pengaruh E-Service Quality Terhadap

Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Pada Toko On Line Buka Lapak. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2), 128-136.

Kasiram, M. 2008. *Metode Penelitian*. UIN Press. Malang

Komala, L., I. B. Pamungkas., dan N. Rodiyana. 2023. Pengaruh Teknologi Informasi dan Motivasi terhadap Kinerja. *Scientific Journal of Reflection*. 6(3), 716–724.

Kriyantono. 2012. *Public Relations & Crisis Management: Pendekatan. Critical Public Relations Etnografi Kritis dan Kualitatif*. Kencana. Jakarta.

Kurniawan, D. 2009. *Mengembangkan Ekonomi Kerakyatan dengan Akselerasi Sektor Riil dan UKM*. Tersedia [Online]
<http://didikurniawan.web.id/2009/04/29/mengembangkan-ekonomikerakyatan-dengan-akselerasi-sektor-riil-dan-ukm/>. Diakses pada 25 Oktober 2024.

Kurniawan, T. B. 2020. Perancangan sistem aplikasi pemesanan makanan dan minuman pada cafetaria no caffe di Tanjung Balai Karimun menggunakan bahasa pemrograman PHP Dan MySQL. *Jurnal Tikar*, 1(2), 192-206.

Meidina, C., dan S. E. Fitria. 2018. Analisis karakteristik wirausahawan dan karakteristik bisnis UMKM terhadap kesuksesan umkm (studi pada seven project). *eProceedings of Management*, 5(1).

Miati, N. L. P. M., dan I. N. Sutapa. 2019. Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Teknologi Informasi Sebagai Pemoderasi. *Jema adpertisi journal*, 1(1).

Nugroho, I. I. 2024. Pengaruh teknologi digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Dusun Serut. *Jurnal Economie*. 6(1). 43–55.

Nugroho, T. 2019. Pengaruh Umur Pelaku Usaha terhadap Kinerja UMKM di Solo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 8(3). 87-95.

Nurdianto. F. 2021. Pengaruh Intensitas Dan Pemanfaatan Internet Terhadap Akhlak Bermasyarakat. *G-COUNS: Jurnal Bimbingan dan Konseling*. 6(1), 120-128.

Nurhasanah, I.A., et al. 2022. *Analisis Perancangan E-Business B2C: Upaya Digitalisasi Pengembangan UMKM (Studi Kasus Kabupaten Pesawaran)*. ResearchGate.

Oktiani, H., dan E. Y. Gunawibawa. 2021. *Strategi Media Digital-Internet Wanita Pelaku Industri Mikro di Pedesaan dalam Mempromosikan Produk Hasil Olahan Ikan Air Tawar di Era 4.0 (Vol. 4, Nomor 1)*.

- Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang *Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM)*
- Pradana, N. W., dan Sumiyana. 2023. Analisis Kebutuhan UMKM Indonesia dengan Pendekatan Hierarki Maslow. *ABIS Journal*, 11(3).
- Pradiani, T. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*. 11(2) : 46-53.
- Pramiana, O., dan S. Suprpto. 2024. Pendampingan Strategi *Digital Marketing* dan Manajemen Usaha untuk UMKM Desa Kampungbaru Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 605-611.
- Pratiwi, S. B. 2019. Pengaruh Pinjaman Modal, Lokasi Usaha, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro (Studi Kasus Kawasan Kelurahan Bangka Jakarta Selatan) (*Bachelor's thesis*, Fakultas ekonomi dan bisnis uin jakarta).
- Purwana, E.S., dan Dedi. 2017. Pemanfaatan *Digital Marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. 1(1) : 1-17.
- Puspitasari, A. D., *et al.* (2024). Keberlanjutan UMKM wanita: Literasi keuangan, inklusi keuangan dan fintech. Institut Teknologi dan Bisnis Diniyyah Lampung. *Jurnal ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 25(2). 122-142.
- Putrikasari, O., dan Sungkono. 2024. Analisis Peran Pelatihan Pembinaan UMKM Berbasis Teknologi Informasi untuk Meningkatkan SDM pada Pegawai UMKM Mie Gacoan Karawang. *Jurnal Pengabdian Cendikia*. 3(3), 204–208.
- Putri, M. R., dan A. Hidayat. 2021. Ketersediaan Infrastruktur dan Produktivitas UMKM di Bandung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. 10(2). 65-74.
- Putri., G. S. Sumaryo., dan Y. A. Syarief. 2020. Motivasi Petani Mengikuti Program Asuransi Usahatani Padi di Kabupaten Lampung Tengah. *Suluh Pembangunan: Journal of Extension and Development*, 2(1), 45-53.
- Rahadi, D. R. 2007. *Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Pelayanan di Sektor Publik. Seminar Nasional Teknologi*. Universitas Bina Darma.
- Rahman, F., dan A. Sutanto. 2018. Evaluasi Dukungan *Stakeholders* terhadap UMKM di Lombok. *Jurnal Pengembangan Masyarakat*. 12(2). 101-110.
- Rahmawati, D. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap

- Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Jurnal ekonomi dan pendidikan*, 5(1).
- Rahmawati, S., dan B. Santoso. 2020. Pengaruh Lama Usaha terhadap Keberhasilan UMKM di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(1), 33-42.
- Ramadina, R., P. Maharani., Herlinda, Asyifa'aini., Sarah., E. Damayanti., A. Eka Safitri., Fivrenodi., D. Herliansyah., A. Kurbiyanto., dan E. Altirika. 2023. Pemberdayaan Branding KWT Dan Potensi Wisata Danau Kaolin Melalui Integrasi Digital Menuju Bisnis Lokal Berkelanjutan. *Semnas-Pkm*, 1(1), 37-47. <https://doi.org/10.35438/semnas-pkm.v1i1.46>
- Regif, S. Y., M. S. Seran., I. Y. Naif., A. Pattipeilohy., dan L. Saputri. 2023. Literasi Digital Ekonomi Hijau Terhadap Pemberdayaan UMKM Desa di Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan*, 9(1), 49-69. <https://doi.org/10.37058/jipp.v9i1.6922>
- Republik Indonesia. 1999. *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 22, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821. Jakarta.
- _____. 2003. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4301. Jakarta.
- Roosdhani, M. R., P. A. Wibowo., dan A. Widiastuti. 2012. Analisis tingkat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pada usaha kecil menengah di Kab. Jepara. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 9(2).
- Sanggarwati, K., H. S. Nugraha., dan H. D. Waloejo. 2023. Pengaruh Pelatihan dan Modal Usaha terhadap Literasi Digital pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Klaster Batik Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 22-27.
- Santoso, R., dan H. Prasetyo. 2019. Dampak Lokasi Usaha terhadap Volume Penjualan UMKM di Malang. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*. 7(3). 55-63.
- Sapriyadi, S., M. Syaiful., dan N. Wakiya. 2023. Pemanfaatan digitalisasi untuk meningkatkan pendapatan pelaku UMK wanita di Lorong Wisata Kota Makassar. Universitas Sembilanbelas November Kolaka. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 8(2).
- Sari, E. P., I. A. Nursanty., dan R. Amrul. 2024. *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Umur Usaha dan Skala Usaha terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi*. STIE AMM.
- Sari, N., dan P. Dewi. 2019. Pengaruh Pendidikan Formal terhadap Kinerja UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 9(2), 78-86.

- Sary, F. P., *et al.* 2022. Pengaruh Pelatihan Daring dan Kesiapan Teknologi terhadap Motivasi Berwirausaha UMKM di Indonesia.
- Setiawan, H. S. Dkk. 2024. *Pengantar Teknologi Informasi*. Cv.Eureka Media Aksara. Jawa Tengah.
- Setyaningrum, D. 2020. Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Motivasi Berprestasi Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Pendidikan*. 12(1),45–56.
- Sholeh, M. A., M. Maslichah., dan D. Sudaryanti. 2020. Pengaruh Kualitas SDM, Ukuran Usaha Dan Lama Usaha Terhadap Pemahaman Umkm Dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(07).
- Suarmini, N. W., S. Zahrok., dan D. S. Yoga Agustin. 2018. Peluang Dan Tantangan Peran Wanita Di Era Revolusi Industri 4.0. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 48.
<https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4420>
- Suasih, N. N. R., P. Y. Wijaya., dan I. M. E. K. Yudha. 2022. Key factors transformasi digital UMKM (pendekatan analisis MICMAC pada UMKM di Bali). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(2), 1060-1066.
- Sudrajat, Y., Dkk. 2024. *Perekonomian Indonesia*. Sada Kurnia Pustaka. Banten.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*. CV Alfa Beta. Bandung
- _____. 2008. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Alfabeta. Bandung.
- Suparmono. 2018. *Pengantar Ekonomi Makro*. STIM YKPN. Yogyakarta.
- Syaadah, R., M. H. A. A. Ary., N. Silitonga., dan S. F. Rangkuty. 2022. Pendidikan formal, Pendidikan non formal Dan Pendidikan informal. *PEMA (Jurnal pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(2), 125-131.
- Syahputra, A., E. Ervina., dan M. Melisa. 2022. Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183-198.
- Syarief, Y. A., K. K. Rangga., dan U. Hasanudin. Motivasi Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) Dalam Pemanfaatan Media Internet Di Kabupaten Pesawaran. *In seminar nasional HITI*.
- Tanjung, A. D., dan D. D. Cristianto. 2024. Pelatihan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi UMKM Masyarakat Lokal dalam Strategi Pemasaran.

Jurnal Pengabdian Masyarakat. 1(2), 44–53.

Tripayana, S., dan J. Pramono. 2020. Kualitas Produk, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Jemap*, 2(2), 182.

Umiyati, E., dan E. Achmad. 2021. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *online* pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Kota Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16(2), 255-266.

Wahyono, B. 2017. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Bantul Kabupaten Bantul. *Jurnal pendidikan dan ekonomi*, 6(4), 388-399.

Wulandari, A. 2018. Motivasi Berusaha sebagai Faktor Penentu Keberhasilan Pelaku Usaha Kecil di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Kreatif*. 5(1), 25-33.

Wulandari, D., dan F. I. Arza. 2022. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi SAK EMKM pada UMKM Kota Padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 4(3), 465-481.